

# シマヤ、粉de鍋が好調

【大阪】シマヤは今秋、顆粒の鍋つゆを「粉de鍋」として刷新した。一目で商品の特徴が伝わるようパッケージも大きく変更。導入店舗数は前年同期比で2ケタ伸長しており、好調だ。同社の和高靖商品部長（写真左上）に話を聞いた。

（聞き手 宮本美智子）

## 「粉de鍋」に刷新した背景は

昨年、鍋つゆ市場への参入に挑戦することとした。後発メーカーとして、消費者の身近な困りごとを解決することにヒントがあるのではと考え、オープンデー

タから現状の

鍋つゆの不満点を洗い出した結果、「味の調整がしにくい」という声が多かった。その不満を解決する手段として、シマヤらしさを軸に業界では初めての「スタンドパウチ入りの顆粒鍋つゆ」を開発し、「これスゴ

というブランドで発売した。市場投入後は小売りからの評価は高く、市場での新しさも一定の支持を得たが、導入店舗数は思うように伸びなかった。発売2年目を迎える前に、商品の改

## 汎用性の高さと訴求で通年展開狙う

善点を探るべく、購入者100名にアンケートを実施した。その結果、「味の調整のしやすさ」「鍋物以外にも使える汎用性の高さ」は評価された一方で、「使い方がわかりにくい」という意見が目立った。消費者

にとつてのメリットの訴求が十分ではないと判断し、コンセプトを伝えることを主眼にブランド名とデ

ザインを刷新するリニューアルに踏み切った。

顆粒の鍋つゆであることが一目でわかるよう、画像と「サツ」という文言を大きく配置。コスパが良いことを打ち出すため、約8人前という文言を目立



品に育てていきたい。商品の包材にもこだわった鍋つゆ棚で定番棚を分け

たせた。汎用性の高さを知ってもらうため、「だし旨寄せ鍋つゆ」なら「野菜炒め・うどんにも」「濃厚とり塩鍋つゆ」なら「中華スープ・塩焼きそばにも」と鍋以外のレシピを明示した。リニューアルに際し、商品の特設サイトを開設。商品に掲載している以外のレシピを多数紹介している。商品にQRコードを配置しており、特設サイトに遷移するようしている。いずれは、鍋シーズンのみでなく、通年で販売できる商

で増えている。——夏の長期化で、鍋つゆ市場を取り巻く環境は変わりつつある。今後どうなると予想するか。現在は、定番と流行のものどちらかという流れ。有名ラーメン店とのコラボや、ブームのマーラータンなど、流行のものは入れ替わりも早い。我々としては、「粉de鍋」を定番として定着させ、ブランドとしての認知を高めていきたい。挑戦的なフレーバーも展開していく。

## 食は、どこまで人生を楽しくできるのだろう。

100年先へ、食をつなぐ。  
食が創造する未来は、きっとオイシイ笑顔にあふれている。

三菱食品は、皆さまに支えられ、  
設立から100周年を迎えることができました。  
明日も、そして100年先も、  
オイシイ笑顔があふれていますように。  
人生が、食の楽しさで彩られていますように。

