

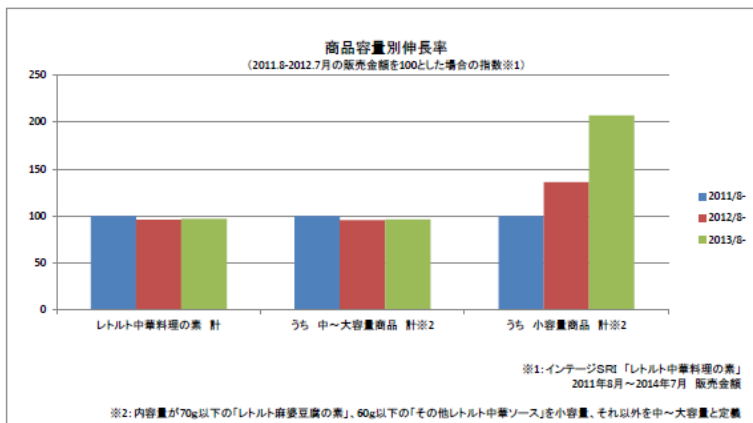
「中華×ワイン」がこれからの新定番！ 「香港バル」シリーズを発売

エスビー食品株式会社は、2014年8月、香港発、世界の中華ブランド「李錦記」から、「中華×ワイン」の新たな中華の食のシーンを提案する合わせ調味料「香港バル」シリーズを発売しました。中華合わせ調味料市場において、これまでにないコンセプトの商品を開発するに至った背景をご紹介します。

■内食志向の高まりと中華合わせ調味料の進化

2008年のリーマン・ショック以降、長らく続いた景気低迷に加え、2011年3月には東日本大震災が発生。健康に対する意識が年々高まっていることもあって、近年、家庭での内食志向が顕著になっています。

そこで注目が高まっているのが、家庭で手早く簡単に、そして、おいしく作ることができる「合わせ調味料」です。合わせ調味料といえば中華が定番ですが、最近では、和風やイタリアン、洋食風などバリエーション豊かになっていることが特徴です。また、核家族化の進行やシニアの1人暮らしor2人暮らしの増加によって、これまで1パッケージ3～4人前が主流だった中華合わせ調味料も、1パッケージ2～3人前の小容量商品の売上が大きく伸びています(下記グラフ参照)。

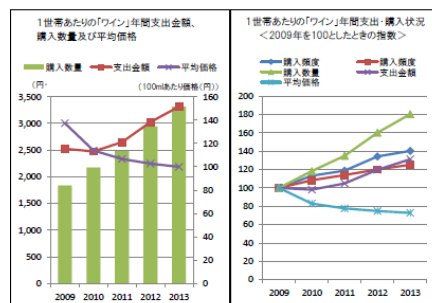


※2011年～2013年の中華合わせ調味料の伸長率は横ばいであるものの、2013年の小容量商品は2011年の約2倍と大きく伸びている。

■家庭におけるワイン消費量の拡大

総務省家計調査「2人以上の世帯における1世帯当たり年間支出金額、購入数量及び平均価格」(下記表参照)によると、2013年では、ワインの購入数量が3,315mlとなり、2009年と比較して1.8倍の伸長が見られます。この背景には、スーパーマーケットやコンビニエンスストアにおいてワインの品揃えが充実し、気軽に家庭でワインを楽しむ機会が増えたことが挙げられます。さらに、ワイン100mlあたりの平均価格は2009年が137.39円だったのに対し、2013年は100.01円となっており、手頃な価格帯のワインが浸透してきたことも、家庭における消費拡大を後押ししています。

| 調査年 | 分類 | 購入頻度 (100世帯当たり) | 支出金額 | 購入数量 (ml) | 平均価格 (100mlあたり) | 購入頻度 (100分比) |
|------|-----|--------------------|-------|--------------|--------------------|-----------------|
| 2009 | ワイン | 181 | 2,525 | 1,838 | 137.39 | 9.19 |
| 2010 | ワイン | 205 | 2,476 | 2,174 | 113.92 | 9.96 |
| 2011 | ワイン | 215 | 2,649 | 2,482 | 106.70 | 10.48 |
| 2012 | ワイン | 243 | 3,024 | 2,944 | 102.74 | 11.04 |
| 2013 | ワイン | 254 | 3,315 | 3,315 | 100.01 | 11.52 |



■トレンドをいち早くキャッチー中華合わせ調味料に革命ー

家庭での内食志向の高まりと中華合わせ調味料の進化、そしてワイン消費量の拡大。これらを考え合わせると、今後、家庭で気軽に中華料理とワインを合わせて楽しむ人が増えることが予想されます。

そこで、エスビー食品が新たに投入したのが「香港バル」シリーズです。これは、肉や魚とソースをからめるだけの簡単調理で本格中華に仕上がるという優れもの。1箱2～3人前と、ボリューム感も丁度よく、何よりワインとのマリアージュを重視したラインナップが魅力です。



メーカー希望小売価格：各180円(税別)
内容量：「白身魚の香味醤油蒸し用」55g、他は50g

■商品企画担当に聞く！「香港バル」開発秘話



エスビー食品株式会社
商品企画ユニット
山本 泰 氏

「香港バル」の開発には1年くらいかかりました。当初は、よくあるお肉と野菜を使ったもので新たな味を考えていましたが、ワインと合わせるにあたって、オシャレ感や新しい提案を打ち出すために、単品素材をメインとしたものにしました。こだわりは、ソースの特徴がしっかりと出るようにすることです。

苦労したのは、李錦記社とコミュニケーションの共通化を図ることです。当然、日本人とは味覚や文化の違いがありますから、本格感を維持しつつ、日本人好みの味に調整するには相当な労力を要しましたが、その甲斐あって、納得いく商品が完成しました。

販売にあたっては、中華コーナーの一角に商品とワインと一緒に陳列(写真下・左)したり、ワイン売り場でワイン樽に見立てた専用什器に商品をディスプレイ(写真下・右)するなど、手に取りやすいように工夫しています。これまでの中華合わせ調味料とは一線を画す、まったく新しいコンセプトの商品ではありますが、8月初旬の発売開始から約1か月半で、当初の販売計画(上期4～9月)の125%見込みと出足はかなり好調です。10月には国内のワインメーカーとコラボレーションしたキャンペーンも実施予定です。



「香港バル」のパッケージの裏には、QRコードが掲載しており、そこからアレンジレシピを見ることができる。写真は、人気の「クリームー！鶏もも肉のソテー」



報道関係の方からのお問い合わせ先

<商品に関してのお問い合わせ先>

エスビー食品株式会社
コミュニケーション企画室 広報ユニット
TEL:03-6810-9790
FAX:03-3537-2155
担当:七野・千葉