

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 9 2009

09秋

新製品特集

PART 1



## 北海道、天候異変で原料大不安

## ケイエス冷凍食品

## 北海道牛乳使用の「カルボナーラフライ」

日～12月31日の期間で  
「ファミリーでハッピー

ケイエス冷凍食品の家庭用新製品は2品、リニューアル3品。新製品は全て国内協力工場生産で、弁当利用を想定している。9月1日発売。

5品全て「国内工場生産」マークをパッケージに記載。

新製品「カルボナーラフライ」（6個入）は北海道牛乳に、たまねぎ・にんじんを加えたカルボナーラソースが味のポイント。マカロニを加え、サクサクの衣でフライにした。油調済み。

「おべんとうとりそばろ」（4個入）



は、国産しょうが使用の特製たれで、国産鶏使用のとりそばろを煮込み、たまごそばろをトッピングした。紙カップ入りで、調理が簡単にでき、そのまま弁当にも使える。

## 「肉だんご」3個×4袋入に

今季のリニューアルは主力3品。

「国産肉 肉だんご」は入数を6個×2袋入から、3個×4袋入にリニューアル。パッケージトレイを廃止し、ごみの削減を推進する。

電子レンジ調理はこれまでは内袋から取り出す必要があったが、内袋に1cm程度の切れ目を入れるだけで調理可能になった。従来のボイル調理も可能で、調理時間が短くなった。泉佐野工場生産。

また、リニューアルに合わせ10月1

ーキャンペーン」を展開する。これまで「肉団子」のコア購入層は30～50代主婦だった。しかし、今キャンペーンは低購入層の20～30代女性をターゲット世代としている。

「おべんとう焼とり串（照焼）」と「国産鶏 からあげ串」は6本入から5本入にリニューアルし、価格も改定する。国内協力工場生産。

また、今季新製品とリニューアル品の5品と「エビのチリソース」「同2個パック」「国産鶏つくね串」の合計8品にQRコードを印刷した。

パッケージ裏面のQRコードを携帯電話で読み込むと原材料原産国、生産工場と所在地、商品規格、料理アラカルトなどを検索することができる。

その他の商品についても、順次開示を予定している。

## イートアンド

## 買いやすさ訴求した「大粒肉焼売」

イートアンドの新製品は2品、リニューアル3品、季節商品1品で、8月17日発売。“ベーシックな商品の品揃え強化”と“値ごろ感の追求”をテーマに提案している。

「王将 大粒肉焼売」は、商品名の通り1個30gの食べ応えのある焼売。国産豚肉・鶏肉を使用しているほか、袋のまま電子レンジで調理できる簡便さも特徴となっている。

夕食シーンをメインに想定しているが、冷めても柔らかく、弁当にも利用できる。これまでは8個入で発売していたが、買いやすさを追求し6個入に変更。想定売価を300円前後に抑え、新製品として発売した。

「王将 直火で炒めた炒飯」は、炒め工程でパラパラの食感を実現。チャーシュー、玉子、ねぎのシンプルな素

材で、パラッと香ばしい本格的なプロの味を再現している。

これまで個食需要を狙い250gで提案していたが、グラム当たりの単価を下げ、冷凍米飯としてベーシックな430gで発売する。「味への評価はこれまでも高い」（トレーディング本部清水由智関東営業所長）と話しており、今後の動向が注目される。

## 価格抑えリニューアル

リニューアルの「小籠包」「甘酢からあげ」「餃子」の3品は、いずれもより求めやすい価格に見直した。

なお、この「餃子」は、同社主力の「たれ付餃子」とは別の、黒い箱に入った高付加価値商品。

袋ごとレンジ調理できる「小籠包」は、本格飲茶を家庭で楽しめる商品。想定



売価を320円から298円にするとともに、パッケージも変更した。

「餃子」は、差別化アイテムとしてこだわりのスーパーなどに導入されている商品。中具の挽肉には豚肉のみを使用している。今回、重量を1個20gから18gに、想定売価は498円から398円に変更した。

季節商品の「豚まん」は、昨年は中国問題の影響により苦戦を余儀なくされた。しかし今年是中国産への風当たりが弱まっていると見ており、中国産・国産の両方を揃える「水餃子」とともに、秋冬商材として注力していく。