

2024年8月9日

～「新しい食のライフスタイル」<sup>※1</sup>を提案～

## 味の素(株)、新ブランド「Atr.72™(アトリエ・セブンツー)」ローンチ シンガポールを起点にグリーンフード事業をスタート

2024年8月よりエアベースプロテイン「Solein®」<sup>※2</sup>を使用したスイーツを新発売

※1)自然の恵み(地球環境に配慮した食材も含む)や美しさを日常の食シーンに取り入れたライフスタイル  
 ※2)フィンランドのSolar Foods社が開発した二酸化炭素を栄養源に生成される微生物たんぱく質。現在シンガポールでのみ販売が認められている

味の素株式会社(社長：藤江 太郎 本社：東京都中央区)は、グリーンフード事業を通じて、地球環境に配慮した食材(プラント・細胞・微生物ベースなど)を積極的に採用しながら自然の恵みや美しさを日常の食シーンに取り入れた「新しい食のライフスタイル」を提案する新ブランド「Atr.72™(アトリエ・セブンツー)」をローンチし、シンガポールを起点に事業展開をスタートします。第1弾として、2024年8月よりエアベースプロテイン「Solein®」を使用したスイーツをシンガポール高島屋などにて期間限定で販売開始します。

「Atr.72™」は、日本に根付く「二十四節気七十二候」<sup>※3</sup>から着想しました。古くは鳥や虫、植物、天候などの様子から細やかな季節の移り変わりを感じ取り、日常の楽しみにしていたことから、自然の恵みや美しさを日常の食シーンに取り入れ、地球環境にも配慮した製品を本ブランドのもとで展開することで、生活をより豊かに彩り、現代の生活者に自然を尊重する心を育む新しい食のライフスタイルを提案したいと考えています。大切な人や未来の子どもたちのために、人と自然がより良い関係を築けるようにという想いを込めて、30～40代の子育て家族および環境問題への関心が高く発信力のあるZ世代(特に20代女性)をターゲットとし、製品展開と併せてSNSなどを活用した情報発信を行っていきます。

※3)1年を春夏秋冬の4つに分けたものが「四季」、24に分けたものが「二十四節気」、72に分けたものが「七十二候」。七十二候は細やかな自然の移ろいに目を向けた暦で、鳥や花、天気などの様子で季節を表現しているのが特徴

本ブランド製品第1弾として、シンガポール最大級の商業施設2カ所(8月12日よりシンガポール高島屋、8月30日よりOne Holland Village)にポップアップストアを開設し、月餅(「Atr.72™ Flowering Mooncake」)とアイスクリームサンド(「Atr.72™ Ice Cream Sandwich」)の2品を販売します。どちらにも「Solein®」を原料の一部として使用しています。

シンガポールには、9月17日の「中秋節」に美しい月を愛でながら家族の幸せを願って月餅を贈り合う風習があります。大切な人を想うとき、相手のことだけでなく、地球環境にまで心を配った贈り物は人と人との温かなつながりを作り出します。「Atr.72™ Flowering Mooncake」は、クッキーサンド形状の月餅で、秋の旬をイメージした4種のフレーバー(柚子、京都宇治抹茶、ラズベリー、ブラックカラント)のギモーヴ<sup>※4</sup>を、プラナカン<sup>※5</sup>柄の華やかなデコレーションクッキーでサンドしています。クッキーの味わいにコクを付与するためにバターの一部を「Solein®」で代用、ギモーヴには動物性ゼラチンではなく寒天を使用、白砂糖は最小限に抑えてミネラルやオリゴ糖を含むてんさい糖を使い、素材の甘みが引き立つよう沖縄産海塩をわずかに加えるなど、日本の有名パティシエによるレシピ監修のもと、おいしさだけでなく、健康や地球環境にも配慮した工夫がなされています。



Atr.72™ Flowering Mooncakes (Gift Box)



Atr.72™ Ice Cream Sandwiches

「Atlr.72™ Ice Cream Sandwich」は、「Solein®」を使った餅入りバニラアイスクリームをプラナカン柄のカラフルで華やかなデコレーションクッキーでサンドしたスイーツです。

※4)マシュマロによく似たフランスのお菓子で、卵白を使用せずフルーツなどのピューレを使用したもの

※5)15世紀後半から数世紀に渡りマレーシアやシンガポールに移ってきた中華系移民の子孫が現地の人々と結婚し、中国とマレー文化が混じり合ったスタイルが徐々に生まれ、さらには東西交易の要衝であった歴史から、西洋文化までも融合させ生まれた独自の文化を指す。鮮やかでカラフルな色使いがプラナカンの建造物や工芸品などの特徴

今回の取組みは、おいしさ・見映え・値ごろ感を一番に考えた製品に、健康や地球環境などにも配慮した原料・素材を使用することで、より幅広い層に「新しい食のライフスタイル」提案をお届けできるのではないかと仮説に基づいています。

期間限定販売の後、ブランドコンセプトの受容性を検証した上で、生活者がトライアルしやすいスイーツから日常食へと段階的にカテゴリーを拡大します。また、本ブランドが提案する新しいライフスタイルを定着させるために、販売に最適なチャネルの開拓と検証を継続します。その一環として直営店舗の開発も推進し、シンガポールで構築したビジネスモデルを他の国・地域にも展開していきます。

「Atlr.72™(アトリエ・セブンツー)」Instagramアカウント：[@atlr.72\\_sg\\_official](https://www.instagram.com/atlr.72_sg_official)

#### 参 考

2023年5月30日付プレスリリース

味の素(株)とSolar Foods社が戦略的提携で合意

[https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/presscenter/press/detail/2023\\_05\\_30.html](https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/presscenter/press/detail/2023_05_30.html)

味の素グループは、“Eat Well, Live Well.”をコーポレートスローガンに、アミノサイエンス®で、人・社会・地球のWell-beingに貢献し、さらなる成長を実現してまいります。

味の素グループの2023年度の売上高は1兆4,392億円。世界34の国・地域に拠点を置き、商品を販売している国・地域は130以上にのぼります(2024年現在)。詳しくは、[www.ajinomoto.co.jp](http://www.ajinomoto.co.jp)をご覧ください。

本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先：[Pr\\_media](mailto:Pr_media)