

2021年1月7日

～“食卓がもっと楽しくなる！” 新しい洋風メインディッシュ～ 味の素(株)「Bistro Do®」新発売

2021年2月20日(土)より全国で販売開始

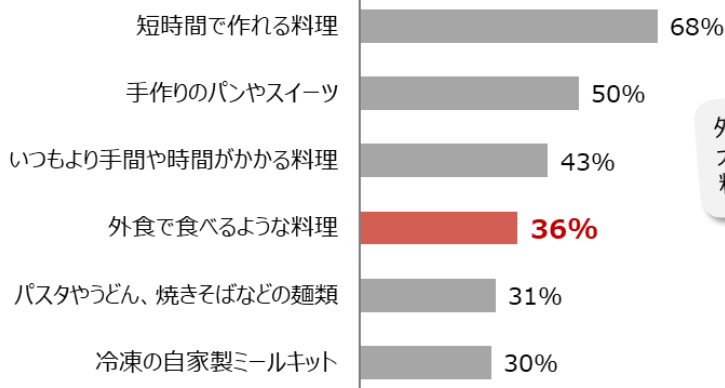
味の素株式会社(社長：西井孝明 本社：東京都中央区)は、食卓が華やかになるメインディッシュが短時間で簡単に作れる洋風メニュー用調味料、「Bistro Do®」〈なすのポローニャ風炒め煮用〉〈鶏のブラウンソース煮込み用〉〈鶏のトマトクリーム炒め煮用〉〈豚のアンチョビガーリック炒め用〉を2021年2月20日(土)より全国で販売開始します。

当社は、「Cook Do®」(1978年発売、中華領域)、「Cook Do® コリア！」(2002年発売、韓国領域)、「Cook Do® きょうの大皿®」(2012年発売、和風領域)によってメニュー用調味料市場を拡大してきました。今回、新しいラインナップとして「Bistro Do®」(洋風領域)を発売することで、調理機会が増加する生活者に対して、メニューの幅を広げる提案とともに、洋風らしい華やかなメニューによって“食卓がもっと楽しくなる！”価値を提供します。



近年、外食のビストロやバル、中食のデパ地下総菜などで提供される、鶏肉のトマト煮やローストビーフといったおしゃれで華やかな洋風メニューが生活者に浸透しつつあります。また直近では、生活者が自宅で調理する機会が増える中、時短・簡便に加えて「外食で食べるような気分が上がる料理を手作りしたい」というニーズが拡大しており、「食卓が華やぐ洋風料理が簡単に短時間で作れる」製品の発売による新たな需要創造の機会があることが伺えます(下図参照)。

調理頻度増加者が作りたい料理



(2020年、アイランド(株)調べ)

生活者の声

外食も行けないので、
大好きな食べ物を勉強中
料理修行中です 🌈

家で過ごす時間が多い
から、楽しい気分になる
ごはんを外食気分♪

(2020年、当社調べ)

そこで今回、イタリアン・フレンチなどの洋風料理が好きで、家庭で手軽に洋風料理を楽しみたい方を主なターゲットとした新製品「Bistro Do®」を発売し、新たな市場の創造を狙います。

お店で食べるような自分では手作りできないコク深く香り豊かなメニューが仕上がるソースなので、お肉や野菜等を用意するだけで、こころもおなかも満たされる一皿が作れます。味のベースとなるブイヨンには、シェフの技にならった当社独自技術を活かし、グループ会社(味の素食品株式会社)が製造したチキンブイオンを全品種に採用しています。

発売前のモニター調査では、「Bistro Do®」を使って作る料理について、「目新しく魅力的」「ちょっとした特別感がある」「レパートリーが広がる」「罪悪感なく食卓に出せる」「見栄えがよい」「家族が喜ぶ」などの感想が上がっており、「Bistro Do®」ならではの価値が評価されています。

当社は今後も生活者のニーズの変化に対応した製品提供によって、食と健康の課題解決に貢献し続けます。

2021年度の「Bistro Do®」の売上目標は、4品種合計で約10億円(消費者購入ベース)です。

1. 製品概要

(1) 製品名：「Bistro Do®」

(2) 特長：シェフの技術にならって丁寧に作ったブイヨンや家庭では手に入りにくい厳選された素材を使用し、絶妙なバランスで仕上げたコク深く香り豊かなソースです。

(3) 品 種：

<p>なすのポローニャ風炒め煮用</p> <p>たまねぎやにんじんなどの香味野菜のソテー(ミルポア)をベースにした、濃厚な肉のうま味が、特長の、なすやパプリカが主役になるソースです。(調理時間約9分)</p> 	<p>鶏のブラウンソース煮込み用</p> <p>特製ブイオンをベースにした、芳醇なポルチーニの香りと濃厚な肉のうま味が特長のソースです。(調理時間約7分)</p> 
<p>鶏のトマトクリーム炒め煮用</p> <p>特製ブイオンをベースにした、生クリームの濃厚なコクとバターが特長のソースです。(調理時間約7分)</p> 	<p>豚のアンチョビガーリック炒め用</p> <p>スペイン産エクストラバージンオリーブオイルをベースにした、アンチョビのコクとガーリックの豊かな香りが特長のソースです。(調理時間約7分)</p> 

※調理時間には食材を切る時間・下準備時間は含みません。

(4) 容 量：2~3人前

(5) 価 格：オープン価格

(6) 賞味期間：13カ月

(7) 賞味期限：年月表示

2. 発 売 日：2021年2月20日(土)

3. 発売地域：全国

お客様向けお問い合わせ先：フリーダイヤル 0120-68-8181

味の素グループは、“アミノ酸のはたらき”で食習慣や高齢化に伴う課題を解決し、人々のウェルネスを共創する、食と健康の課題解決企業を目指しています。

私たちは、“Eat Well, Live Well.”をコーポレートメッセージに、アミノ酸が持つ可能性を科学的に追求し、事業を通じて地域や社会とともに新しい価値を創出することで、さらなる成長を実現してまいります。

味の素グループの2019年度の売上高は1兆1,000億円。世界35の国・地域を拠点に置き、商品を販売している国・地域は130以上にのぼります(2020年現在)。詳しくは、www.ajinomoto.co.jpをご覧ください。