

見栄えチェンジ

使い勝手アップ

容器の進化で 佃煮市場に革命を！

～バイオカップ パフル～



1

縮小する佃煮市場

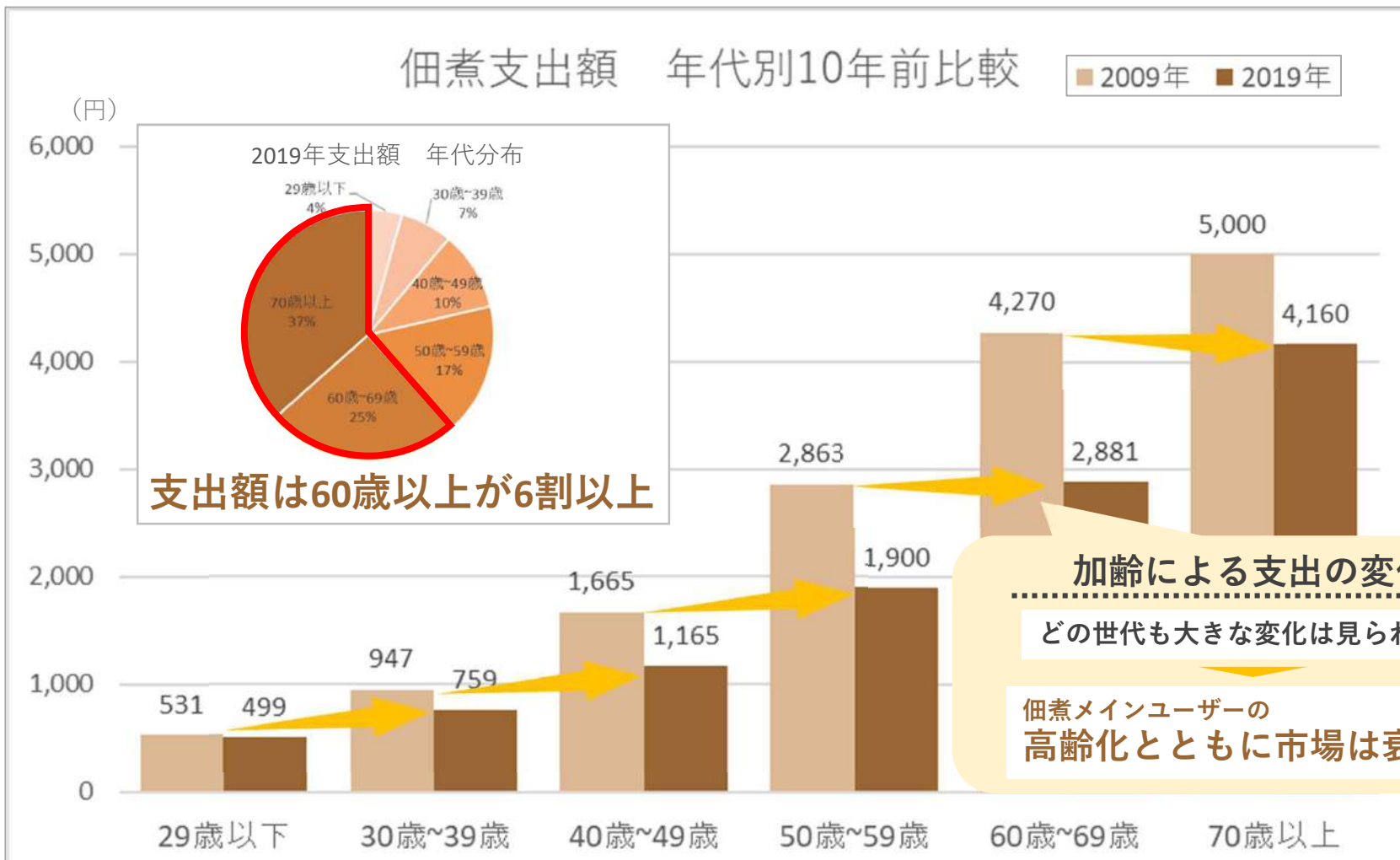


※総務省 家計調査 品目別支出金額（二人以上世帯）の魚介のつくだ煮、こんぶつくだ煮、他の野菜・海藻のつくだ煮を抜粋

その要因は・・・

1

縮小要因は佃煮ユーザーの高齢化

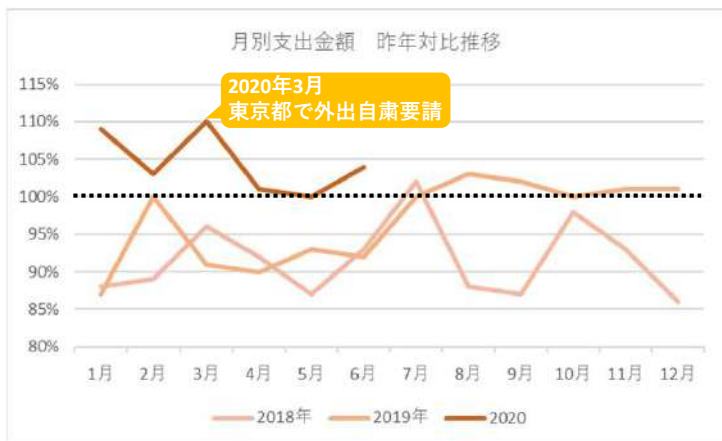


若年層を中心とした全体的な底上げが必要！

※総務省 家計調査 品目別支出金額（二人以上世帯）の魚介のつくだ煮、こんぶつくだ煮、他の野菜・海藻のつくだ煮を抜粋

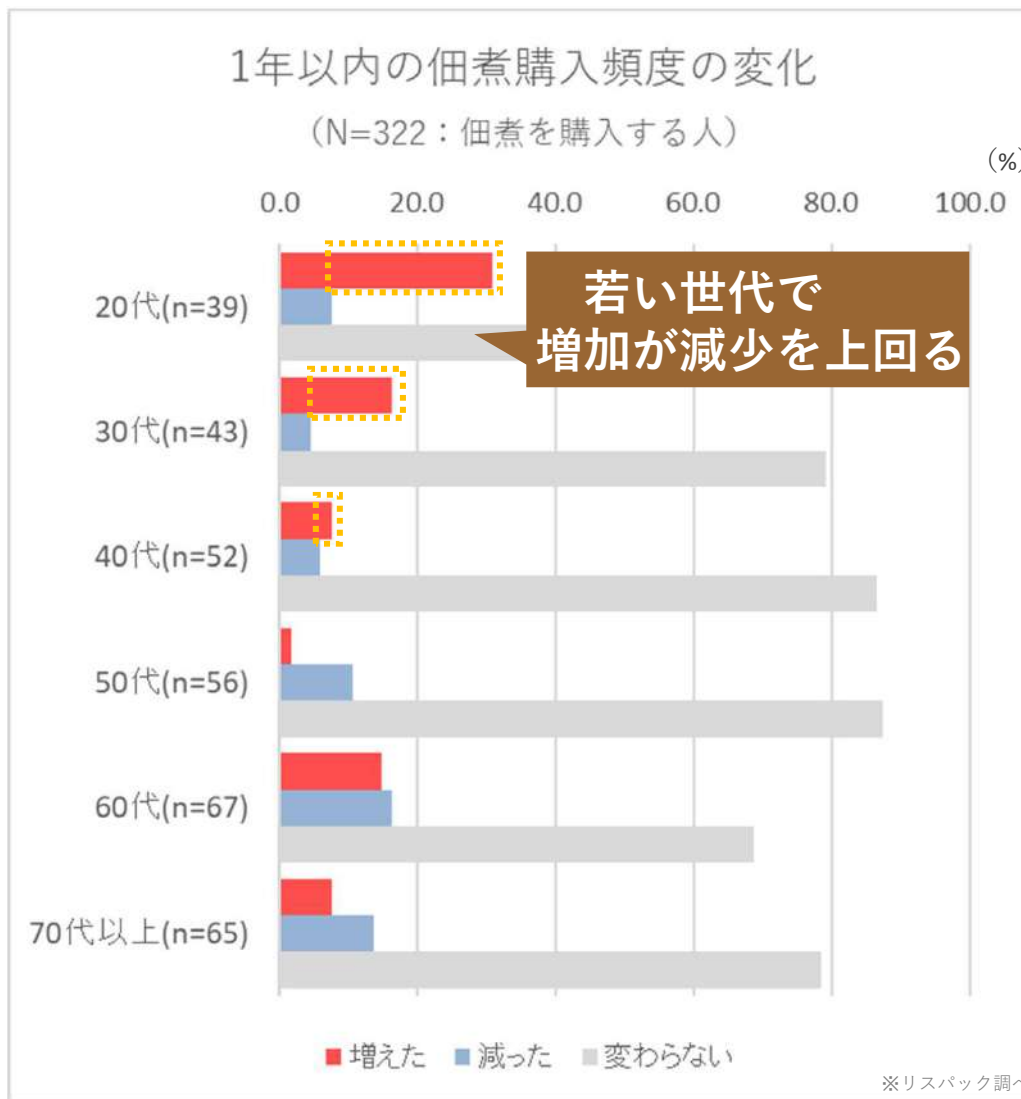
1

佃煮の魅力、コロナ禍で再評価!?



※総務省 家計調査 品目別支出金額 (二人以上世帯)

コロナの自粛期間 佃煮の支出は大きく伸長



今こそ、佃煮の魅力を伝え、市場底上げにつなげるチャンス

見栄えチェンジ



使い勝手アップ



容器のチカラで
佃煮の魅力が見つかる！伝わる！
～バイオカップ パフル～

2

TC蓋

商品の魅力を最大限に伝える佃煮容器

従来品

浅本体 + 高蓋の立体盛

高蓋の角が
スリ感が目立つ



パフル

深本体 + 落とし蓋の
ぎっしり感 & 広々天面!



ぎっしり感
UP



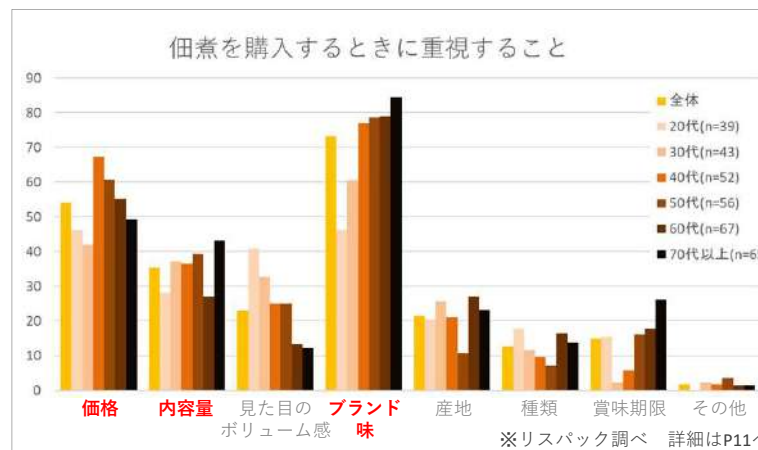
天面リブあり



天面リブなし
フラット天面

ボリューム感
UP

天面積 **134%** UP



2位「価格」、3位「内容量」 価格に見合った見た目が重要!

高年ユーザー程、「ブランド・味」を重視



天面が広いからラベルで
ブランド訴求をしつつ
中身もしっかり見せられる

中身がよく見える

見た目スッキリ!

TC蓋

生活者にやさしい!

容器が叶える“使いやすさ”

使い勝手UP

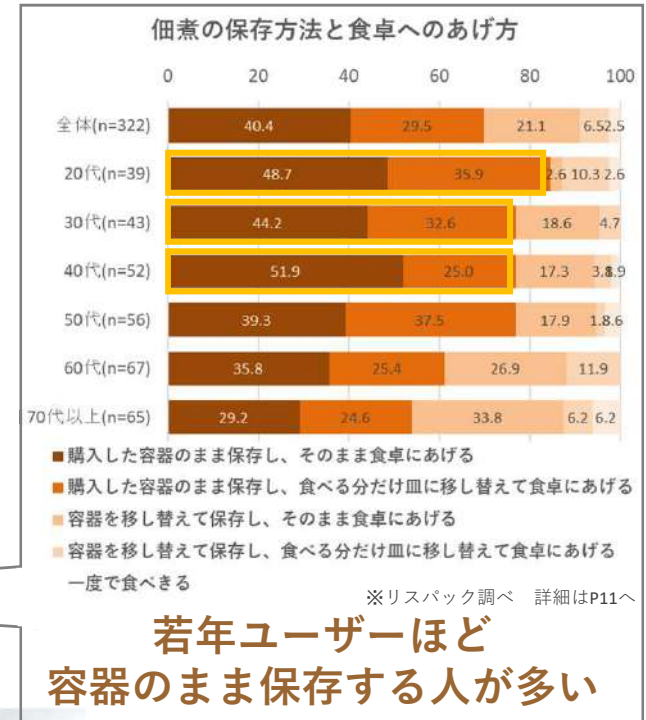
細かな具材も安心!

蓋開け時に飛び散りにくい

従来品



パフル



平らな天面で上に物を置きやすい!

マイバッグ・冷蔵庫でも収納効率UP

従来品【oc】



パフル【TC】



2



生活者にもっと手軽な佃煮食シーンを提案！ フルフル機能で実現「かけて食べる佃煮」

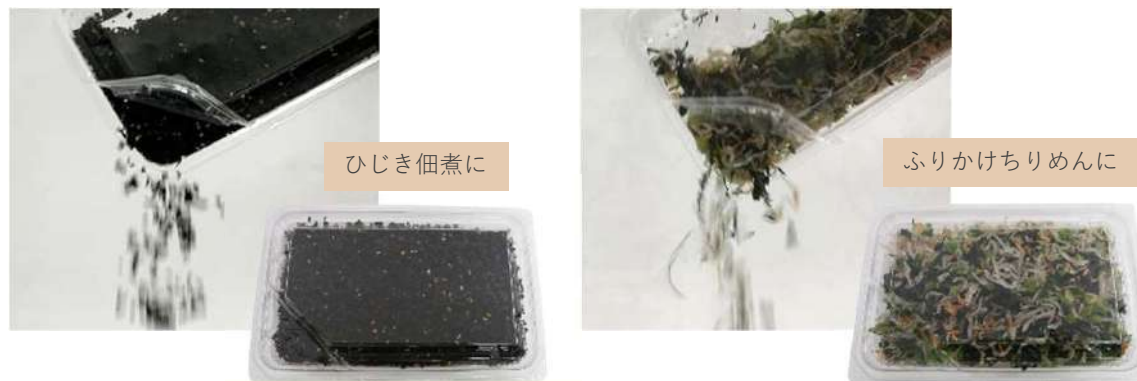
比較的粘度の低いパラパラ佃煮に
フルフル機能付きのOCARを使用

若年層も手に取りやすい！高年層も手軽に食べられる

ふりかけ感覚で食べられる
「かけて食べる佃煮」



ふりかけ感覚で手軽に
食べられる生活者に嬉しい機能！

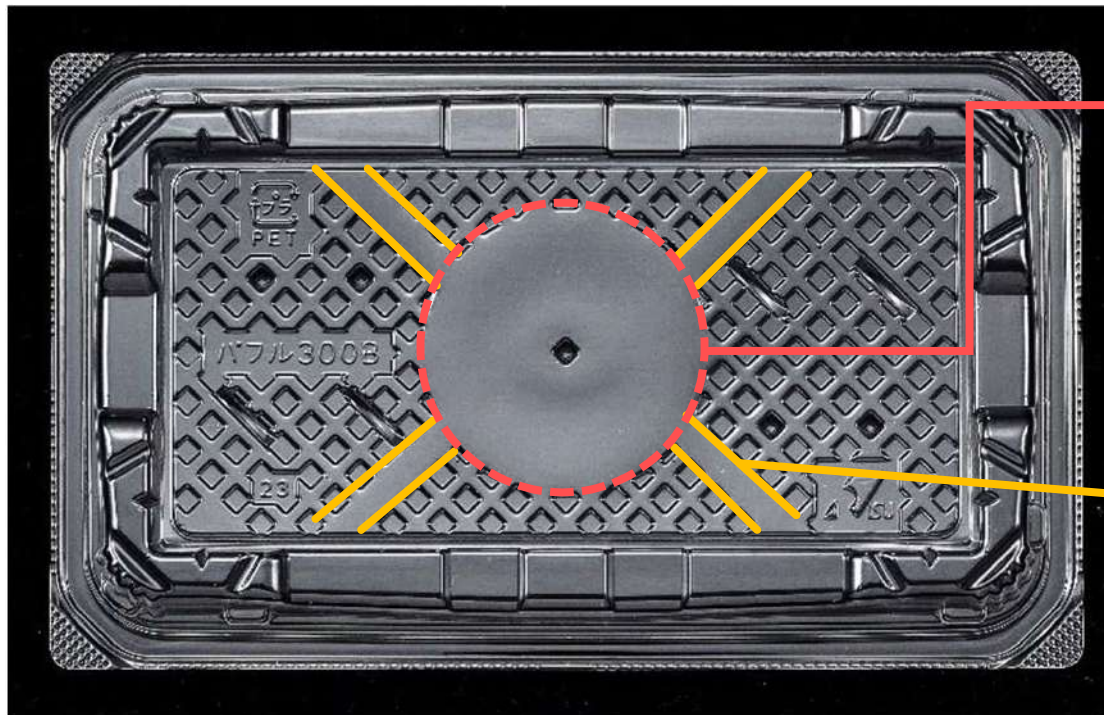


※フルフル機能は中身の粘度によりご使用になれない場合がございます

2

他にも嬉しい機能満載！

作業者にやさしい本体形状



自動供給機対応！

自動供給機が
対応しやすい凹凸のない平面部

裏ラベルが
貼りやすい！剥がれにくい！

食品衛生法の改正による
ラベルの大型化に対応

開発秘話

使用頻度の高いラベルサイズを調査。
クローズの平面部にラベルの角がくるように設計し
貼りやすく剥がれにくい形状が実現しました。

安心盛付けの深型

容器からこぼれる心配がなく
安心して盛付けが出来る

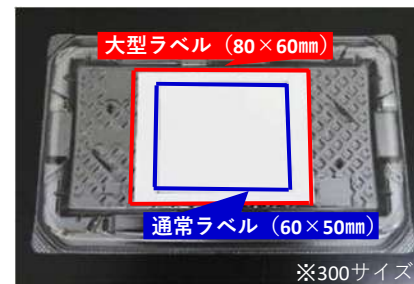
本体が浅いから
広げる時にこぼれないよう
配慮が必要

従来品



パフル

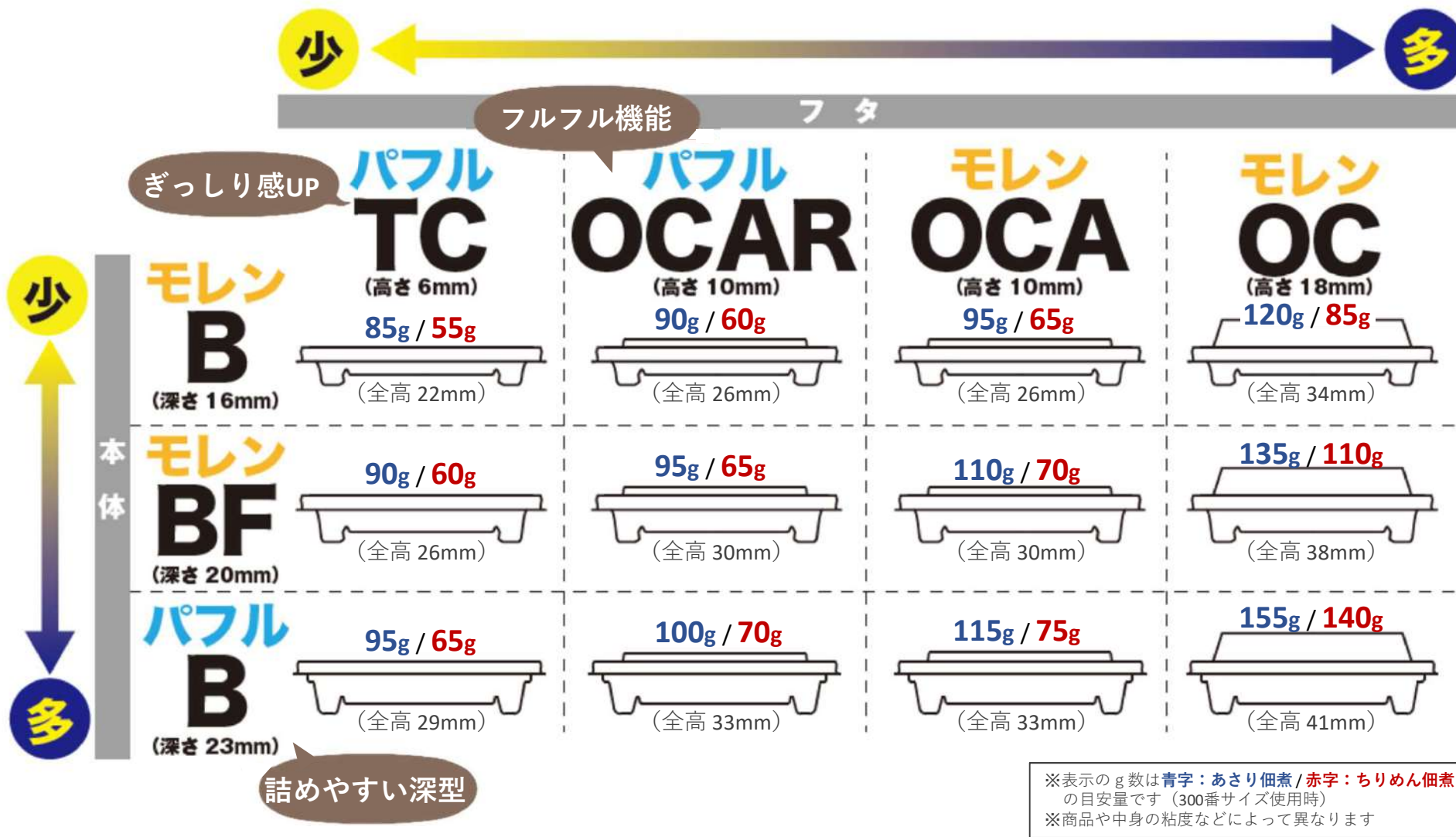
広げて均しても
深型本体の壁がストッパーになり
こぼれにくい



2

従来品

モレンと兼用可！幅広い容量に対応！



催事や増量セールなど様々なシーン、相場に合わせて量目調整が可能です

佃煮に関する生活者アンケートレポート

《アンケート概要》

- 調査方法 Webアンケートシステム
- 実施期間 2020年11月09日～11月12日
- 調査人数 600名（男性51.7%：女性48.3%）

20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	合計
100	100	100	100	100	100	600名

トピックス

約2割が月1回以上佃煮を購入も、46.3%が「購入しない」

P.13

高年層ほど購入頻度は高くなり、若年層ほど「購入しない」割合が高まる。

佃煮購入で重視するのは「味・ブランド」73.3%がトップ

P.17

20-30代は「ボリューム感」、40-50代は「価格」を重視する傾向が強い

佃煮の理想量目は50g以下で64.2%

P.19

若年層ほど30g以下の食べきりサイズを望む傾向が強い

佃煮を購入しやすい売場は「お惣菜売場」65.2%

P.21

特に60代以上は7割近くの人がお惣菜売場と回答。30代以下では「お弁当売場」も他年代より高い

69.9%が佃煮を容器のまま保存。40.4%が容器のまま食卓へ

P.22

若年層ほどその傾向が強いが、70代以上では「容器を移し替えて保存し、そのまま食卓にあげる」が33.8%と最も多い

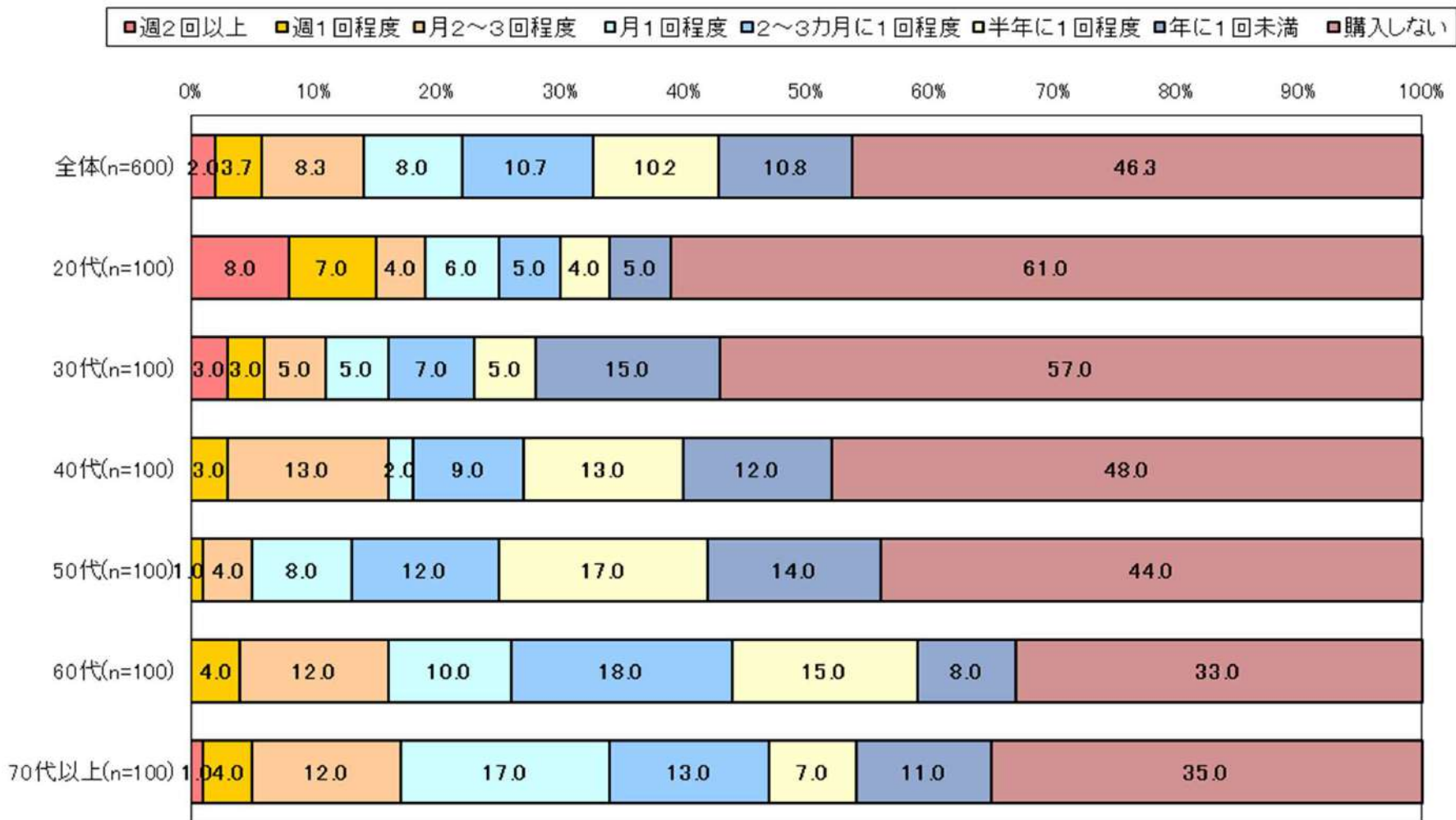
佃煮に対する不満は「塩分が多い」が33.2%と最も高い

P.24

60代以上では4割以上が「塩分量」を指摘。
その他、蓋の開けやすさやリキャップ性能など包材に関する不満も約2割あり。

購入頻度

Q 1、佃煮を購入する頻度にあてはまるものをお選びください (S A)

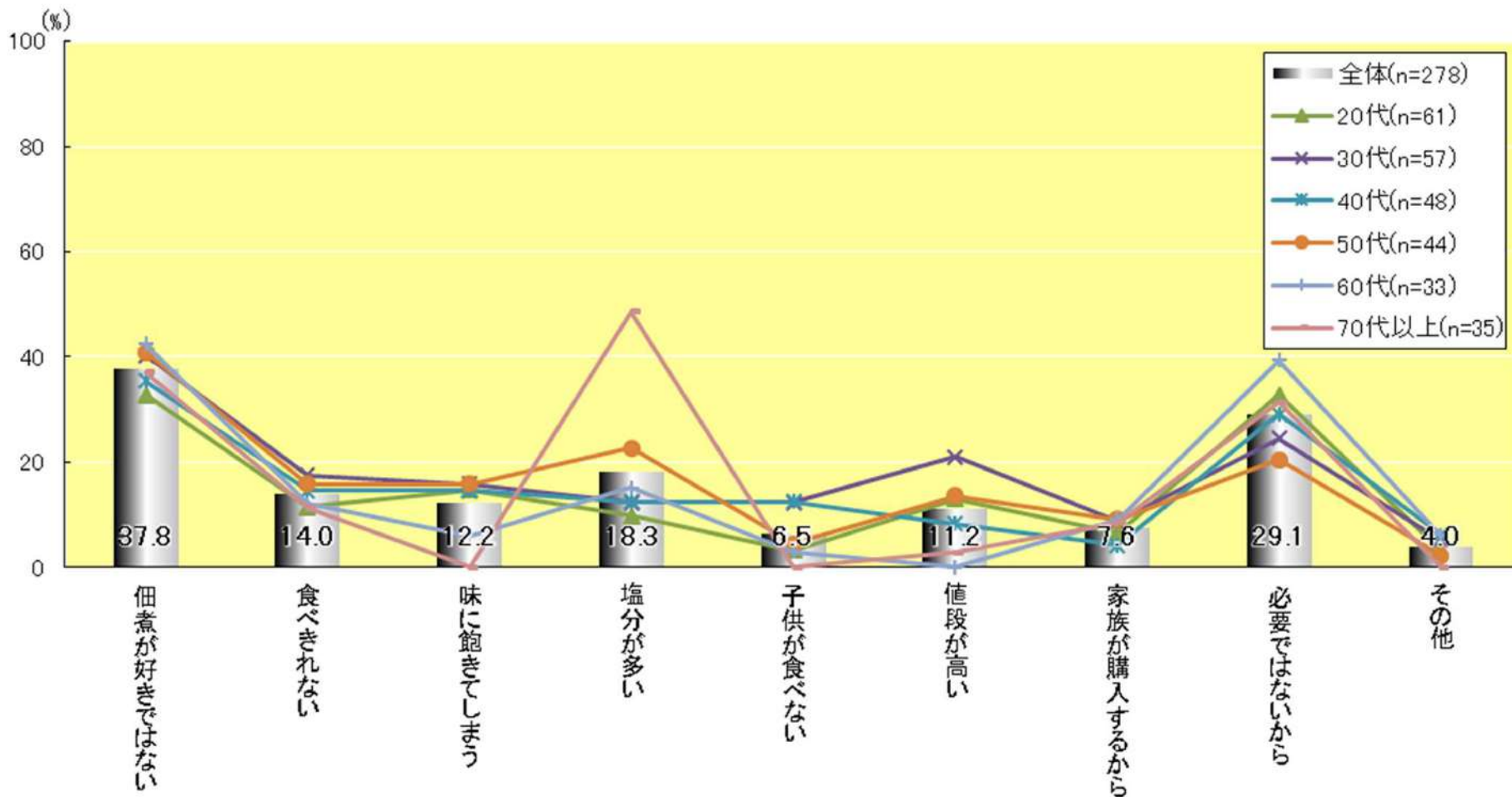


20代、30代は約6割が「購入しない」と回答。
年代が上がるにつれ購入頻度が高くなる。

佃煮を購入しない理由

Q 2、 佃煮を購入しない理由にあてはまるもの全てお選びください。（MA）

※Q 1で「購入しない」と回答した方のみに質問

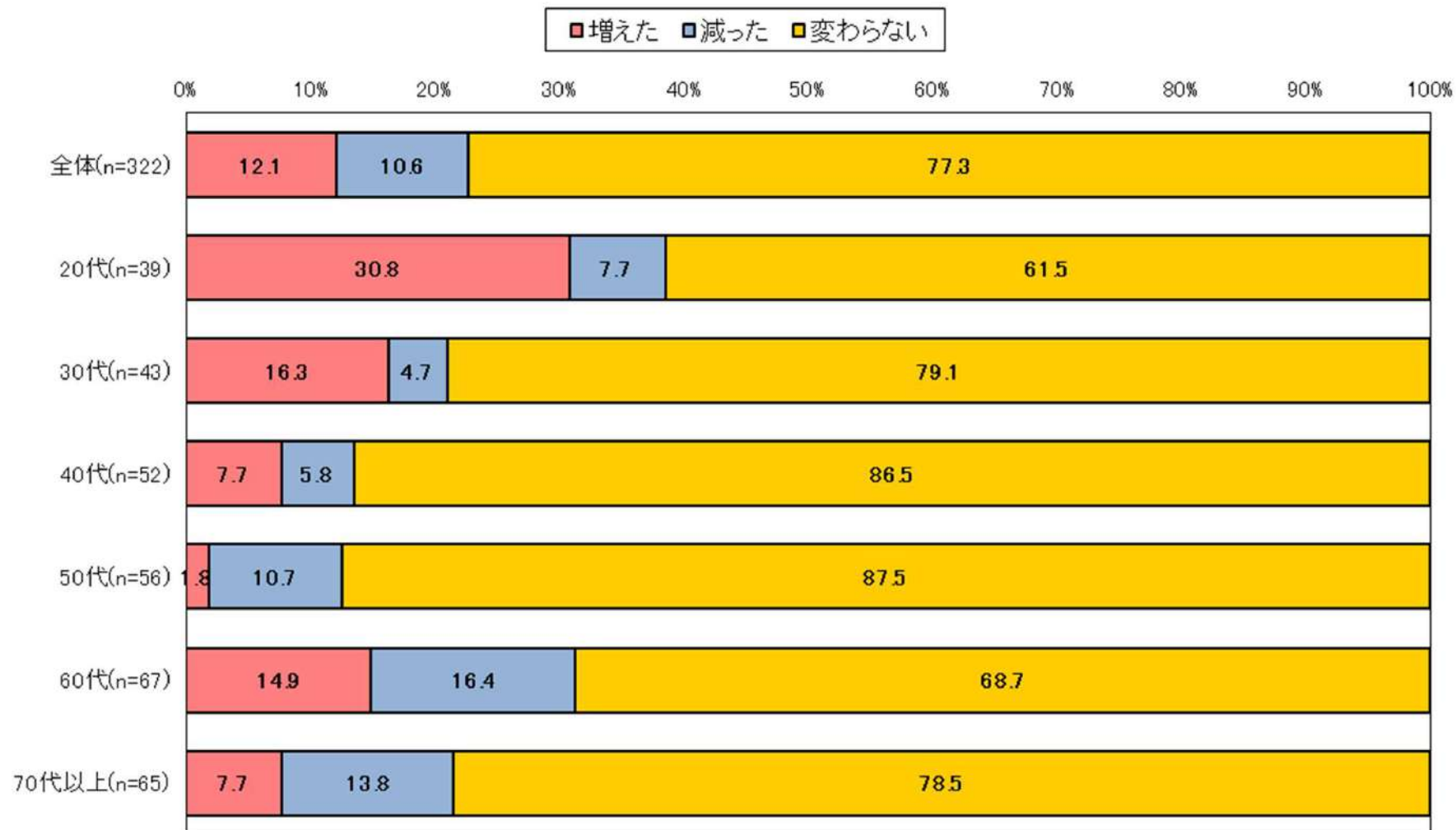


「佃煮が好きではない」「必要ではない」が主な要因。
50代以上、特に70代は塩分量が佃煮の購買を控える大きな要因。

1年以内の購入頻度

Q 3、ここ1年以内の佃煮の購入頻度について当てはまるものをお選びください。(S A)

※Q 1で「購入しない」と回答した方以外に質問

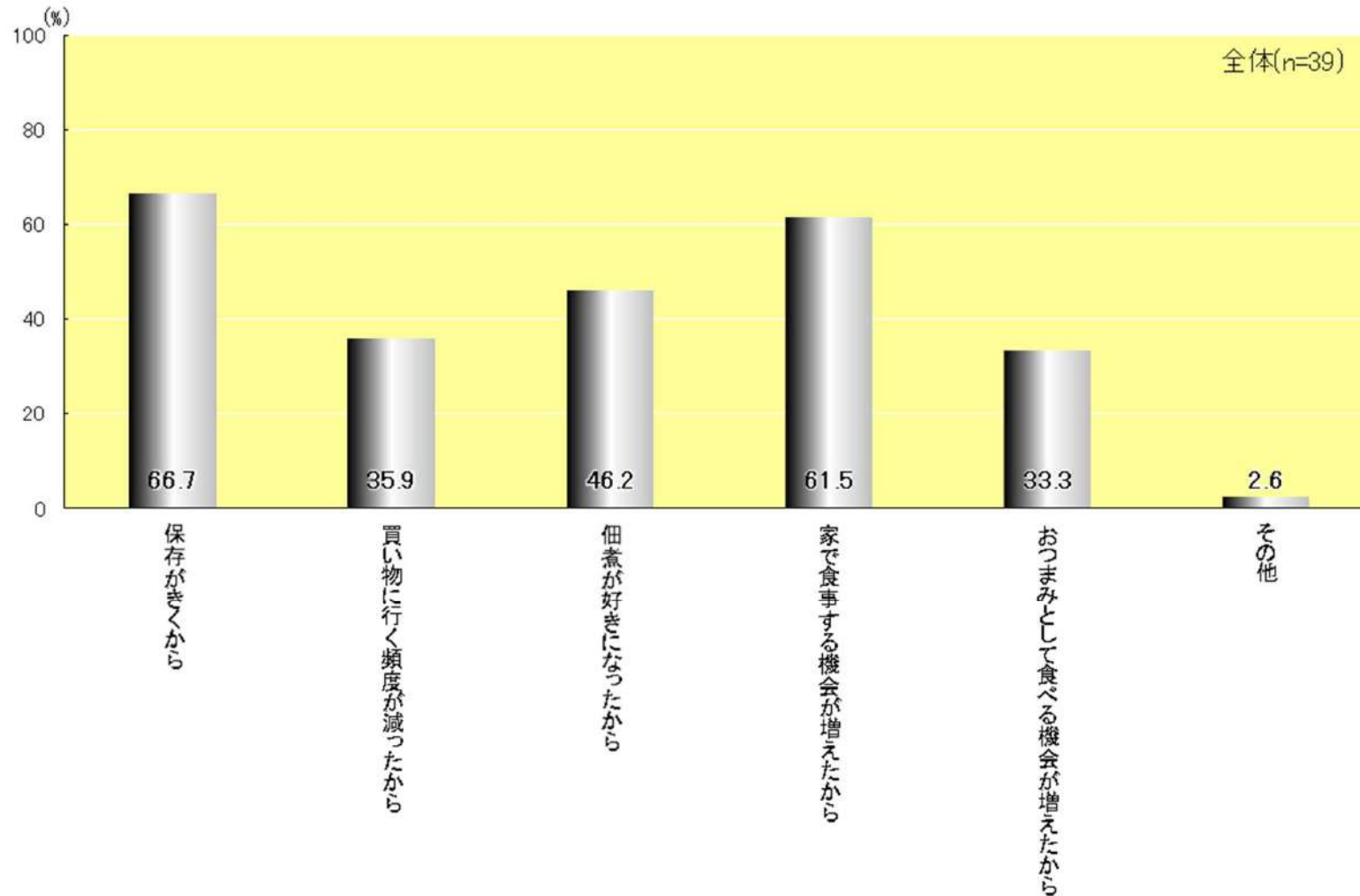


7割以上が「変わらない」と回答しているものの、
年代が下がるにつれ「増えた」の回答率が高くなっている。

1年以内の購入頻度

Q 4、佃煮の購入頻度が増えた理由にあてはまるもの全てお選びください。(MA)

※Q 3で「増えた」と回答した方のみ質問

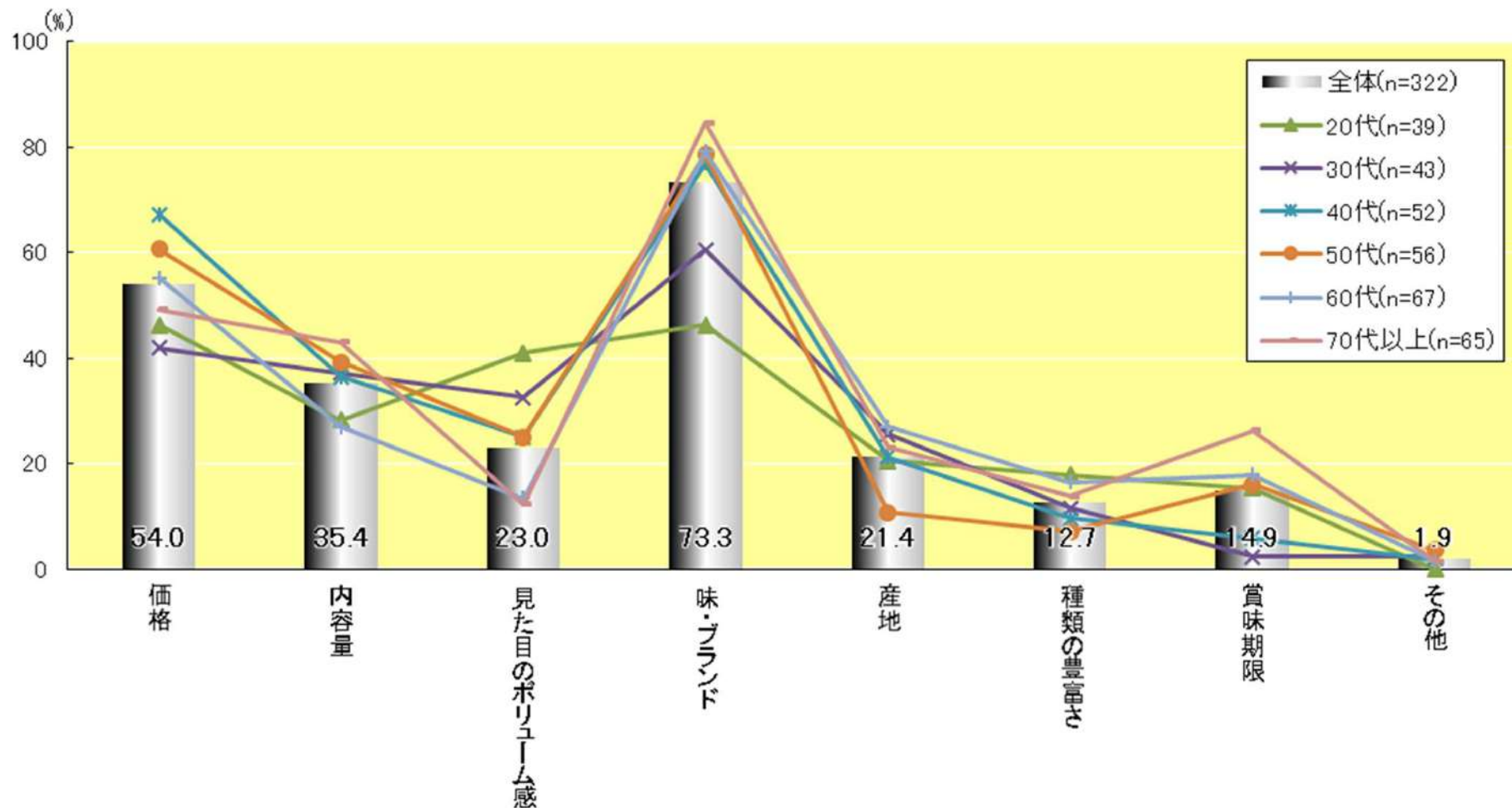


「保存がきくから」が66.7%と最も高い。
次いで「家での食事機会の増加」が61.5%でコロナに関する影響も大きい。

重視するポイント

Q 5、佃煮を購入する際に、重視することは何ですか？ 3つまでお答えください。（MA）

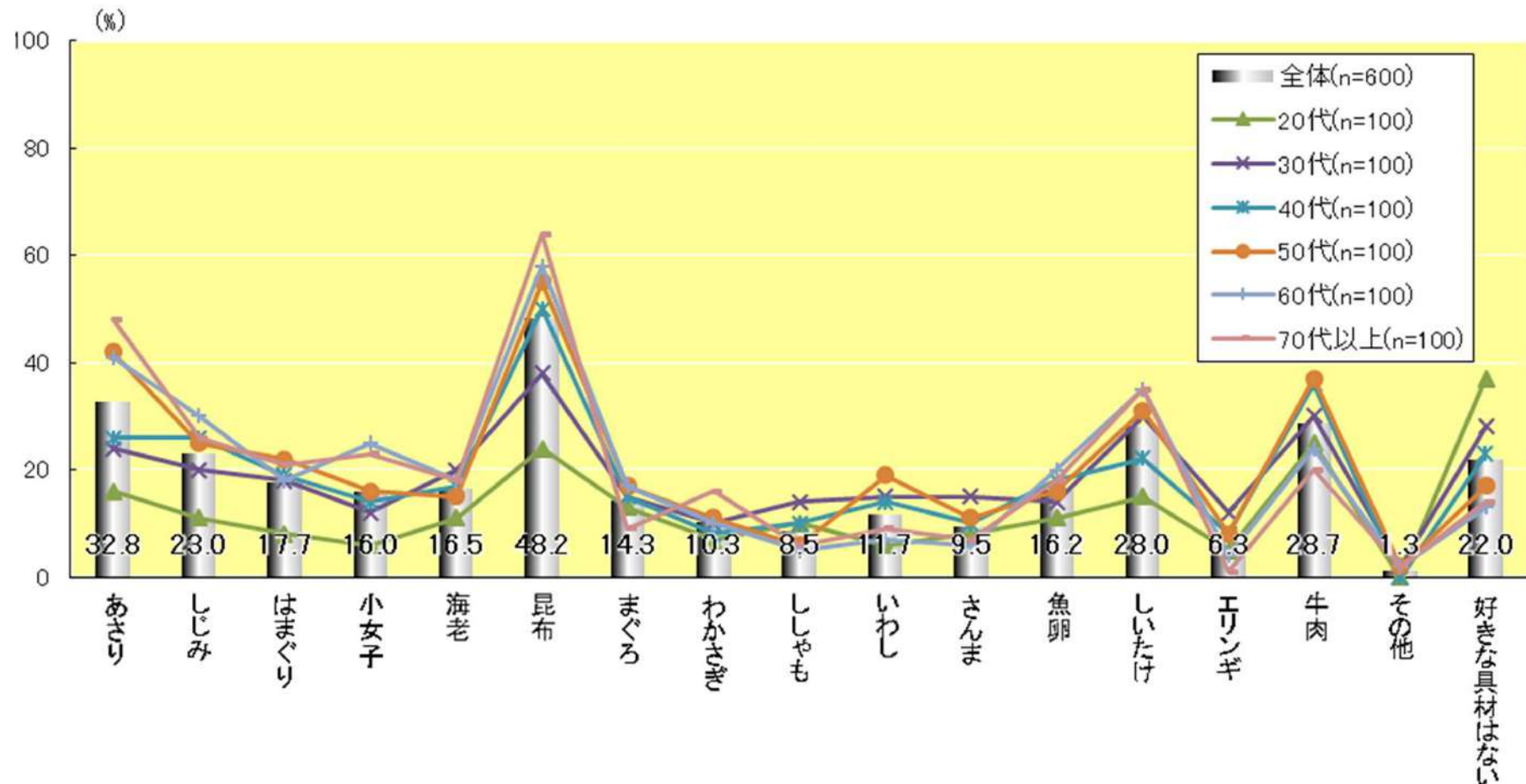
※Q 1で「購入しない」と回答した方以外に質問



「味・ブランド」を重視する人が最も多く、40代以上でその傾向が高い。
20代、30代は「ボリューム感」、40代、50代は「価格」の割合が強い。

好きな佃煮の具材

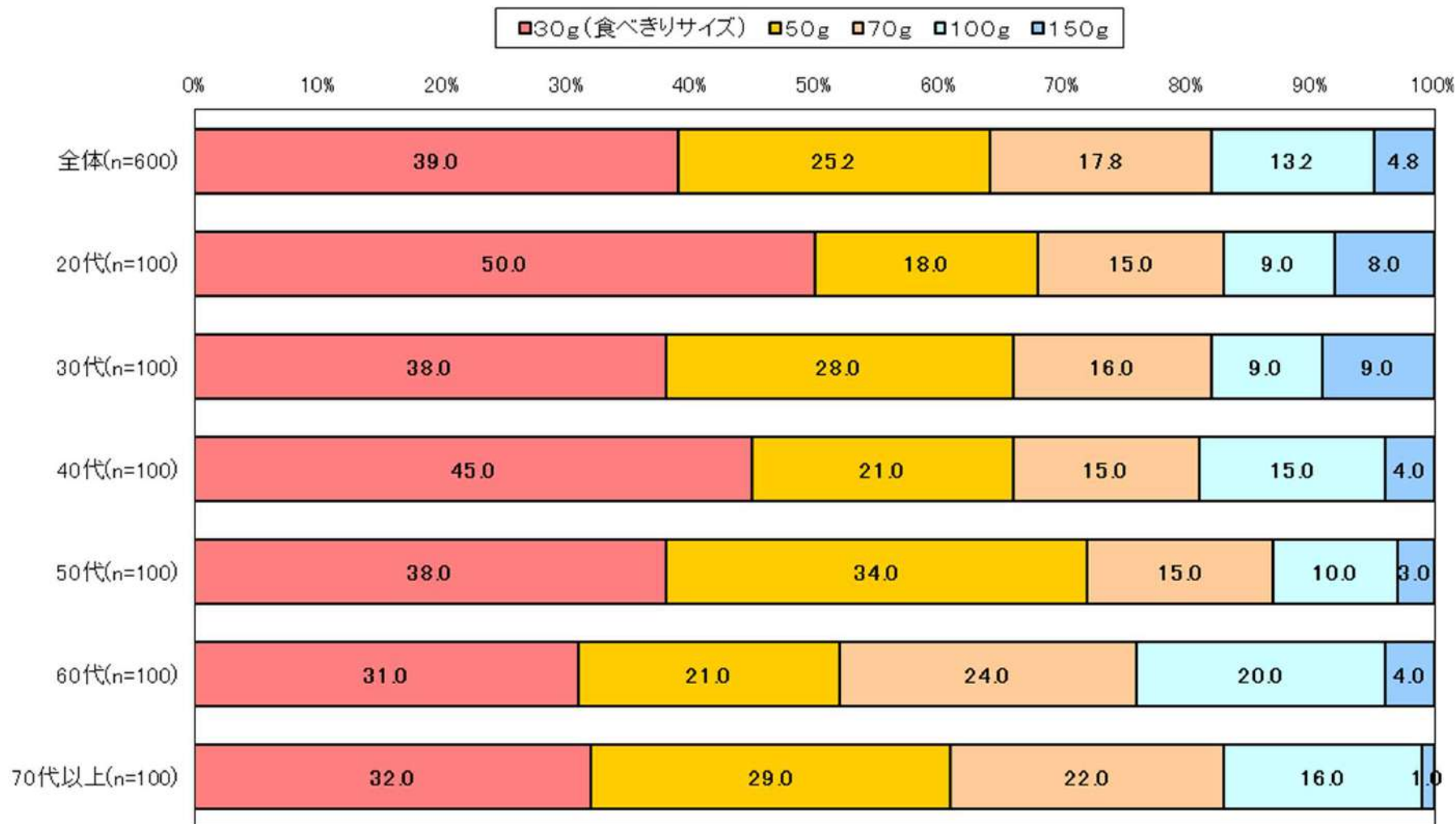
Q 6、好きな佃煮の具材は何ですか？ (MA)



1位「昆布」48.2%、2位「あさり」32.8%、3位「牛肉」28.7%。
 60代以上は昆布、あさりなど定番を好む傾向。
 30代以下は取り立てて好む具材はなく、具材に対するこだわりは低い。

理想の量目

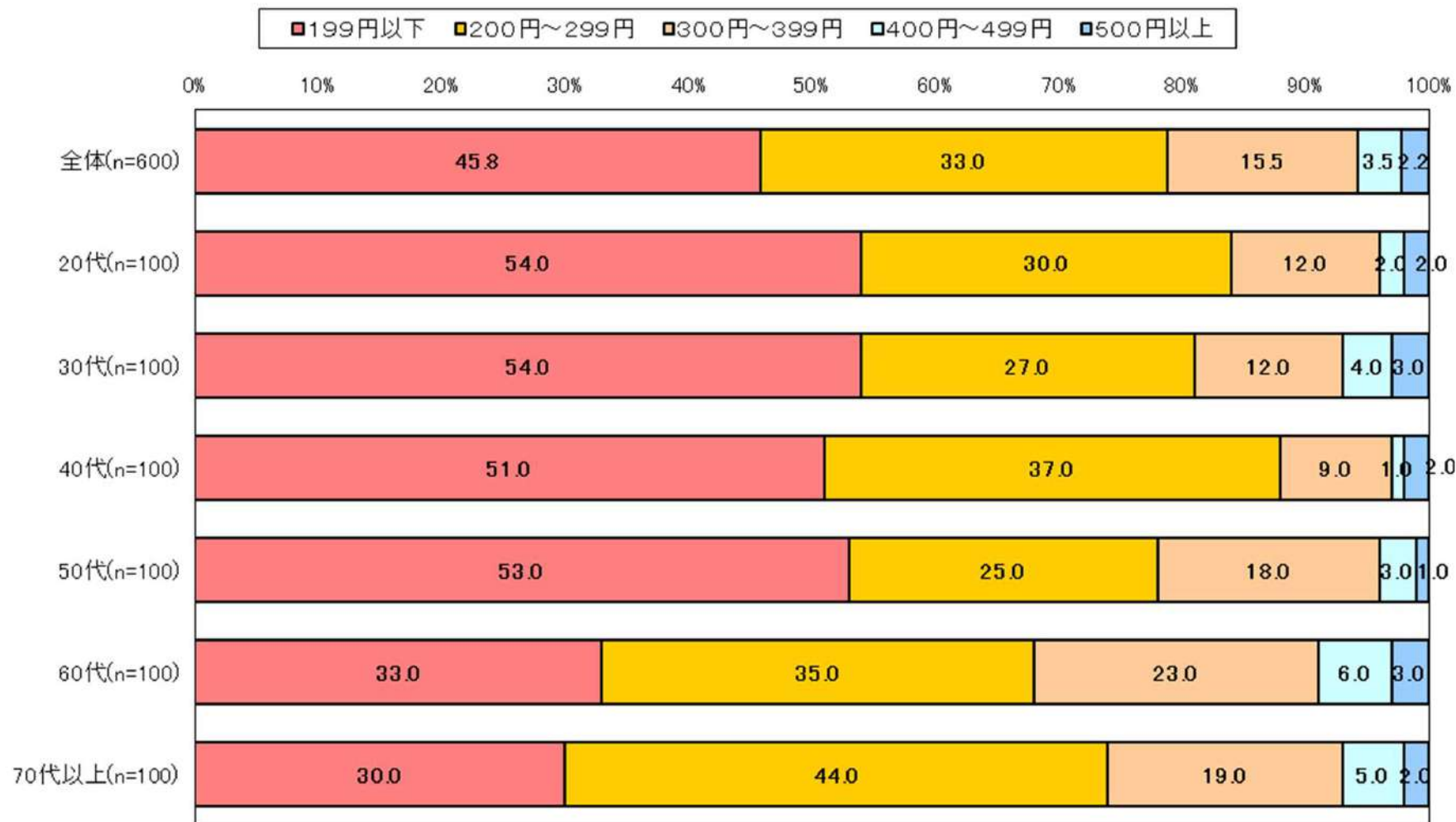
Q 7、佃煮を購入するとしたら、1パックの理想の量目は次のうちどれですか？（S A）



全体の6割以上が50g以下と回答。
若年層ほど、食べきりサイズを好む傾向が強い。

理想の価格帯

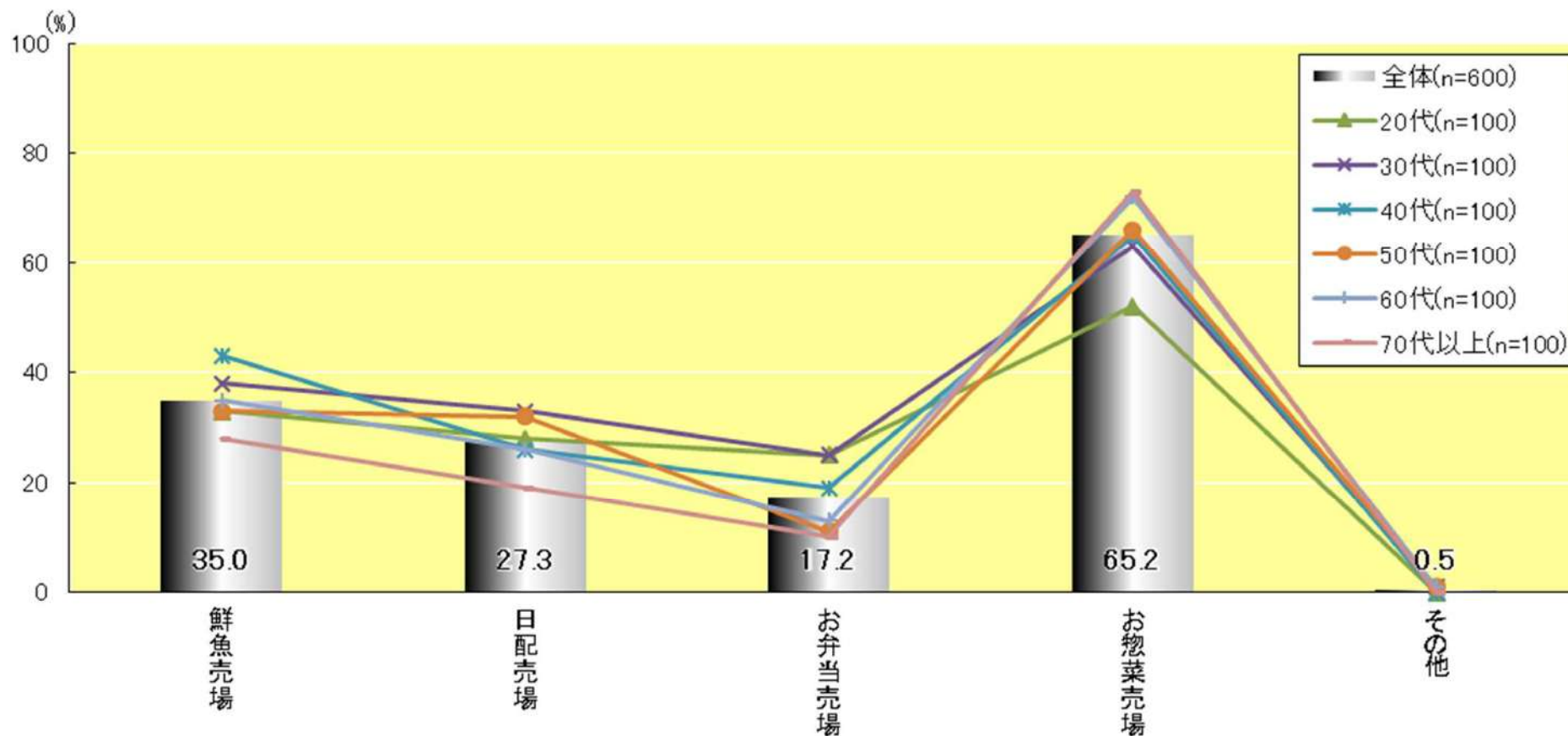
Q 8、あなたが買いやすいと感じる佃煮 1 パック当たりの価格はどれですか？（S A）



50代以下では5割以上が「199円以下」と回答。
Q 7 と合わせてみると少量目で低価格の商品が求められている

購入しやすいスーパーの売場

Q 9、スーパーマーケットで佃煮を購入する際、
どの売場に佃煮があれば購入しやすいと感じますか？ (MA)

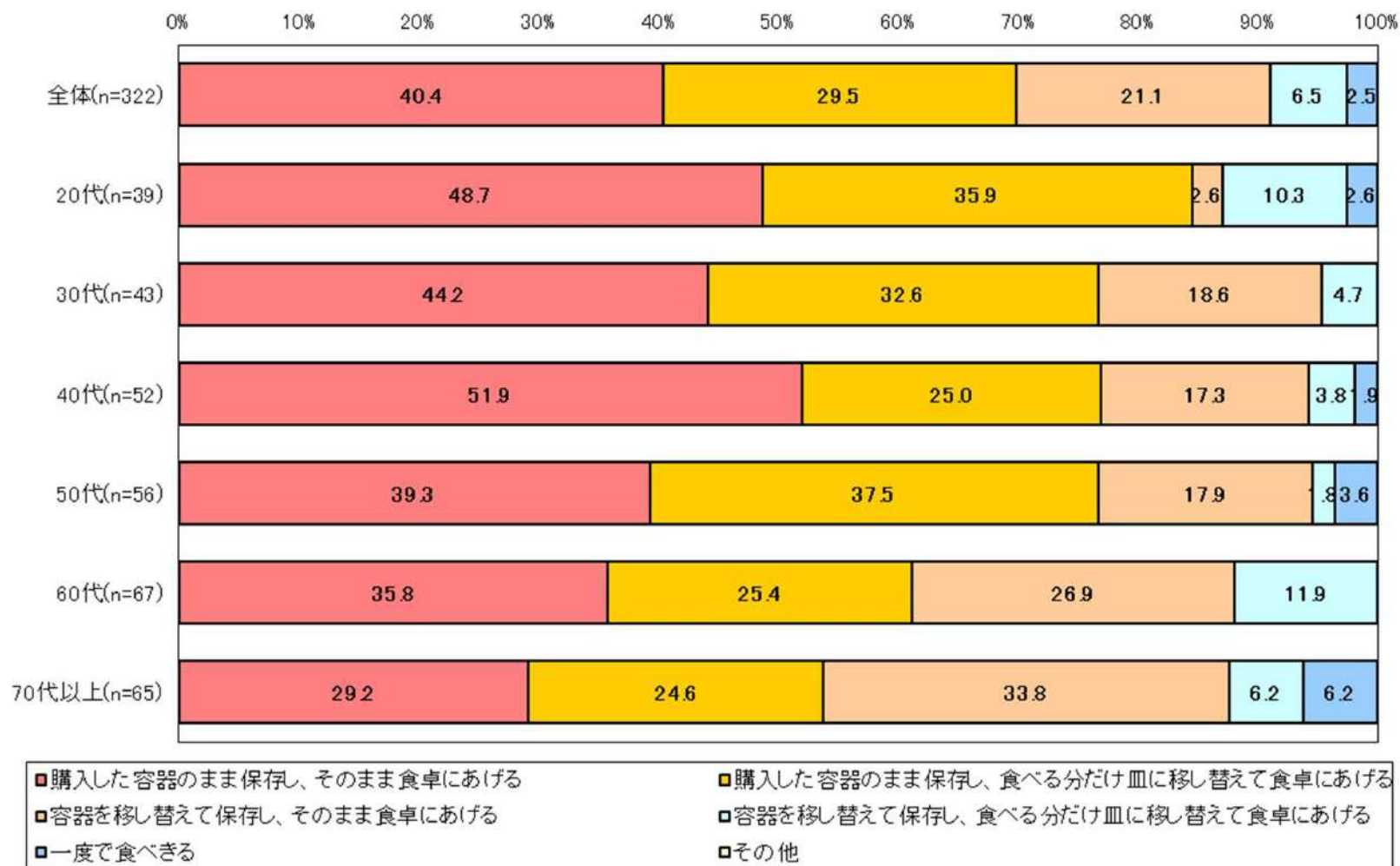


「お惣菜売場」がダントツの1位。特に60代以上で顕著。
若年層では他の世代と比較して「お弁当売場」の割合も高い。

保存方法

Q 1 0、購入した佃煮の保存方法と食卓へのあげ方について、
 もっとも当てはまるものを1つお選びください。(SA)

※Q 1 で「購入しない」と回答した方以外に質問

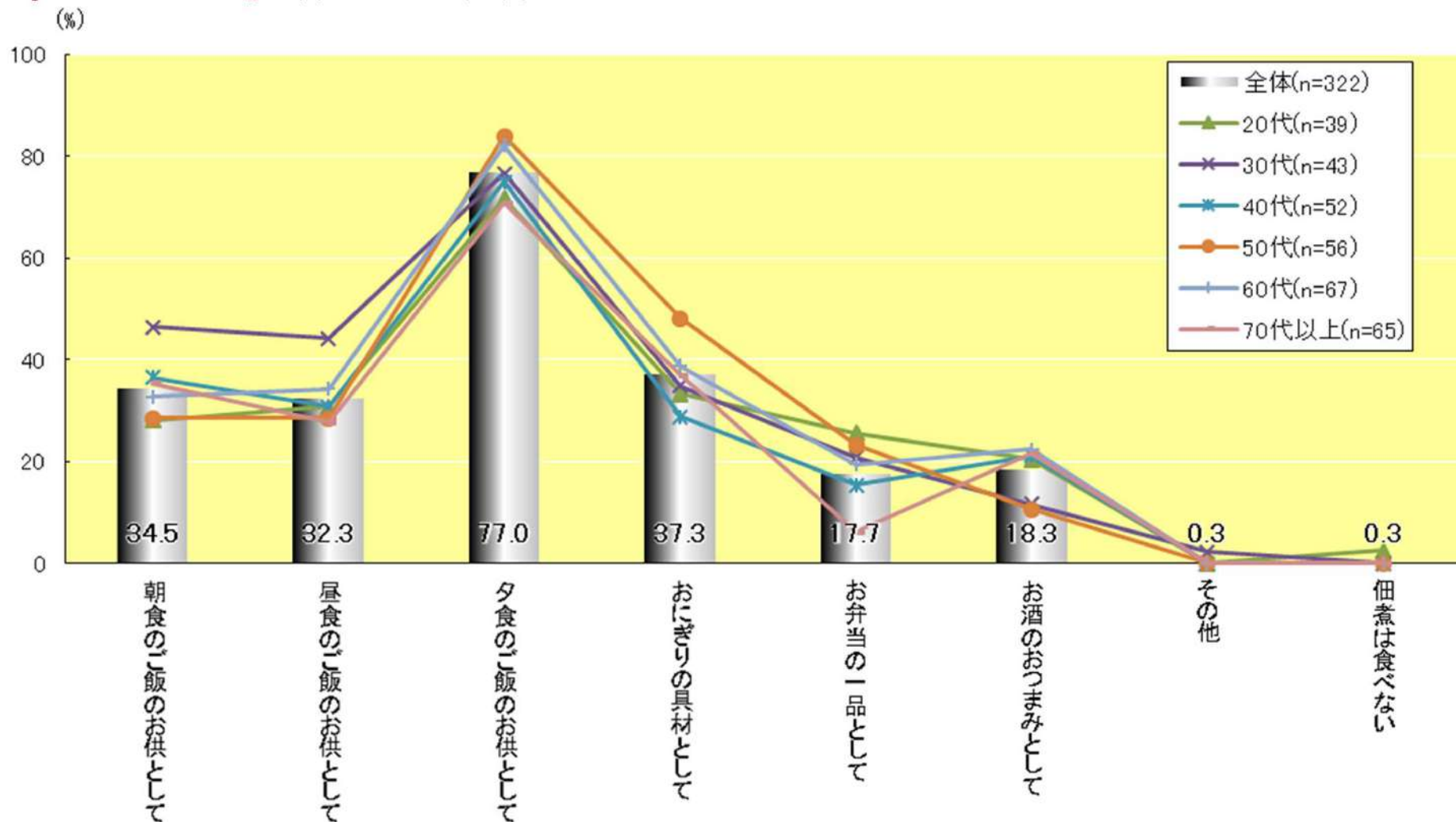


全体では、容器のまま保存する人は約7割。
 一方で60代以上は購入後、容器を移し替えて保存する人が約4割にのぼる。

佃煮の喫食シーン

Q 1 1、佃煮を食べるのはどのようなシーンが多いですか？ (MA)

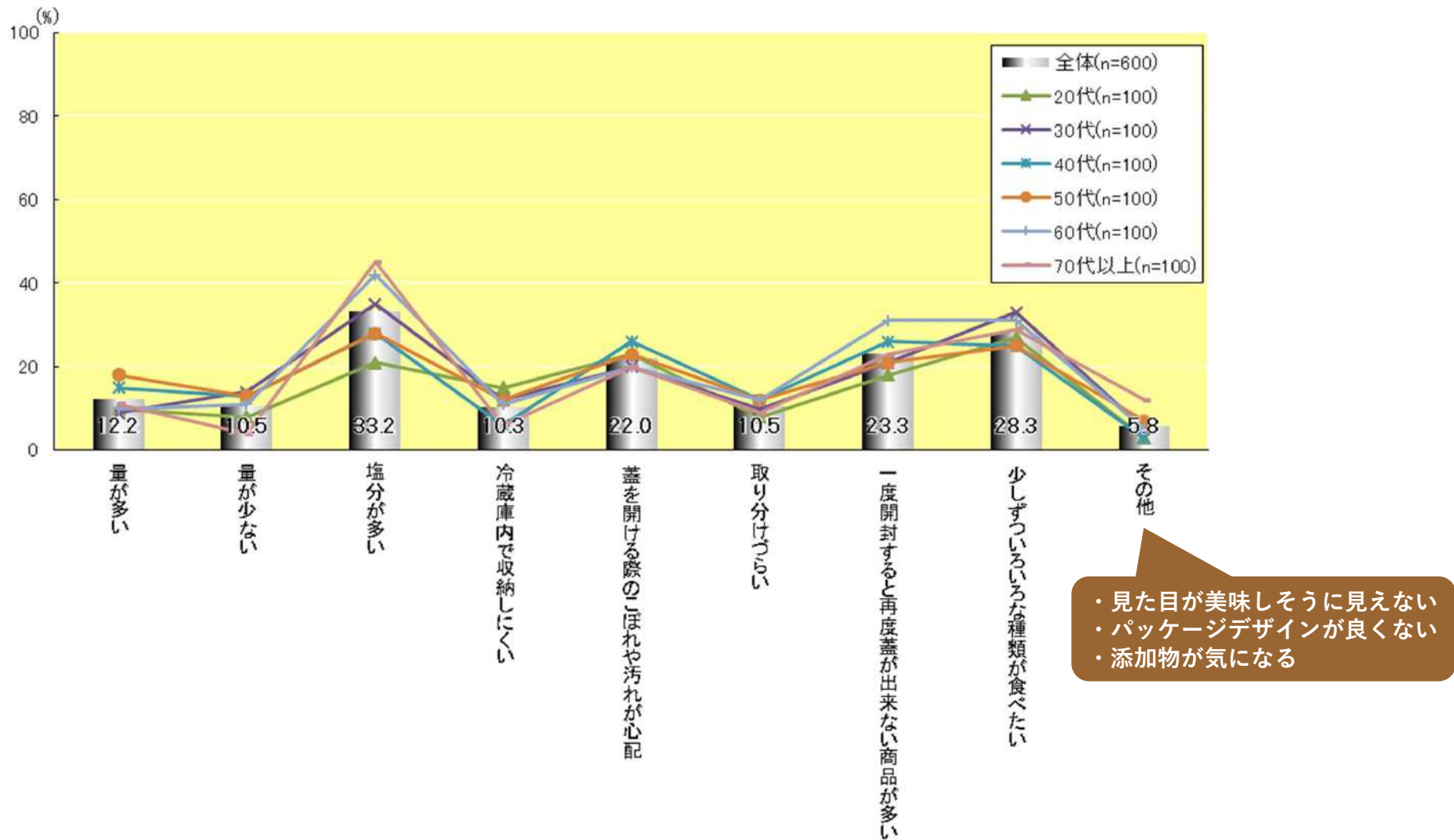
※Q 1で「購入しない」と回答した方以外に質問



全体では夕食のお供が77.0%と最も多い。30代は「朝食、昼食のお供」、50代では「おにぎりの具材」が他の世代より高い割合になっている。

佃煮に対する不満

Q 1 2、スーパーマーケットで購入する佃煮に対して何か不満がありますか？（MA）



「塩分量」に関する回答が最も高く、Q 2 と同様60代以上ではその傾向が強い。蓋の開けやすさやリキャップなど包材に関する不満もそれぞれ2割程度ある。

リスパック事業所一覧

営業本部	TEL(0568)67-5513(代)	FAX(0568)67-7721	〒484-0894	愛知県犬山市羽黒宮浦1番地
バイオ営業部	TEL(0568)67-5513(代)	FAX(0568)67-7721	〒484-0894	愛知県犬山市羽黒宮浦1番地
札幌営業所	TEL(011)864-8394(代)	FAX(011)864-8147	〒003-0024	札幌市白石区本郷通4丁目南1番2号
仙台支店	TEL(022)223-3113(代)	FAX(022)223-3115	〒980-0811	仙台市青葉区一番町2丁目8番15号(太陽生命ビル5階)
東京支店	TEL(03)6702-0190(代)	FAX(03)5649-3606	〒103-0002	東京都中央区日本橋馬喰町1丁目6番7号
大宮営業部	TEL(048)650-3786(代)	FAX(048)650-3789	〒330-0801	さいたま市大宮区土手町1丁目62の1(ワコーレ大宮ビルII2階)
西東京営業部	TEL(042)724-1580(代)	FAX(042)724-6495	〒194-0022	東京都町田市森野1丁目25番5号(博信ビル3階)
名古屋支店	TEL(052)732-1411(代)	FAX(052)733-3740	〒464-0850	名古屋市千種区今池4丁目1番29号(ニッセイ今池ビル1階)
金沢営業所	TEL(076)237-5480(代)	FAX(076)237-8615	〒920-0062	金沢市割出町633番地の1(新保第2ビル3階)
静岡営業所	TEL(054)282-8303(代)	FAX(054)285-4102	〒422-8053	静岡市駿河区西中原2丁目1番10号(西中原ビル3階)
大阪支店	TEL(06)6445-7722(代)	FAX(06)6445-7527	〒550-0003	大阪市西区京町堀1丁目6番4号(アーバンリサーチビル5階)
中四国支店	TEL(086)212-1611(代)	FAX(086)212-1615	〒700-0821	岡山市北区中山下1丁目2-3(太陽生命岡山ビル7階)
福岡支店	TEL(092)431-8032(代)	FAX(092)473-5908	〒812-0016	福岡市博多区博多駅南1丁目2番15号(事務機ビル5階)