

大豆の新しい食べ方を発信！
お肉不使用の『ゼロミート』ブランドサイト・パッケージを刷新
～ヘルシーでサステナブルな食の選択肢を提案～

大塚食品株式会社(本社:大阪市中央区、代表取締役社長:白石耕一)は、今春から『ゼロミート』^{※1}のブランドサイトやパッケージを刷新し、素材として大豆や大豆ミートの特長をわかりやすくお伝えするだけでなく、健康で美味しく楽しい食の提案を充実させてまいります。

大塚食品では、人口・環境・健康などの課題解決に向けて、2018年11月に大豆ミートでつくったお肉不使用の『ゼロミート ハンバーグ』を発売し、2020年3月には業務用製品を展開するなど、日本発の肉代替食品のリーディングプロダクトとして市場拡大を目指しています。

このたび、さらに多くのお客さまに『ゼロミート』の魅力を感じていただくため、パッケージを刷新しました。白と緑を基調としたデザインは、植物性^{※2}や健康感を表現。さらにプラントベース(大豆)製品と伝わるように「大豆使用」のマークを追加し、「肉じゃないのに、そこそこ美味しい!」から「お肉みたいで、おいしい大豆!!」にパッケージのコピーも変更することで大豆の新しい食べ方を発信します。

また、『ゼロミート』のブランドサイトでは、大豆ミートの魅力を伝えるコンテンツや、人気料理研究家の福田里香さん考案のアレンジレシピなどを拡充し、お客さまが『ゼロミート』を普段の生活に取り入れられるよう、様々な方法でアプローチしています。

大豆ミートは、健康面だけではなく、サステナブルな食の選択肢としても注目度が高まっています。今後も大塚食品は『ゼロミート』を通じて、皆さまの健康と様々な社会課題の解決に貢献できる情報を発信してまいります。

※1本製品は大豆加工食品を使用しています。
※2原材料には卵由来の原料を使用しています。



『ゼロミート』ブランドサイト

【製品概要】

■発売日：2021年3月29日(月)

■販売エリア：全国

■販売チャネル：通信販売(グリーンカルチャー株式会社)および、コンビニエンスストア、量販店、ドラッグストアのチルドコーナー等

| | | | | |
|----------|--|--|--|--|
| 製品名 | | | | |
| | ゼロミート デミグラスタイプ ハンバーグ | ゼロミート チーズ ^{※3} イン デミグラスタイプ ハンバーグ | ゼロミート ソーセージ タイプ | ゼロミート ハムタイプ |
| 内容量 | 140g | 140g | 120g | 60g |
| 希望小売価格 | 298円(税別) | 298円(税別) | 398円(税別) | 298円(税別) |
| 製品 特長 | お肉不使用のハンバーグとのデミグラスタイプソースが好相性。お肉を使ったハンバーグのような食感や味、香りが楽しめます。 | お肉不使用のハンバーグとのデミグラスタイプソースが好相性。お肉を使ったハンバーグのような食感や味、香りが楽しめます。またチーズインタイプにはチーズのような豆乳クリームを使用しています。 | 大豆加工食品を使用したお肉不使用のソーセージタイプです。お肉をつかったソーセージのような食感や味、香りが楽しめます。 | 大豆加工食品を使用したお肉不使用のハムタイプです。お肉をつかったハムのような食感や味、香りが楽しめます。 |

※3 チーズのような豆乳クリームを使用しています。

【ブランドサイト概要】 <https://zeromeat.jp/>

ブランドサイトを4月5日(月)から刷新。コラムやレシピ、ニュースを通じて、より楽しく幸せな食体験を食卓へご提供します。拡充するコンテンツは『ゼロミート』を使用した「幸せパワーサラダ」など、様々なアレンジレシピを掲載する予定です。美味しさとヘルシーさを手軽に実践・活用できるようなコンテンツを展開していきます。

調理例



「幸せパワーサラダ」