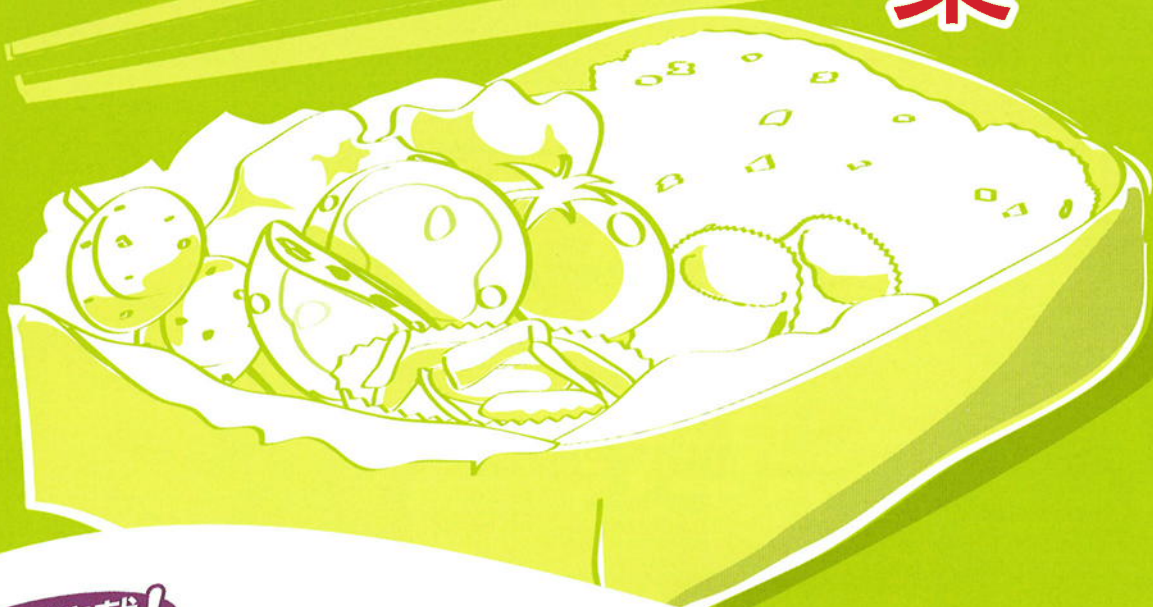


今とあしたが見えてくる— 冷食・チルド・惣菜業界の専門誌

# 月刊低温流通 **3** 2010

10春  
新製品特集

—  
パート1



好評連載!

冷凍野菜・果実 80年 / 小泉 栄一郎

## ■ イートアンド

## ヘルシーな「肉だんご」第2弾

イートアンドの新製品は3品、リニューアル1品で2月15日発売。①弁当商材への再チャレンジ②中国製造品の復活——をテーマに掲げている。

新製品3品はいずれも弁当商材。今回発売する中で唯一の国内製造品である「ごまとひじき入りの肉だんご」は、ヘルシーな食材を使用した“お母さんの目線で考えたおかず”の第2弾と位置づけている。

ひじきにはカルシウムや食物繊維、鉄分が豊富に含まれており、弁当に活用したい食材として人気が高い。1パックで170mgのカルシウムが摂取でき

るヘルシーだけでなく、希少価値の高い国産ひじきを使用しており、安心感も訴求できる。

お母さんの目線で考えたおかずの第1弾である「れんこんとごぼうの鶏だんご」は導入店舗でのリピート率が非常に高く、新製品への期待も大きい。

## 中国製造品を再強化

中国製造の「炭火炙り焼中華だんご」は、カップに入った簡便性の高い肉だんご。1カップ当たり3個×6カップの使い易いサイズにした。鶏の軟骨入りで食感が良く、自然解凍調理も可能。



「もも串&つくね串」は、焼き鳥の人気メニュー2品をアソートした。1本1本手作業で手焼きしており、炭火独特の香りが生きている。

リニューアルは中国製造の「若鶏から揚げ（うす衣タイプ）」。味や規格は変更せず、価格を下げた値ごろ感を演出した。外食店の「大阪王将」でもから揚げは人気メニュー。店舗で提供しているものよりも1個のサイズを小さくし、食べやすくしている。

## ■ ケイエス冷凍食品

## 幅広い食シーンの弁当商材など6品

ケイエス冷凍食品は新製品6品、リニューアル1品を3月1日より発売する。新製品は全て国内協力工場での生産。

弁当向けは「かにかま玉子ロール」と「カップ入りキーマカレー」の2品。「これまでは中高生向けが主体だったが、今回は若年層に限らない」（六鹿文雅 営業本部副本部長）と、従来よりもターゲットを拡大した。弁当向け商材ではあるものの「弁当需要だけを追っただけでも限界がある。食卓の副菜など幅広い食シーンを考えている」（同）。

「かにかま玉子ロール」は、子供も大好きなかに風味のかまぼこを薄焼き玉子でふんわりと巻いた。国内工場の新鮮な割卵を使用し、食べやすい大きさと、味わいよく仕上げた。弁当の彩りにもよいが、磯辺揚げなどにすると、さらにおいしく食べられる。

「カップ入りキーマカレー」は、こだわりのルーでじっくり煮込んだ一品。国産の鶏肉とたまねぎ、じゃがいも、にんじんを使用。そのまま弁当に入れるほか、ドライカレー、オムレツやパンの具材など様々なシーンで利用出来る。

和風スナックは「おさつが入ったじ



ゃがいももち」の1品。北海道産のじゃがいもを使用したモチモチのじゃがいももちで、ほんのり甘いさつまいもあんを包み、相性もピッタリ。和風スナックの品揃えが強化でき、おやつや夜食にも最適な一品。

ほかに内食化傾向に対応し、ご飯ま

わり商材の強化として井の具3品を追加。牛肉と玉ねぎを特製タレでじっくり煮込んだ「牛井の具 2個パック」、牛カルビをゴマと香味野菜のうま味が効いた特製タレでじっくり煮込んだ「カルビ井の具 2個パック」、やわらかな豚肉を特製タレでじっくり煮込んだ「豚井の具 2個パック」を発売する。

全て保存料、着色料、化学調味料は不使用。レンジでもお湯でも解凍でき、井の具に限らず様々な料理に利用することも出来る。

今回発表の新商品は、ホームページやモバイルサイトで、ひと手間かけたメニューを提案していく。

## ■ ヤヨイ食品

## 在宅向け「ソフリ」に3品追加

ヤヨイ食品は、やわらか食『ソフリ』の在宅向けアイテムを3品追加し、1月から発売している。

業務用で着実にアイテムを拡充している『ソフリ』だが、昨年からの在宅向けにも通販を中心に提案している。要介護者のうち75%（約300万人）は在宅介護者であり、潜在需要は大きい。

在宅向けはタレがセットになったレンジ調理商品。これまで肉・魚・副菜の各2品、計6品だったが、「鶏の照り焼き風ムース」「カレイの煮付け風ムース」「ひじきの煮物風ムース」と肉・魚・副菜各1品を追加し、計9品の品揃えとなった。



## イートアンド 「たれ付餃子」でキャッシュバック

イートアンドは4～6月の3ヵ月間、「王将 たれ付餃子」を対象に、現金1万円を1000人にプレゼントする「1000万円キャッシュバック！キャンペーン」を実施する。

商品のバーコード3枚を1口として応募するクローズド方式。パッケージ上でアピールするのはもちろん、パネル等を使用した店頭での紹介、Webでの告知などにも力を入れ、大々的に展開していく予定。

同社では30万人以上の応募者数を予想しており、冷凍食品としては非常に大規模なものとなる。キャンペーン期間中の出荷量は首都圏で前年比150%、その他エリアで200%を狙っており、数量で200万パック増を目指している。

「たれ付餃子」ではこれまでも消費者キャンペーンを実施しており、終了後も月平均出荷数量が08年度101%、



09年度308%と伸びた。トレーディング本部関東営業所の清水由智所長は「今回もキャンペーンをきっかけに、底上げされることを期待している」と意欲を示す。「売上げ拡大だけでなく、冷凍餃子の市場活性につなげたい。冷凍餃子の良さをより多くの人に知ってもらえれば」と話している。

キャンペーンと連動した売場提案では、餃子だけでなく焼売や小籠包、炒飯などのアイテムも集合陳列することで『王将』コーナーの設置も提案。ブランドとしての訴求も積極的に行う。

## ヤヨイ食品 「新商品で不安打ち消す」藤嶋社長

ヤヨイ食品は今春の新商品で開発のスタイルを変更。営業マン7人が開発に携わった。

藤嶋照夫社長は「これからどうなるのかという不安を打ち消し、閉塞状態を救うのは、新しいコンセプトで作りに上げた新商品。開発力はこれからの要になってくる」と新商品の重要性を強調。新年の挨拶回りにも自らパンフレット持ち歩き、商品をアピールしている。

藤嶋社長 新商品で世の中を明るくしていきたい。残念だが、今は「安かろう悪かろう」が蔓延し過ぎている。それで日本の食品需要が伸びるのか。

もちろん合理化・集約化・寡占化は進むだろう。我々も経営努力をしており、収益性は若干持ち直してきた。それをバックアップするのはこの新商品と考えている。

廉価版も良いかもしれない。しかし

お客様は本当に満足しているのか。「おいしかった」「また買おう」と言っただけなのか。それを見極めていきたい。今年は勝負の年になる。

当社はあらゆる合理化を行っている。情報インフラへの投資により、「見える化」も進んでいる。商品のポートフォリオ、NBとPBのバランスもよく見ている。ただしそれを口頭で言っただけでも仕方ない。商品で具現化していく。



新商品への意欲を語る藤嶋社長



大冷の骨なし魚



解凍しないですぐ調理  
「楽らくクックシリーズ」

特許番号4282746取得 **新ラインナップ登場!**

---

楽らく骨なし日本さば



**60g×5切×16袋×2合 他に40g・80gあり**

---

楽らく骨なしとろシルバー



**60g×5切×16袋×2合 他に80gあり**

---

楽らく骨なしたち魚



**60g×5切×16袋×2合 他に80gあり**

安全・安心に配慮した  
「トレース情報システム」導入

ニーズに応える豊富な品揃え

株式会社 大 冷

本社 〒104-0052 東京都中央区月島2-3-1  
 東京支店 TEL:03(3533)4495(代) FAX:03(3533)2402  
<http://www2.dai-rei.co.jp>

札幌支店	TEL:011(218)0070(代)
仙台支店	TEL:022(713)7920(代)
高崎支店	TEL:027(326)4111(代)
名古屋支店	TEL:052(218)6177(代)
金沢営業所	TEL:076(210)7650(代)
大阪支店	TEL:072(627)1005(代)
広島支店	TEL:082(532)8080(代)
高松営業所	TEL:087(833)2923(代)
福岡支店	TEL:092(626)9222(代)
鹿児島営業所	TEL:099(226)5350(代)