

こんにゃく生まれなのにまるで白米感覚！
米粒状加工食品『マンナンヒカリ』が発売20周年
～イメージキャラクターに北斗晶さん～

大塚食品株式会社（本社：大阪府中央区、代表取締役社長：白石耕一）は、米粒状加工食品『マンナンヒカリ』の発売20周年を記念し、今春からイメージキャラクターとして北斗晶さんを起用します。北斗さんが出演する製品紹介動画、ご本人考案のオリジナルレシピをブランドサイトやSNSで展開し、『マンナンヒカリ』の魅力を発信します。

こんにゃく生まれの『マンナンヒカリ』は、お米と混ぜて炊くだけで、ごはんの量とおいしさはそのままに、糖質・カロリーをカット、食物繊維も摂取できる米粒状加工食品です。大塚食品独自の技術で見た目、香り、食感をお米に近づけており、普通のごはんと同じように、無理なく食生活に取り入れることができます。

2001年の発売から今年で20周年を迎えますが、近年の健康志向、糖質関連市場の拡大、内食需要の高まり等に伴い、『マンナンヒカリ』もその手軽さと続けやすさから、多くのお客様に愛されてまいりました。また「日経POSセレクション ロングセラー」の「その他栄養補給食品カテゴリー」では、『マンナンヒカリ 525g<スティックタイプ>』が2010年から2019年まで売れ続けているロングセラーとして、売上1位を獲得しています。

大塚食品はこのたびの発売20周年を機に、『マンナンヒカリ』をさらに多くのお客様に身近に感じていただくため、ご自身と家族の健康を毎日の食事から支えていらっしゃるタレントの北斗晶さんをイメージキャラクターとし、様々な施策を展開します。料理上手で良き妻、良き母としても知られる北斗さんには、ブランドサイトやSNSの動画を通じて製品特長を分かりやすくお伝えいただき、北斗さんご考案の、『マンナンヒカリ』を使ったおいしくヘルシーなオリジナルレシピも公開します。

『マンナンヒカリ』はこれからも、皆さまのおいしく健康的な食生活をサポートする提案を続けてまいります。



■北斗晶(ほくと あきら)さん プロフィール

1967年7月13日生まれ。埼玉県出身。タレント。女子プロレスラーとして活躍し、2002年の引退後、夫・佐々木健介のプロレスマネージャーとしてセコンドにつく。その後、主婦タレントとして多くのテレビ番組に出演し、歯に衣着せぬ発言で人気を博す。料理・裁縫を得意とし、私生活では男の子2人の母親。「ナイスカップル賞」、「パートナー・オブ・ザ・イヤー」、「ベストマザー賞」など受賞。



～北斗晶さんからのコメント～

ごはんは毎日食べるものだから、飽きがこないことが大切だと思います。おいしくなければ毎日続かないのですが、特別なおいさを求めているのではなく、ただ今まで通りであってほしい。今まで通り、無理なくおいしく食べられることが『マンナンヒカリ』の良さだと思います。

■ブランドサイト刷新、『マンナンヒカリ』を使ったオリジナルレシピ公開

北斗晶さんはじめ、人気料理家、管理栄養士考案のオリジナルレシピをブランドサイトで展開します。糖質・カロリーを気にしてごはんの量を減らしてしまいがちなメニューを『マンナンヒカリ』を使ってヘルシーに仕立て、お米と混ぜて炊くだけではない、新たな『マンナンヒカリ』の楽しみ方も紹介します。

写真は調理例です。



〈北斗晶さん考案〉
ヘルシーマンナンピザ



〈料理家ぐっち夫婦考案〉
野菜たっぷりキーマカレー



〈管理栄養士考案〉
マンナンサラダごはん

詳細はブランドサイトへ → <https://www.mannanhikari.com/>

■製品特長

- ・こんにやく生まれなのにまるで白米感覚！
- ・見た目、香り、食感を白米に近づけた米粒状加工食品。
- ・お米と混ぜて炊くだけ、簡単調理。
- ・普通のごはんに比べ糖質・カロリー33%カット※、1膳でレタス1.4個分の食物繊維※。

※お米1合とマンナンヒカリ1袋(75g)で炊飯し、炊きあがり2合の場合の計算値。レタスは1個300g(可食部当たり)とした場合。「日本食品標準成分表2015年版(七訂)」参照。



お米と混ぜて炊くだけ!

炊き方ステップ



① 洗ったお米に
マンナンヒカリを加える。



② 水を加えて軽くかき混ぜ、
炊飯します。

■製品ラインアップ



152g
スティックタイプ



525g
スティックタイプ



通販用
1500g



マンナンごはん



マンナンごはん
3個パック

『マンナンヒカリ 525g<スティックタイプ>』限定パッケージ

『525g<スティックタイプ>』は、マンナンヒカリ発売20周年と、「日経 POS セレクション ロングセラー」の「その他栄養補給食品カテゴリー」において、2010年から2019年まで売れ続けているロングセラーとして売上1位獲得を記念した限定パッケージを、今春から順次展開中です。

「日経 POS セレクション」は、日経 POS 情報（全国のスーパーマーケット、コンビニエンスストア等から収集した販売実績データ）を使用し、日経が作成する約 2000 のカテゴリー内で売り上げ1位の商品や、売り上げ伸び率が高い商品を取り上げます。今回の「日経 POS セレクション ロングセラー」は2010年から2019年まで売れ続けている商品の中で、来店客千人当たり販売金額がカテゴリー内1位の商品を選出したものです。

