

2020年11月17日

「MAL de MEAT®」新商品のご案内

こだわりの食感を実現、「粗挽きタイプ」と「フランクタイプ」登場

2019年から『新しい食の選択肢の一つ』として100%植物性にこだわった「MAL de MEAT®」を開発・展開してきた株式会社日本アクセス(所在地：東京都品川区、代表取締役社長：佐々木淳一)は、今回ソーセージの新たなラインナップとして『粗挽きタイプ』『フランクタイプ』を開発いたしました。



上段左から MAL de MEAT® 「ウインナータイプソーセージ 50g」、「ウインナータイプソーセージ（粗挽き） 50g」

パンに挟まっているものが「フランクタイプソーセージ（粗挽き） 70g」

■ 「MAL de MEAT®」の取組背景

昨今のフードダイバーシティにより、従来の価値観でははかれない食の選択肢が増えてきているなか、消費者の健康志向の高まりや、たんぱく質クライシス、環境問題など様々な理由から、今「プラントベースド」が注目されています。

当社「MAL de MEAT®」は、エシカル de おいしい+身体にやさしい、『代替』ではない新たな食の選択肢の一つとして誕生しました。

一番のこだわりは「おいしさ」。身体にいいから、環境にいいからだけではなく「これが食べたい」と思っただけのような商品を目指しています。おいしく食べ続けてもらえることで持続可能な社会につながる「人と食の未来への架け橋となる」ために、今後も様々な角度の商品を開発していきます。

■商品ラインナップ

従来のプレーンタイプはぎゅっと詰まった食べ応えのあるソーセージでしたが、今回の粗挽きタイプは『粗挽き感』『ジューシー感』が魅力。また、新たに 70g フランクタイプもラインナップとしてご用意しました。これにより、以下5アイテムを展開していきます。

商 品 名	MAL de MEAT®パティ 60g 	MAL de MEAT®ウインナータイプソーセージ 50g 	MAL de MEAT®ウインナータイプソーセージ (粗挽き) 50g  NEW
内 容 量	300g	500g	500g
サ イ ズ	70mm×85mm	直径 18mm、長さ 180mm	直径 18mm、長さ 180mm
価 格	オープン価格	オープン価格	オープン価格
賞 味 期 限	180 日 (要冷凍)	180 日 (要冷凍)	180 日 (要冷凍)
商 品 特 徴	<ul style="list-style-type: none"> ●100%植物性と思えない食感と深みのある味わい。 ●加熱水蒸気と鉄板で焼きあげた本格タイプ。 ●ベーカリー、デリカで使用しやすい 60g パティタイプ新登場。 	<ul style="list-style-type: none"> ●ぎゅっとぎっしり確かな食べ応えでプラントベースらしさを感じられるナチュラルタイプのソーセージ。 ●桜のチップで丁寧に燻した本格派。優しい味わいのウインナータイプソーセージ。 	<ul style="list-style-type: none"> ●粗挽き感にとことんこだわった、プリっとジューシーなソーセージ。ナチュラルタイプとはひと味違ったあじわいで、満足感◎ ●桜のチップで丁寧に燻してある本格派。使い勝手の良いウインナータイプソーセージ。

商 品 名	MAL de MEAT®フランクタイプソーセージ 70g  NEW	MAL de MEAT®フランクタイプソーセージ (粗挽き) 70g  NEW
内 容 量	420g	420g
サ イ ズ	直径 23mm、長さ 150mm	直径 23mm、長さ 150mm
価 格	オープン価格	オープン価格
賞 味 期 限	180 日 (要冷凍)	180 日 (要冷凍)
商 品 特 徴	<ul style="list-style-type: none"> ●ぎゅっとぎっしり確かな食べ応えでプラントベースらしさを感じられるナチュラルタイプのソーセージ。 ●桜のチップで丁寧に燻してある本格派。優しい味わいでボリューム感のあるフランクタイプソーセージ。 	<ul style="list-style-type: none"> ●粗挽き感にとことんこだわった、プリっとジューシーなソーセージ。ナチュラルタイプとはひと味違ったあじわいで、満足感◎ ●桜のチップで丁寧に燻してある本格派。ボリューム感のあるフランクタイプソーセージ。

■発売日

2020年11月24日よりメーカー出荷開始

■今後の方針

植物性タンパク質市場は、ここ数年でジャンルが急速に拡大しており、植物由来の加工肉だけではなく調味料やチーズなどにも広がりを見せ、それぞれのカテゴリでラインナップも充実しています。

これまでは大豆使用のハンバーグが1～2種類のみで、売り場で埋もれている印象でしたが、今では選べる環境が整いつつあります。

アイテム数が増えただけではなく、参入企業数も増え、それに応じて小売業でも興味を持つバイヤーが増え、コーナー化する売場が増えました。買える店舗が増えたことで視覚的にも拡大市場ととらえることができ、ニーズの高さを感じています。

当社もプラントベースミート（PBM）の商品開発を進めてきたなかで、カテゴリ自体が増えてきたことからPBMからプラントベースフード（PBF）への取組みに範囲を広げました。卸業として市販用・業務用の両面からの提案が可能な環境を生かし、自社開発だけではなく商品を発掘し、当社ならではの植物性にこだわった商品を今後も展開していきます。

食品流通を担う当社だからこそ、植物由来食品を扱う意義をあらためて深め、SDGsの観点からも意識を高めていきたいと考えております。

以 上