

2019年7月2日

冷凍餃子のターゲット・オケージョンをさらに拡大へ 食べ始めたらとまらない「ひとくち餃子」を新発売！！

2019年8月11日（日）より全国で発売開始

味の素冷凍食品株式会社（社長：黒崎正吉 本社：東京都中央区）は、食べ始めたらとまらない“無性に食べたくなる餃子”「ひとくち餃子」を2019年8月11日（日）より全国で発売します。



「ひとくち餃子」
(新製品)

冷凍餃子のトップを走り続ける「ギョーザ」

当社の「ギョーザ」は、＜元祖油・水なし＞で誰が焼いても綺麗なパリッパリの羽根ができる餃子です。1972年の発売から“永久改良”を掲げ、2003年度～2018年度まで市販用冷凍食品において16年連続売上日本一を誇る製品にまで成長し、お客様から“家庭の味”として親しまれています。（2019年当社調べ）

冷凍餃子市場のさらなる拡大に寄与した「しょうがギョーザ」

当社の「ギョーザ」は“いつも食べたい餃子”の定番として発売以来ご好評いただいておりますが、さらなるおいしさを追求し、2018年秋季にうす皮で肉汁ジュワツとあふれるおいしさに進化しました。同時に“いつも食べたい餃子”の新定番として、にんにく不使用で飽きのこない味の「しょうがギョーザ」を発売したところ、2018年度下期冷凍食品売上ランキングで、「ギョーザ」が1位、「しょうがギョーザ」が10位という大ヒットを記録。「ギョーザ」、「しょうがギョーザ」の2品種をラインナップしたことで、冷凍餃子市場に新たな顧客を呼び込むことに成功しました。また「しょうがギョーザ」の発売によって平日やランチにもオケージョンが広がり、2018年度の冷凍餃子市場は前年比105%と市場拡大に寄与しました。



1位「ギョーザ」



10位「しょうがギョーザ」

既存の冷凍餃子とは異なるターゲット・オケージョンを拡大する「ひとくち餃子」

2018年度の冷凍餃子年間購入率は、「ギョーザ」が約18%、冷凍餃子全体でも約40%と、さらなる市場拡大の余地があります。

そこでこのたび、今後さらに高まる見込みの家飲み需要にお応えすべく、“いつも食べたい餃子”とは異なる“無性に食べたくなる餃子”、「ひとくち餃子」を発売します。「ひとくち餃子」は、お酒によく合う、食べ始めたらとまらない、扇型のパリッパリ食感とピリッと辛いラー油を使用した、コク深い味わいが楽しめるひとくちサイズの餃子です。

「ひとくち餃子」の発売により、ターゲット・オケージョンを拡大する製品ラインナップを強化することでさらなる冷凍餃子市場の拡大を図ります。

