



食品産業新聞社
サイト QR コード

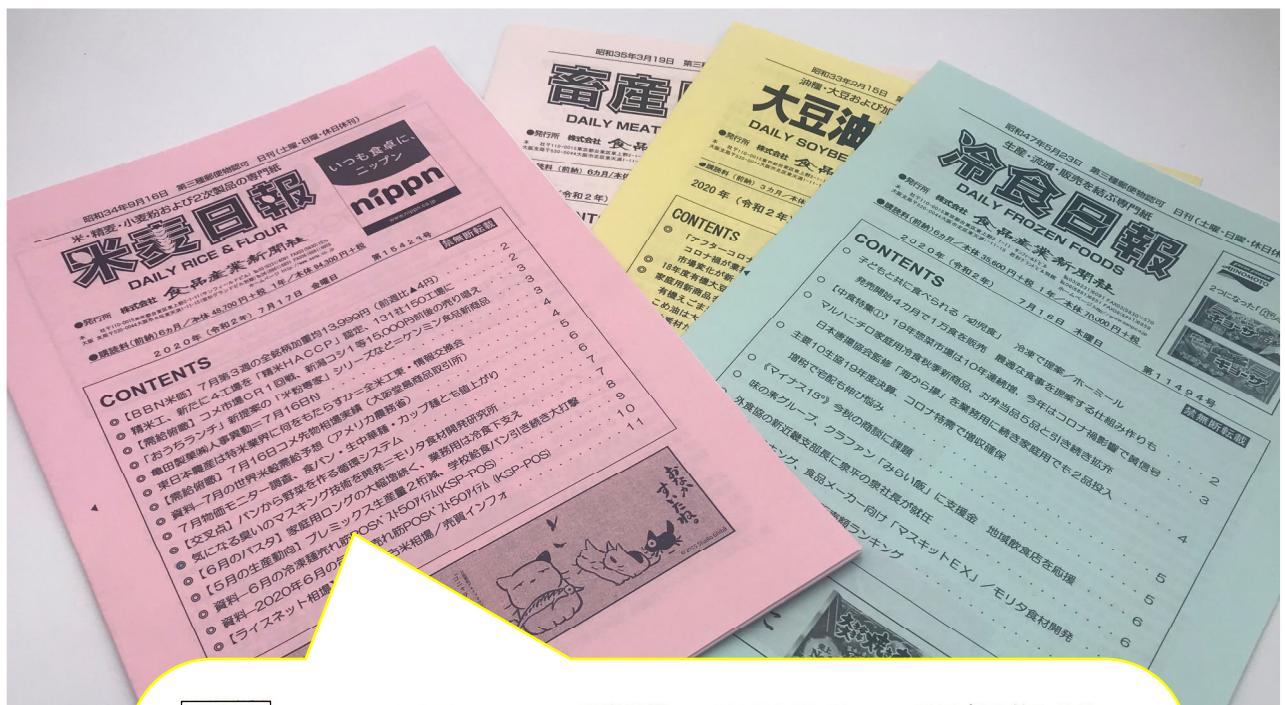
--	--	--	--	--

米麦日報：米・精麦・小麦粉及び小麦粉二次加工製品の専門情報が詳細に分かる日刊紙。
昭和 34 年（1959 年）3 月創刊。

畜産日報：食肉に関する全ての情報が分かる食肉業界から最も信頼されている日刊の専門紙。
昭和 35 年（1960 年）3 月創刊。

大豆油糧日報：国内外の原料大豆の需給動向、また大豆加工食品の最新情報を伝え続ける日刊専門紙。
昭和 33 年（1958 年）1 月創刊。

冷食日報：冷凍食品に関するあらゆる情報を網羅し、業界をめぐるメーカー、卸、量販店、外食・中食など冷凍食品ユーザーの毎日の動きを分かりやすく伝える日刊の専門紙。
昭和 47 年（1972 年）5 月創刊。



麦の面

（第三種郵便物認可）

米麦日報

（禁無断複製転載）

2020 年 7 月 17 日

◎ 気になる臭いのマスキング技術を開発＝モリタ食材開発研究所

【大阪発】株式会社モリタ食材開発研究所（大阪市城東区、守田悦雄社長）は、長年培った技術を基に、気になる臭いを改善・解決する技術の開発に成功し、新たな技術製品「マスキット EX」の販売を 15 日から始めた。COVID-19（新型コロナウイルス肺炎）終息後に向け、「食品メーカーの新しい商品づくり、既存商品の磨き上げのため」に提案していく。

同社は、食品メーカー向けに、新しい味づくりや商品の差別化・高付加価値化のための技術情報の提供や食品素材の販売を手掛けている。

善・解決する効果を確認している。

同社では、これまでの改善効果を基に、原料のコストダウンを図るために使用される大豆たんぱく質の臭い、日持ち向上剤、pH 調整剤などの添加物、酵母エキス、たん白加水分解物などの調味料素材などの、気になる臭いを改善・解決する技術として提案していく考えだ。

特に COVID-19 後は、インスタント食品の商品開発が活発化することを想定し、「その原材料及び生産工程で生じる、少し気になる臭いの改善・解決に役立てたい」としている。

.....裏面に記事全文があります。

株式会社 モリタ食材開発研究所

〒536-0003 大阪市城東区今福南 1 丁目 2 番 20 号モリタ食材ビル 2 階

TEL : 06-6931-4180 (代)

E-mail : info@ajizukuri.co.jp



弊社 web サイト

気になる臭いのマスキング技術を開発（記事全文）
出典 米麦日報 2020 年 7 月 17 日 掲載

麦の面

（第三種郵便物認可）

米麦日報

（禁無断複製転載）

2020 年 7 月 17 日

◎ 気になる臭いのマスキング技術を開発＝モリタ食材開発研究所

【大阪発】㈱モリタ食材開発研究所（大阪市城東区、守田悦雄社長）は、長年培った技術を基に、気になる臭いを改善・解決する技術の開発に成功し、新たな技術製品「マスキットEX」の販売を 15 日から始めた。COVID-19（新型コロナウイルス肺炎）終息後に向け、「食品メーカーの新しい商品づくり、既存商品の磨き上げのため」に提案していく。

同社は、食品メーカー向けに、新しい味づくりや商品の差別化・高付加価値化のための技術情報の提供や食品素材の販売を手掛けている。

「マスキットEX」は、食品素材のマスキング矯臭効のある醸造液体製品。米など国産穀物原料 100%とし、先端バイオ技術から誕生した。アレルギー物質特定原材料は不使用。淡褐色の液体で、食品添加物表示は不要。対象とする食品によって異なるが、同製品 0.5～2%の添加で、不快臭を軽減する効果がある。

この技術は、大豆たんぱく臭の改善・解決のニーズから取り組み、その過程で発見したもの。レトルト食品特有のレトルト臭、切干し大根などの根菜臭、惣菜・漬物などに使用する葉もの類、鳥そぼろやソーセージ・ハムといった肉加工品、納豆などの気になる臭いに対しても、改

善・解決する効果を確認している。

同社では、これまでの改善効果を基に、原料のコストダウンを図るために使用される大豆たんぱくの臭い、日持ち向上剤、pH 調整剤などの添加物、酵母エキス、たん白加水分解物などの調味料素材などの、気になる臭いを改善・解決する技術として提案していく考えだ。

特に COVID-19 後は、インスタント食品の商品開発が活発化することを想定し、「その原材料及び生産工程で生じる、少し気になる臭いの改善・解決に役立てたい」としている。

また、二次的効果として、食品原料素材の味を損なうことなく、レベルアップする機能もあるという。包装形態は 10 kg、20 kg（キューピーテナー入り）。

同社では、「コロナ禍の影響で食品業界において事業活動が停滞している中、課題の改善に取り組む企業や新たな差別化を図る商品企画、事業の方向性などを検討する企業が増えており、当社にも協力依頼が増えている。マスキットEXのような今までにない技術提案により、コロナ後の食品メーカー、食品業界の発展に寄与したい」としている。