

健康ブランド「食べるをかえる からだシフト」

“糖質コントロール”シリーズ

【冷凍食品】1品を新発売、3品をリニューアル発売

三菱食品株式会社(東京都大田区)は、健康ブランド「食べるをかえる からだシフト」の“糖質コントロール”シリーズ 冷凍食品から新商品1品、リニューアル3品をコンビニエンス、スーパーマーケット、ドラッグストアをはじめとした全国の店舗で発売します。



2017年9月に販売を開始した同ブランドの“糖質コントロール”シリーズは常温と併せて、全45品の商品ラインナップとなります。

(“たんぱく質”シリーズと合わせブランド全体では全57品)。

「食べるをかえる からだシフト」ブランドロゴ

1990年代半ばを境に年々共働き世帯や単身世帯が増加する中(※1)、

「即食」「簡便性」「時短」のニーズがますます高まり、冷凍食品の市場規模は伸長し続けております。忙しい中でも調理の手間を省くことができる本商品は、「糖質オフ・ゼロへの関心の高まり」と、「冷凍食品のニーズ」の両面において生活者へのサポートができると考えております。

常温、低温の両温度帯による展開で、今後も生活者のニーズにお応えすべく更なる商品ラインナップの拡充を図ってまいります。

<商品概要>

1. 新商品

■シリーズ名 : 「食べるをかえる からだシフト」 “糖質コントロール”シリーズ 冷凍食品

■発売日 : 2020年3月2日(月)

■販売エリア : 全国

■ラインナップ : 1 SKU

<該当商品イメージ>



商品名	内容量	希望小売 価格(税抜)	糖質オフ	糖質量
糖質コントロール たこ焼	10個	300円	糖質30%オフ	11.6g/1食(5個)当たり

【糖質オフの根拠】メーカーNB商品との対比

■商品特長

1食あたり糖質量を11.6gにおさえつつ、新たにサバ節を加えることでダシ感を利かせ、おいしさをアップしました。また、売場の冷凍ショーケースは縦型のリーチインタイプが主流になりつつあり、パッケージも陳列しやすい縦型に変更しました。

2. リニューアル

■シリーズ名 : 「食べるをかえる からだシフト」 “糖質コントロール” シリーズ 冷凍食品

■発売日 : 2020年3月2日(月)より順次切り替え

■販売エリア : 全国

■ラインナップ : 3 SKU

<該当商品イメージ>

①



②



③



	商品名	内容量	希望小売価格(税抜)	糖質オフ	糖質量
①	糖質コントロール 餃子	12個	270円	糖質50%オフ	11.6g/1食(6個)あたり
②	糖質コントロール うどん(冷凍)	3食	400円	糖質40%オフ	25.6g/1食(180g)あたり
③	糖質コントロール ハンバーグデミグラスソース	1個	270円	糖質40%オフ	5.9g/1食(155g)あたり

【糖質オフの根拠】メーカーNB商品との対比: ①②③

■リニューアルポイント

(1) おいしさ・食べ応えの追求

① 餃子

味のバランスを整え、更に旨味を引き立てる商品に仕上げました。

② うどん(冷凍)

全体の配合を見直すことで「コシ」と「のどごし」を改善しました。

③ ハンバーグデミグラスソース

濃厚なソースはそのままに、固形量を20g(22%)アップさせ、食べ応えを改善しました。

(2) アイコン表示

糖質量のみならず、腸内環境改善や美容、ダイエット、メタボ対策などにも注目されている食物繊維などの栄養成分についても、アイコンで表示します。

① 餃子

1食(6個)あたり食物繊維10.6gが含まれます。

② うどん

1食(180g)あたり食物繊維19.4gが含まれます。



食物繊維のアイコン例

<「からだシフト」ブランド について>

国が食事改善による健康寿命の延伸を提唱している中、生活習慣病に対しては“治療”から“予防”へシフトし、健康は自身で管理する時代に変わりつつあります。そこで、当社は食を通じた社会貢献を念頭に、健康をテーマとしたマスターブランド「からだシフト」を2017年9月に立ち上げました。

“おいしさ”、“バラエティ感”、“簡便性”、“継続性”を主軸に考え、心もからだもよろこぶバランスの良い食生活支援をブランドコンセプトとしています。

「健康食品」＝「おいしくない」というイメージを払拭し、「おいしさ」＝「続けられる」を前提に、現代人に必要とされる健康テーマでシリーズ化を図り、当社がもつフルカテゴリーの機能を活かし、“カテゴリー”や“温度帯”の枠を超えたバラエティ豊かな商品を取り揃えてまいります。そして、この幅広い商品ラインナップで生活者が抱える個々の健康課題に対応できればと考えており、エリアや小売業態を問わず、いつでも・どこでもお買い求めいただける健康ブランドを目指してまいります。

<“糖質コントロール”シリーズ について>

本ブランドのシリーズ第1弾のテーマが、“糖質コントロール”です。普段の食事で健康を気遣う生活者が増加する中で糖質オフ・糖質ゼロへの関心が高まっており、当社調べにおいて、約3割の方(※2)が普段の食事で糖質を気にすることがわかっています。当社は「一般社団法人 食・楽・健康協会」に加盟し、同協会が推奨する1日の糖質摂取量の上限を130gとする考え方にに基づき商品開発を行っています。ゆるやかな糖質コントロールで無理なく続けられる商品を提供し、生活者の食生活をサポートしてまいります。

【出典】

※1 厚生労働省「厚生労働白書」、内閣府「男女共同参画白書」

総務省「労働力調査特別調査」、総務省「労働力調査（詳細集計）」

※2 当社調べ 2017年4月 N=8,640（全国、夕食自宅喫食月2回以上の20～60代男女）

以 上