

雪印メグミルク 佐藤社長、PBF 市場参入説明

新ブランド「PBF プラントラベル」を立ち上げ

雪印メグミルクはこのほど、都内で 2024 年春季新商品発表会を開催。新ブランド「プラントラベル」を立ち上げ、プラントベースフード（PBF）事業に参入すると発表した。

佐藤雅俊社長（写真）は「当社は 2025 年に創業 100 周年という大きな節目を迎える。創業当時

今春、「プラントラベル」

新商品 4 品を発売し、「植物性ヨーグルトカテゴリーでシェア 1 位を目指す」と抱負を述べた。

また、佐藤社長は「シンガポールに設立したアグロスノー社は 26 年以降、世界市場で植物性原料の販売を予定。雪印メグミルクは次の 100 年に向け、PBF で新たなバリューチェーンの構築を目指す。当社の PBF は、乳で培われた知見や機能を活用したもので、



乳とは互換関係にある。従来から当社では、植物性ホップやマーマーガリンなどで乳と植物性素材双方の強味を生かしてきた。今後も食の多様性に対応し、より豊かで楽しい食卓への選択しを追求。乳の持つ力と新商品開発で培った知見や機能で、食の持続性に貢献し、新たな価値を提供し続ける」と語った。

なお、販売目標は乳食品新商品が 15 億 6000 万円、市乳商品（リニューアル含む）が 94 億円。新ブランド「Plant Label」（「プラントラベル」）の第 1 弾商品として、今春は市乳部門から 4 品を発売。

世界的な人口増加を

の社会課題は、日本国内における安定的で豊かな食生活の実現だったが、現在の課題は食の持続性に変化した」と述べ、「これまで当たり前に入った食が、あるいは当たり前に入らない可能性がある」と強調。「食の持続性を実現するために我々が出した結論のひとつが PBF への参入」と説明した。

背景に食の安定需要が求められる中、食の持続性という社会課題に対する新たな選択肢として PBF が注目されている。そこで新ブランドを立ち上げ、PBF 市場に参入する。今春はえんどう豆を中心とした新商品

を提案。今後は様々なカテゴリーで商品展開を予定。PBF 市場は日本でも拡大しており、2025 年は 20 年比で 140% の成長が見込まれる。えんどう豆はたんばく質や食物繊維が豊富で低脂質と、栄養面でも優れており、日本でも 2026 年には 21 年比で 2 倍の伸びが見込まれる有望な素材。日本の植物性ヨーグルトは拡大傾向にあるが欧米比では 1/3 の構成比とまだまだ伸びしろがある市場と捉えた。



自社アンケートの結果、植物性ヨーグルトの購入意向は 5 割以上あるが購入に至っていない結果が



得られた。新ブランドはこの非購入層をターゲットに据える。アンケートでは、効果のある乳酸菌が入っているとうれしく、知っているブランドから発売してほしい」という声が多く得られたため、興味はあるが非購入層に対し、馴染みのあるヨーグルトブランドの商品として提案し、新

たなユーザーの獲得、植物性ヨーグルト市場の拡大を図る。

ヨーグルトでは「Plant Label ナチュレ恵 me gumi 植物生まれ」（同下）と「同恵 me gumi ガセリ菌 SP 株植物生まれ」を発売。なお、「ナチュレ恵」は関東、中部、関西で先行発売。管理栄養士監修のもと「簡単おいしい植物生まれレシピ」として 30 種類の食べ方 & レシピをブランドサイトで展開。植物性飲料として、えんどう豆を使用した「Plant Label Pea Drink」とオリーブを使用した「同 Oat Drink」を提案する。

（門馬惠美）

＜甘口＞ ＜中辛＞ ＜辛口＞ ＜鶏白湯味＞

マーボといったら丸美屋♪
<https://www.marumiya.co.jp>

木村屋總本店

ねこ型「動物パン(ねこ)」登場



木村屋總本店は 1 日から、木村屋直営店で 2 月 22 日（にゃんにゃんにゃん）猫

の日にちなんだ「動物パン（ねこ）」は、中には甘いチョコクリームを包み、子どもにもおすすめ。310 円（税込）。「生チョココロネパイ」は、サクサクとしたパイ生地に食べやすい「生チョコクリーム」をしほり入れ、表面に「口溶けの良い生チョコダイス」を添えた。281 円（同）。

（T）