

2020年7月20日

～ギョーザ売上日本一※の味の素冷凍食品が追求したおいしさ～
耳たぶ食感の「水餃子」が新発売！！

2020年9月6日（日）より全国で発売開始

※市販用冷凍・チルド餃子市場2019年度売上金額ベース、味の素冷凍食品(株)ギョーザブランド計、当社調べ

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、厚みと弾力のある皮にこだわった耳たぶ食感の「水餃子」を、2020年9月6日（日）より全国で発売します。



冷凍水餃子の可能性

餃子発祥の地、中国では、水餃子は主食として食べられています。一方、“餃子といえば焼餃子”が主流の日本では、水餃子は、スープなどの汁物の具材に最適、ゆでるだけなので調理が簡単、調理で油を使わないので焼餃子よりもあっさりしているといった点が魅力となっており、焼餃子以上に汎用性が高いことから、喫食シーンを広げられるチャンスがあります。

2019年度の冷凍水餃子市場は約55億円と、2016年度比で118%と伸長している一方で、冷凍水餃子の新規購入率は横ばいであることから、トライアルを獲得することによる市場拡大が期待できます。

ギョーザ売上日本一※の当社からこだわりの「水餃子」が新発売

水餃子の形状、大きさ、皮・中具について、あらためて“おいしさ”を追求した結果、“厚みと弾力のある皮”で中具を包み、そのうま味を逃さないことがおいしい水餃子のポイントであることがわかりました。


当社の「ギョーザ」は17年連続売上日本一※の製品で、1970年の創業当時から、冷凍餃子の技術開発と品質改良を重ねてきました。（※2003年度～2019年度、冷凍食品単品売上金額ベース、当社調べ）このたび、その技術と知見を活かし、厳選した小麦を使用し、丁寧にしっかりとこねることで、耳たぶのような理想的な厚みと弾力のある皮を実現し、その皮でうま味たっぷりの肉汁をしっかりと閉じ込め、噛んだ瞬間にジュワッと肉汁があふれ出る「水餃子」を発売します。

積極的なプロモーションを展開し、冷凍水餃子市場の創造へ

当社は、水餃子そのもののおいしさ・価値を訴求するTVCMやWEBを中心とした広告に加え、消費者キャンペーンや、店頭での販売促進活動等を複合的に活用した積極的なプロモーションを展開し、冷凍水餃子市場を盛り上げます。

また、需要の高まる冬場は鍋やスープの具材として、春夏は新たな食べ方提案によるメニュー訴求を行うことで、水餃子の通年での需要喚起を図ります。

1. 製品概要： ※ **FRESH FROZEN AJINOMOTO** ブランド

パッケージ	製品名	容量	製品特長	調理方法
	水餃子	標準15個入り※ (225g) ※1個当たりの重さにより 14~16個入ります。	水餃子のおいしさに重要な厚みと弾力のある皮で、ジューシーな中具を包みました。厚みと弾力のある皮なので、肉汁を閉じ込め、おいしさを逃しません。お肉と野菜はすべて国産を使用。	ゆでる 煮る 電子レンジ

2. 発売日：2020年9月6日（日）

3. 発売地域：全国

4. 賞味期限：年月日で表示

5. 希望小売価格：設定せず

6. デジタルパンフレット：https://my.ebook5.net/ffa_ajinomoto/pamphlet_retail/
※2020年7月20日（月）公開予定

7. お客様向けお問い合わせ先：味の素冷凍食品(株) お客様相談室
[フリーダイヤル] 0120-303-010