



鍋つゆの不満点を洗い出し
た結果、「味の調整がしにくく」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

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

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コードを配り、通年で販売できる商

「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。

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

たせた。汎用性の高さを知つてもらうため、「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

——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

——「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、オーブンデーから見大いに汎用

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つた。発売2年目を迎える前に、商品の改

顆粒の鍋つゆであること
が一目でわかるよう、画像
と「サッと」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

吊り下げBOX」(同右下)を採用した。箱ごと陳列できて売場展開が拡がり便利といふことで評価も高い。

—配荷状況は

導入店舗数は、前年同期比で170%と予想を超える

【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)

シマヤ、粉de鍋が好調

品に育ててい
きたい。

A supermarket aisle featuring a display of Nissin instant noodle products. The display is organized into several sections: 1) Top left: Large boxes of Nissin Cup Noodles (大盛) in various flavors. 2) Top right: Boxes of Nissin Cup Noodles (濃厚) in various flavors. 3) Middle left: Boxes of Nissin Cup Noodles (濃厚) in various flavors. 4) Middle right: Boxes of Nissin Cup Noodles (濃厚) in various flavors. 5) Bottom left: Boxes of Nissin Cup Noodles (濃厚) in various flavors. 6) Bottom right: Boxes of Nissin Cup Noodles (濃厚) in various flavors. The products are arranged on shelves and in a small cart, with price tags visible in some sections.

商品の
包材にもこだ
わった
鍋つゆ棚で
定番棚を分け

汎用性の高さ訴求で通年展開狙う

次況は評価も高い。

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、皆さんに支えられ、
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。

100th

