

ニッスイ、春夏新商品多彩

「速筋タンパク」シリーズ拡充

ニッスイはこのほど、春夏新商品43品リニューアル品19品計62品を発表した。家庭用冷凍食品新商品7品、同リニューアル7品、家庭用すり身製品・日配品新商品5品、缶詰・びん詰・レトルト食品新商品4品、同リニューアル5品、業務用食品新商品15品、同リニューアル2品、水産品新商品12品、同リニューアル5品を紹介。主に3月1日から発売する。

今回は、「お客様の多様なニーズに寄り添い、食でWellness Lifeの実現に貢献します」をコンセプトに、「Healthy」「Smart」「Satisfact ion」をテーマとした商品を提供し、健やかな生活とサステナブルな未来の実現を目指す。特に、注力する「速筋タンパク」シリーズを拡充したほか、伸長する冷凍麺・冷凍ワンプレート商品も強化した。

家庭用すり身製品では、手軽にタンパク質を摂取でき、魚と野菜の力で「健康ライフ」に役立つ、スケソウダラのすり身で作った「速筋タンパク おさかなバー」を発売する。



今回は、「お客様が多様なニーズに寄り添い、食でWellness Lifeの実現に貢献します」をコンセプトに、「Healthy」「Smart」「Satisfact ion」をテーマとした商品を提供し、健やかな生活とサステナブルな未来の実現を目指す。特に、注力する「速筋タンパク」シリーズを拡充したほか、伸長する冷凍麺・冷凍ワンプレート商品も強化した。

家庭用すり身製品では、手軽にタンパク質を摂取でき、魚と野菜の力で「健康ライフ」に役立つ、スケソウダラのすり身で作った「速筋タンパク おさかなバー」を発売する。同シリーズは、「速筋タンパク」シリーズの新商品で、バータイプなのでいつでもどこでも手軽にワンハンドで食べられる。また、減塩タイプの「速筋タンパクソーセージ減塩MSC」と「同チーズかまぼこ減塩MSC」は、MSC認証を取得しているスケソウダラを使用した。4品とも1本(1食)で4・5gの速筋タンパクが摂れる。

常温食品では、家庭でのご飯の喫食機会が増えるなか、米飯関連商品として「気軽に摂ろう! タンパクそば」を発売。スケソウダラと国産鶏肉を使用し、魚と鶏肉のたんぱく質がダブルで摂れる(1びん48gで11gのタンパク質)。ターゲット層である10代の弁当にも最適。

家庭用冷凍食品では、電子レンジで温めるだけでボリューム感のある「わが家リユーム ニンニクマシマ」の麺自慢ニンニクマシマ



た。濃厚豚骨スープのくせになるガッツリ系まぜそばで、国産小麦ゆめちからをブレンドした自家製太麺と特製豚バラチャーシュー2枚入りの存在感ある具材がポイント。

伸長する冷凍麺・ワンプレート強化

このほか、冷凍ワンプレート商品市場の伸長を背景に、「まんぞくプレート」シリーズを強化。特に、利用が増えている単身男性向けに「ふつくらごはん」とチキン南蛮を提案する。CLUB RED倉田政起シェフによる監修品で、旨みと食感が特徴の国産森林どりを使用し、こだわりのブレンド米と高火力ガスの釜炊きでふっくらおいしい白ごはんも特



シ豚まぜそば」を発売。冷凍麺市場は成長を続けており、特に「汁なし麺」の利用が増えている。既存の汁なし麺商品は、男性20代〜40代がメインユーザーであることから、若い世代で好まれる「こってり」「とんこつ」の濃厚な味付けとし

旨みと食感が特徴の国産森林どりを使用し、こだわりのブレンド米と高火力ガスの釜炊きでふっくらおいしい白ごはんも特



シリーズ(あじ、さば、赤魚、秋鮭)のパッケージを一新。在宅時間の拡大で、食卓をもっと豊かにしたいとの意向が強い。

年間販売計画は、新商品43品で48億3700万円、リニューアル19品で55億9200万円。

水産品は、「ふつくら切身 骨なし秋鮭」を惣業務用食品では、素材を生かしたこだわり商品として、ワンフローズンの「あじフライSE90」を惣業・外食向けに提案する。鮮度のよいあじを使用し、水揚げから衣づけまで36時間以内加工、衣率は従来よりも薄い45%で、歯切れよくサクツとした食感が特徴。新たな付加価値で売場の単価見直しにも役立てる。



向が強まるなか、「65%が『魚を食べる頻度を増やしたい』『40%が『切身なら料理できる』との調査結果を踏まえ、家庭向けの販売を意識した。調理方法やレシピサイトにリンクする二次元コードを記載するなど工夫した。ニッスイ独自の「ふつくら漬け込み技術」で冷めてもふつくらしており、凍ったまま調理可能な簡便素材として提案する。また、「さわら炙りスライス」「メさば炙りスライス」は、比較的安価で日本人に馴染みのあるさば、知名度が上がりつつあるさわらを商品化した。炙り加工により誰にでも食べやすく、環境に配慮した紙トレイを使用している。