

“このおいしさで、糖質 off”  
「糖質コントロール」シリーズ（常温）から、  
「カレー」3品を大幅リニューアル！！

三菱食品株式会社(東京都文京区、代表取締役社長:京谷 裕)は、健康ブランド「食べるをかえる からだシフト」から、「糖質コントロール」シリーズ(常温)カレー3品を全国でリニューアル発売します。

今回のリニューアル発売により、からだシフトは合計60品のラインナップになります。



### < 商品概要 >

商品名	糖質コントロール ビーフカレー	糖質コントロール グリーンカレー	糖質コントロール バターチキンカレー
JAN	4901688709857	4901688709871	4901688709864
規格	140g		
入り数	5×8(40)		
希望小売価格(税抜き)	300円		
発売日	2024年2月26日		

### < 商品特長 >

#### ● 糖質コントロール ビーフカレー

19種類のスパイスを使用し、口に入れた際に感じる旨味と辛みのバランスにこだわった、味わい豊かなビーフカレーに仕上げました。糖質40%off(※)、1食(140g)当たりの糖質量を4.2gに抑えました。

※日本食品標準成分表2020年版(八訂)比較



● 糖質コントロール グリーンカレー

7種類のスパイスを使用し、ココナッツミルクの甘みとこぶみかんの葉(粉末)の酸味のバランスにこだわった、タイカレーのような本格的なグリーンカレーに仕上げました。糖質 50%off(※)、1食(140g)当たりの糖質量を 3.3gに抑えました。

※日本食品標準成分表 2020年版(八訂)比較



● 糖質コントロール バターチキンカレー

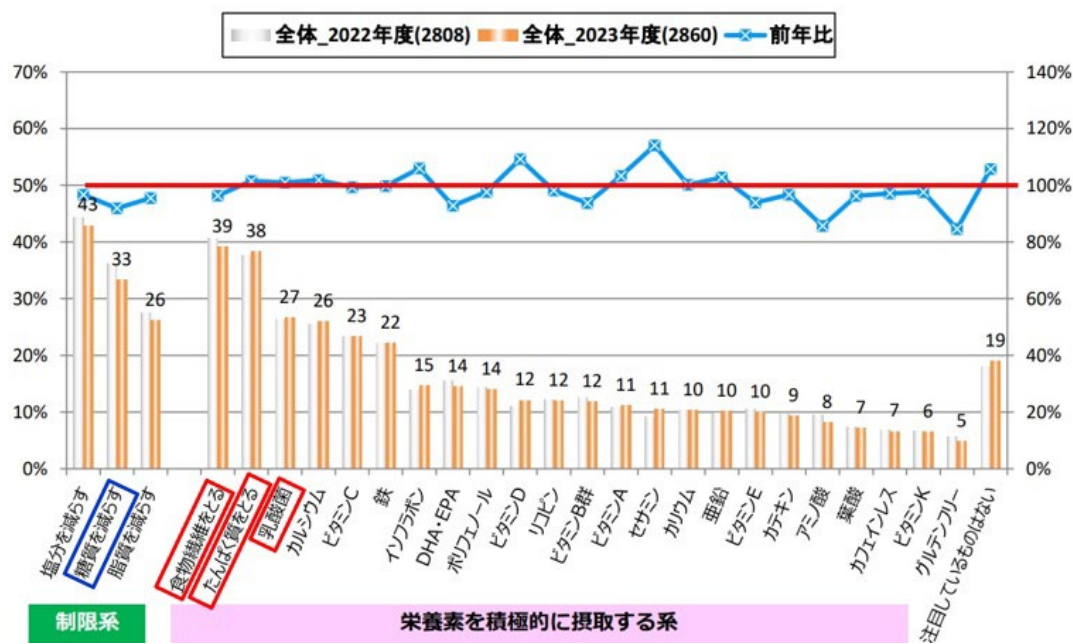
17種類のスパイスを使用し、トマトの酸味とバターのコクのバランスにこだわり、インドカレーのような本格的なバターチキンカレーに仕上げました。糖質 35%off(※)、1食(140g)当たりの糖質量を 5.6gに抑えました。

※日本食品標準成分表 2020年版(八訂)比較



## ＜「健康」を取り巻く環境変化＞

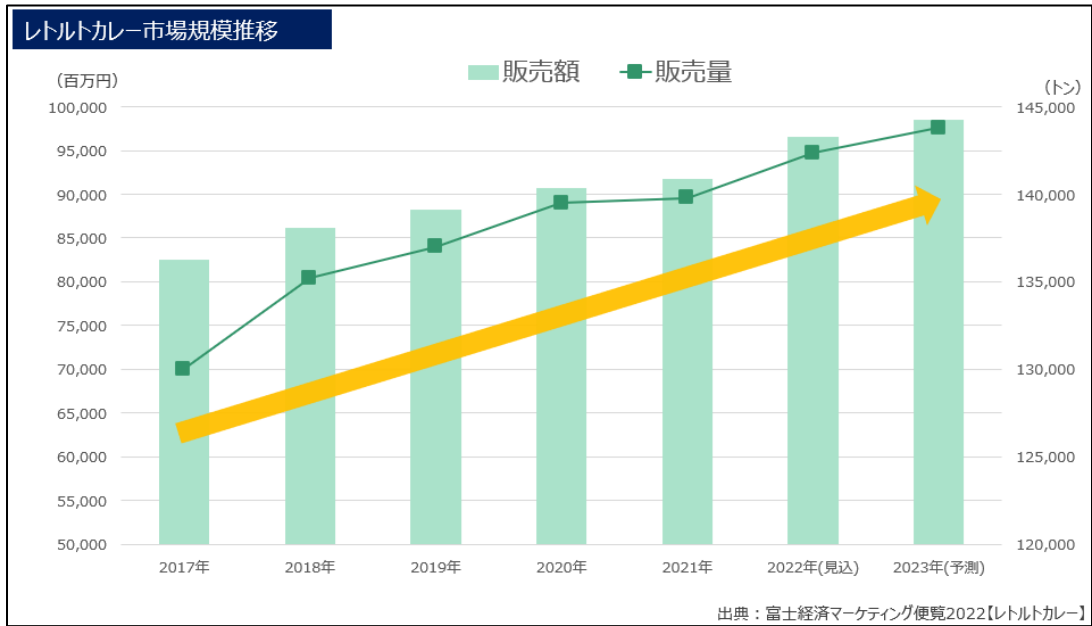
### ■ 健康軸商品の購買者が購買時に気にしている点



出典：リンクアンドコミュニケーション、国分「食と健康、栄養に関する調査」

健康軸商品のニーズは高まっており、特に制限系では「糖質」、摂取系では「食物繊維」「たんぱく質」「乳酸菌」の注目度が依然として高くなっています。からだシフトでは、このような購買者のニーズにこたえる為、「糖質コントロール」「PROTEIN PLUS」「Happiness 腸活」の3シリーズを展開しております。

## <レトルトカレー市場動向>



市販用のカレーはコロナ禍以前より続く簡便性への支持もありプラスで推移していることから、今後も市場拡大が見込まれます。

## < 開発背景 >

17年9月の発売から7年目を迎える健康ブランド「からだシフト」。主力商品の1つである「糖質コントロール カレー(3SKU)」は、23年8月に環境配慮への一環として、外箱を無くしたスタンディングレンジパウチに変更しております。この度、『糖質コントロール カレー』の購入者調査を実施し、「スパイス感」「具材感」「パッケージ」のニーズを追求したカレーにリニューアル致しました。これまでの”糖質 off なのにおいしい”から、“このおいしさで、糖質 off”を目指す、本格的なカレーに生まれ変わりました。

## <リニューアルポイント>

味わい  
Point  
01  
食べた瞬間感じる  
本格的なスパイス感

具材  
Point  
02  
具材(肉・野菜)を  
バランス良く増量

パッケージ  
Point  
03  
レンジで  
温めやすいパッケージ

Point01 複数種のスパイスを使用することで、本格的なカレーの味を表現。

Point02 肉・野菜を増量することで、1食食べたときの満足感をUP。

Point03 包材に厚みを持たせることで、安定感がUPし、レンジ調理時の温めやすさを改善。

また「糖質コントロール ごはん 大麦入り 150g」とセットで食べることで、食・楽・健康協会が推奨している1食あたりの糖質摂取量 40g をクリアすることができます！



糖質 33.8g

+



糖質 4.2g  
(合計 38.0g)



糖質 3.3g  
(合計 37.1g)



糖質 5.6g  
(合計 39.4g)



## < レッドカップキャンペーン参加について >

三菱食品株式会社は、2022年2月から国連 WFP 協会の「レッドカップキャンペーン」に参加し、WFP 国連世界食糧計画の「学校給食支援」を応援することで、SDGs 目標 2 の「飢餓をゼロに」につながるだけでなく、世界の子どもたちに食と笑顔を届けて参ります。からだシフトも参加ブランドの一つとして国連 WFP の「学校給食支援」を通じて、世界の子どもたちに食と笑顔を届けます。



## < からだシフトについて >

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なりつつあります。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 弾テーマが、“糖質”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※1 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 食で摂取する糖質量を 20～40g にするという、適正糖質の考え方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。

#### < PROTEIN PLUS シリーズについて >

本ブランドのシリーズ第 2 弾テーマが、“たんぱく質”です。急激なたんぱく質の市場の広がりによって、「プロテイン＝健康的なからだづくりに必要なもの」のイメージが浸透してきました。「PROTEIN PLUS シリーズ」は、より本格的に美容・健康・からだづくりを意識した方に向け、ライフスタイルにあわせてプロテインを手軽にプラスし、1 日を通してバランス良く摂取することで、健やかなからだ作りをサポートします。普段の食事で健康を気遣う生活者が増加する中でたんぱく質への関心が高まっており、当社調べにおいて、約 2 割の方※1 が普段の食事でたんぱく質を気にすることがわかっています。当社は立命館大学スポーツ健康科学部藤田聡教授の学説に基づき、1 食当たりのたんぱく質量を 20～30g として、3 食バランスよく摂取することで、健やかな食生活をサポート出来るような商品の開発を行っております。

【出典】※1 当社調べ 2023 年 11 月 N= 3, 261 (全国 夕食自宅喫食頻度 月 2 回以上の 20～60 代男女)

#### < Happiness 腸活シリーズについて >

本ブランドのシリーズ第 3 弾テーマが、“こころ”と“からだ”の相関関係です。その中でも「脳がストレスを感じ続けると、腸内環境の乱れを引き起す可能性がある」という“腸脳相関”に着目し、開発を開始いたしました。Happiness 腸活シリーズのアドバイザーである医師／tenrai 株式会社代表取締役の桐村里紗氏にアドバイスをいただき、食物繊維(水溶性、不溶性)は 1 食当たり 7g 以上 +はびねす乳酸菌®※2(10 億個以上/1 日)を配合しています。食物繊維で“からだ”を、はびねす乳酸菌®で“こころ”をサポートし、生活の質を豊かにすることを目指します。

※2 はびねす乳酸菌は森永乳業㈱の登録商標