

# 「おうちでマーラータン」食堂での販売のご提案

## ～サウナとサ飯で、外と内から整える～

### ビジョン

- 「社会全体の健康促進と QOL 向上」

サウナ前後のお食事として、医食同源のマーラータン（ビューティーフード）をサウナ利用者に提供し、健康をより意識した”サ飯”のスタイルを提案。社会全体の健康促進と QOL（生活の質）の向上に寄与することを目指します。

### 企画背景

- 「美味しく健康的に痩せられる、ビューティーフードを世の中に広めたい」

弊社代表はマーラータンの美味しさと健康的であることに魅了され、ダイエットの一貫で3ヶ月毎日マーラータンを食べ、3ヶ月食事制限のみで 11 キロ減量に成功。常連となった私たちは、唯一無二の味と開発者の「マーラータンを日本全国に広めたい」という情熱に共感し、冷凍商品化、そして全国にこの味を広めていくことを決意。このマーラータンの魅力を多くの人に感じてもらいたいという気持ちから「マーラータンの健康的な『サ飯』スタイル」を企画。

### おうちでマーラータンとは

- 日本初のマーラータン専門店を立ち上げた第一人者との共同開発をした冷凍マーラータン

### プロダクトの”2つの魅力”「美味しく美しく」

- 味「国産食材で拘り抜いた、日本人が親しみやすい和出汁×スパイスの唯一無二の味。」
- 健康「無添加、低カロリー、低糖質、グルテンフリー。漢方スパイスがカラダに嬉しい」

マーラータン愛を公言している人気タレントも多く、昨年タレントとのコラボ商品を開発し、わずか3週間で1万食の売上を達成。美意識高い層、中年太りで健康意識が高くなっていく層、スパイス好きな層がロイヤルユーザーに。

### 目的

- 全国のサウナと健康的な新しい”サ飯”文化の創造。そして、サウナ業界の持続的な成長。

サウナ前後の食事”サ飯”として定着させ、従来のサウナ飲食事業に「健康促進」という新たな価値を創出  
現状：サ飯≠健康、今後：サ飯＝健康に変化させ、現状の矛盾を解消

ご提案	食堂でマーラータンを1ヶ月テスト販売		
メリット	① 原価無しでの利益創出 商品は完全なギフトング。 上代は取り扱い先で決定。	② 食材ロスの削減 マーラータンに合う食材は幅広く、廃棄寸前の野菜や肉を活用することが可能。	③ 新たな顧客層の開拓と顧客単価の向上 健康志向の高い顧客層の取り込み。 健康理由からサウナの前後でマーラータンを食べることを定着させ、食堂利用者数と顧客単価を向上。
店舗の稼働	① 冷凍食品の取り扱い 保存スペース確保	② 食材準備 食材は幅広く相性良し。 廃棄前の野菜や肉の利用でロス削減可能。	③ 提供までのオペレーション確率 スープ沸騰してから3分で調理可能。 社内でお客様へ提供までのオペレーション整える。 弊社準備のポスターなど設置。

### 具体的なスケジュール

- 第1回お打ち合わせ（取り組みについてのご案内）
- 商品資料受け取り（御社ご都合に合わせお届けに参ります。送料不要）
- 提供までのオペレーションを整える
- 販売スタート（ネット記事、各 SNS 媒体でのニュース配信）
- 第2回打ち合わせ（途中経過確認）
- 第3回打ち合わせ（取り扱いを得てのヒアリング今後のご相談）

※お打ち合わせは全てオンラインでも可能