

# 清水食品「Daily Soup」シリーズをリニューアル



「節約と本格志向を両立して毎日をサポート」

今秋、「Daily Soup」シリーズ3品をリニューアル発売します。当初、2020年秋冬新商品として発売したのですが、当時は新型コロナウイルス感染症拡大で買物回数を減らすなど、まとめ買いのニーズが高まっており、3個入りパック商品として開発しました。その後、長期化するコロナ禍で在宅勤務が定着するなか、自宅で美味しいスープを召し上がっていただきたいの思いから再度、味わいやパッケージなどを刷新しました。

直近の市場動向と

## インタビュー

清水食品は、スープカテゴリー活性化に向け品ぞろえを強化している。基幹商品「シェフズリザーブ」シリーズのほか、国内販売代理店業務をしている「キャンベルスープ」に加え、今秋から「Daily Soup」シリーズをリニューアル発売する。コロナ禍で在宅勤務が定着するなか、自宅で美味しいスープを楽しんでもらおうと、味わいやパッケージなどを刷新した。大石倫子商品企画・開発部課長に開発の背景や今後の方針を聞いた。

(聞き手 三浦正幹)

## まとめ買いタイプでスープカテゴリー活性化

「節約と本格志向を両立して毎日をサポート」

として、世帯収入の減少傾向に反し、食品やガソリン・電気代など生活必需品の値上げが続いており、今後節約志向はますます高まることが予想されます。また、粉末のインスタントタイプでなく、素材の食感をしっかりと味わえるスープを召し上げる機会が増えているという調査結果を踏まえ、当初設計した「節約と本格志向を両立して、毎日の食卓をサポートできるスープ」



大石倫子商品企画・開発部課長

「粒入りコーンスープ」は、粒コーンたっぷりでコーンの旨みがきいた濃厚でクリーミーなおいしさ。「ミネストローネ」は、8種類(じゃがいも・たまねぎ・にんじん・ズッキーニ・赤ピーマン・セロリなど)の野菜の旨みがたっぷりのコクのある味わいです。これら3品とも具沢山であることが特長で、粉末タイプやフリーズドライとは違い、野菜の

を踏襲しリニューアルしました。

「毎日選べる人気の3種・毎日食べたい・毎日でも経済的」

「Daily Soup」は、「毎日選べる人気の3種(粒入りコーンスープ・クラムチャウダー・ミネストローネ)」、「毎日食べたい(素材の美味しさを大切に化学調味料は不使用)」、「毎日でも経済的(リーズナブルで買い置きに便利3袋入り)」をキャッチコピーに、レトルトならではの高い品質を追求しました。

食感や素材そのものの美味しさを味わえるレトルトならではの強みを活かした商品です。

「ホームメイド感やアットホーム感を意識」

弊社ではもともと、スープの基幹商品「シェフズリザーブ」シリーズ(2002年発売)がありますが、こちらはシェフ監修で「レストランの味をご家庭で」をコンセプトにしたリッチ感のあるタイプです。「Daily Soup」シリーズは、ホームメイド感やアットホーム感を意識しており、手軽さや気軽さで差別化しています。「シェフズリザーブ」シリーズよりはリーズナブルな価格設定で、日頃の食卓に使っていただけるようにとの思いを込めています。

また、弊社ではモノづくりの基本姿勢として化学調味料等、なくてもいいものには頼らないことを意識しており、「Daily Soup」

におきましても使用せず、これまでの技術と経験をベースに美味しさを実現しています。

スープのバリエーションとして粉末タイプなどで馴染みのあるコーンだけでなく、「シェフズリザーブ」や弊社

が国内販売代理店業務をしている「キャンベルスープ」においてクラムチャウダーやミネストローネのニーズが高まっており、それらを加えた3品のラインアップとして選べる楽しさを求めました。

今回のリニューアルでは、お客様のご意見を反映しながら、パッケージも見直し、シズルを加え品質の高さを可視化したほか、バイオマスインキ包装で環境対応にも配慮しました。さらに、開封後も便利に個包装への印字を施しました。

スープは、気分転換や小腹を満たすのに適した食品だと思いたすので、朝食、昼食、夕食のほか、ちよつと一息つきたい時などにも利用していただきたいと思います。

今年、基幹商品「シェフズリザーブ」シリーズ発売から20周年の節目の年でもあります。市場環境が変化する中で、現在は値上げラッシュが続いている状況ですが、「Daily Soup」は自社工場生産を完結できる強みを活かし、価格転嫁を極力抑えることで、お客様のお手に取っていただける機会を少しでも増やせるように営業活動も積極的に行っています。