



—ありそうでなかった！使い切りの市販用ナゲットソース—

生鮮売場専用商品ブランド『フレッシュストック®』から 「ナゲットソース バーベキュー味」と 「ナゲットソース マスタード味」の2品を新発売

11月下旬から全国に出荷

— 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、「ナゲットソース」を新発売します。ラインアップは、外食でなじみのある「バーベキュー味」と「マスタード味」の2品です。

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（主に畜肉加工品売場）やドラッグストアなどで展開します。



『フレッシュストック®』ブランドサイト(11月28日商品追加予定)

<https://www.kewpie.co.jp/freshstock/meat/>

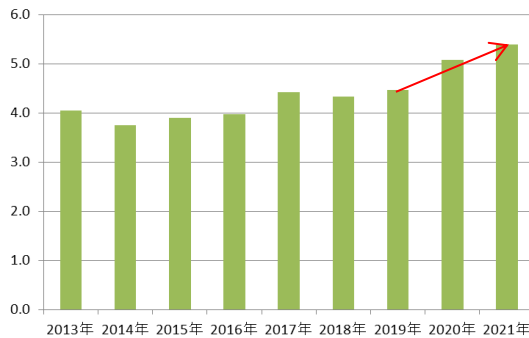


さまざまなシーンに登場するチキンナゲット

コロナ下の即食・簡便ニーズを受けて、チキンナゲットの食卓出現頻度はここ数年伸長しています(グラフ「チキンナゲットの食材TI値」参照)。

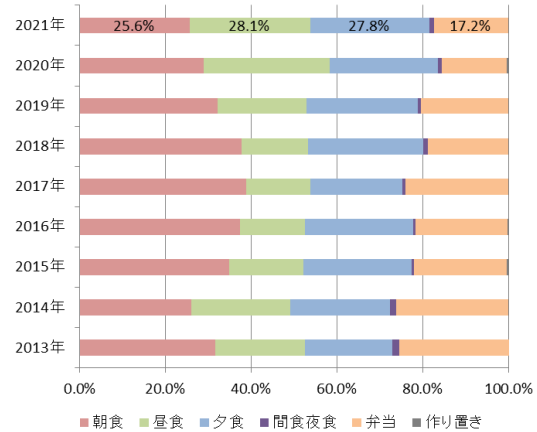
また、チキンナゲットの食卓出現構成比をみると、朝食・昼食・夕食、弁当などさまざまな食シーンで食べられており(グラフ「食卓出現構成比」参照)、その際は、何も付けずにそのまま食べるか、ケチャップを付ける人が多いことが分かっています(キューピー調べ)。

チキンナゲットの食材TI値(全食卓計)
2013年1月1日～2021年12月31日



TI値(Table Index)=1000 食卓当たりの出現回数
出典:食 MAP

食卓出現構成比
2013年1月1日～2021年12月31日



出典:食 MAP

おなじみの容器で、おうちで外食気分。パーティーシーンにもぴったり

新商品の「ナゲットソース」は、外食などでなじみのあるディップしやすい使い切りの容器を採用しました。

ラインアップは、「バーベキュー味」と「マスタード味」の2品で、1袋2個入りです。社内のモニター調査でも、マスタード味（辛くないもの）とバーベキュー味の人気が高く、大人も子どもも楽しめる味として取り揃えました。

ナゲットを日々の食卓の中で楽しみたい子育て世帯や、無駄なく調味料を使い切りたい方におすすめです。

これからの季節は、人が集まるシーンにもぴったりです。いつものナゲットが2種類のソースで一層おいしく楽しめます。



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ながら、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®	ナゲットソース バーベキュー味	20g×2個	オープン	常温9カ月
	ナゲットソース マスタード味			

2. 出荷日

2022年11月下旬から全国に出荷

3. 商品特徴

- ・外食で慣れ親しんだ味を自宅で楽しめるナゲット用のディップソースです。
- ・市販のチキンナゲットのやさしい味に合う、複雑さとコクを持たせた飽きのこない仕立てです。
- ・使い切りのポーション容器を採用しています。

【バーベキュー味】

芳醇リンゴ酢、パイン果汁を使用してフルーツの甘みを引き出したコク深いソースです。

【マスタード味】

辛さを抑えたうま味の強いイエローマスタードをベースに、スパイスで複雑な味わいを付けたソースです。

【『フレッシュストック®』精肉売場向け 全 9 品】

使い切りポーション容器ソース 全 3 品



(2022年5月発売)

肉おかずソース 全 6 品



(2022年3月発売)

(2022年9月発売)