



これ、欲しかった！食卓やキッチンに置いて使える、使い切りパッケージ

生鮮売場専用商品ブランド『フレッシュストック®』から 「トマト&あらびきマスタード」を新発売

5月20日(金)から全国に出荷

キューピー株式会社

キューピー株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長執行役員：高宮 満、以下キューピー）は、生鮮売場専用商品ブランド『フレッシュストック®』から、片手で簡単に絞り出せる、キューピーグループのオリジナル容器、「パキッテ」に“トマトソース”と“あらびきマスタード”が入った「トマト&あらびきマスタード」を新発売します。

販売は、グループ会社の株式会社ケイパック（本社：茨城県猿島郡五霞町、代表取締役社長：萩 芳彰）が担い、スーパーの精肉売場などで展開します。

『フレッシュストック®』商品サイト

<https://www.kewpie.co.jp/products/product/meat/>

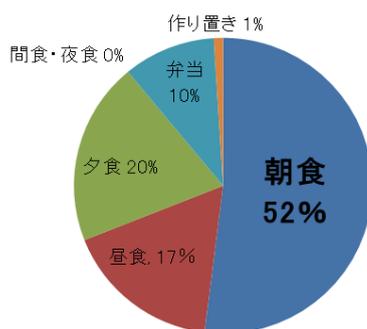


朝食での使用頻度が高いソーセージに着目

ソーセージなど朝食での使用頻度が高い加工肉は、コロナ下の外出自粛やリモートワーク増加の影響もあり、消費額が伸長しています。特にソーセージは世帯年間消費額が高く、2020年は2019年に比べて、545円増加しており、前年対比で約107%となっています。

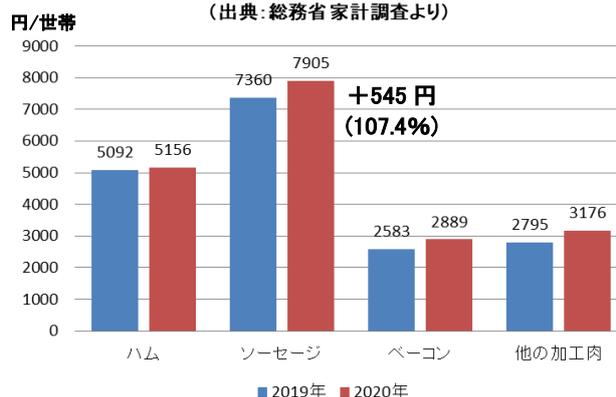
ソーセージの喫食シーン(2020年)

(食MAPよりキューピーが算出)



加工肉の世帯年間消費額

(出典：総務省家計調査より)



【使用例】



ホットドッグ



アメリカンドッグ



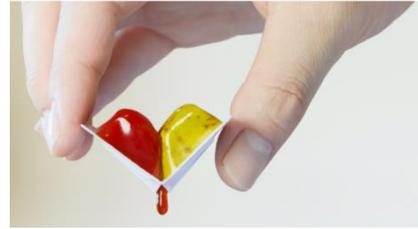
ナゲット

新商品の「トマト&あらびきマスタード」は、ソーセージを使ったメニューはもちろん、ナゲットなどにもよく合います。

手が汚れず、使い切り。常温保存が可能

オリジナル容器の「パキッテ」を採用することで、片手で簡単に最後まで絞り出せます。一箱6個入りで、常温保存が可能のため、キッチンや食卓に常備することができます。日常的に、朝食でソーセージなどを食べている人や冷蔵庫に調味料を増やしたくない人におすすめです。

キューピーは、『フレッシュストック®』ブランドを通して、食卓の悩みに寄り添い、新たな売り場の創出を目指します。



商品の概要は以下の通りです。

1. 商品名・内容量・価格・賞味期間

ブランド	商品名	内容量	参考小売価格	賞味期間
フレッシュストック®	トマト&あらびきマスタード	8g×6個	オープン	常温 12 カ月

2. 出荷日

2022年5月20日(金)から全国に出荷

3. 商品特徴

ソーセージと相性の良いトマトソースとあらびきマスタードが一つになり、片手でパキッと簡単に中身が絞り出せます。