



好評の“梅風味”と“果肉感”がさらにアップ

キューピー「青キャップ」シリーズの主力商品 「ノンオイル梅づくし」をリニューアル 同時にシリーズ全6品のデザインを刷新

3月上旬から全国に順次出荷

キューピー株式会社

キューピー株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役 社長執行役員：長南 収、以下キューピー）は、「青キャップ」シリーズの主力商品「ノンオイル梅づくし」をリニューアルします。併せて、シリーズ全6品のデザインを刷新することでシリーズを強化し、コロナ下の健康ニーズに応えます。

好評の“梅風味”と梅肉の“果肉感”がさらにアップ

「青キャップ」シリーズは、素材の風味とノンオイルならではの味わいが楽しめるドレッシングタイプ調味料（以下、ノンオイル）です。ノンオイル市場は健康意識の高い層から多くの支持を集めており、市場規模は約110億円（2021年度）※に上ります。

※出典：インテージ SCI

「ノンオイル梅づくし」は、2004年の発売以来、豊かな梅の風味と梅肉の果肉感が好評で、「青キャップ」の定番商品です。今回、梅酢を使った独自原料の調味酢で梅の香りを引き立てるとともに、果肉感のある梅肉を使用することで具材感がさらにアップしました。シリーズのコンセプトである「素材の風味とノンオイルならではの味わい」をより楽しめる仕立てで、さらなる満足度向上を目指します。



必要な情報をより分かりやすく。デザイン刷新で売り場での視認性も向上



大根とじゃこのパリパリサラダ

併せて「青キャップ」シリーズ全6品のデザインを刷新します。カラフルなデザインと、ノンオイルユーザーが重視する「ノンオイルであること」「味の種類」「カロリー」をより分かりやすく表記することで、売り場での視認性を向上させます。また、パッケージには野菜とタンパク質を組み合わせたサラダメニューを表現することで、健康感がありながらも満足感のあるメニューを訴求し、ノンオイルの用途拡大につなげていきます。

キューピーは、1984年に日本初となるノンオイルのドレッシングタイプ調味料を発売して以来、カロリーカットとおいしさの両立を追求してきました。コロナ下で健康意識が高まる中、ノンオイル商品のさらなる改良を通して消費者の健康ニーズに応えていきます。

商品の概要は以下の通りです。

1. 商品名・内容量・価格・賞味期間

ブランド	商品名	内容量	参考小売価格	賞味期間
キューピー	ノンオイル梅づくし	180ml	税抜：200 円 税込：216 円	10 カ月

2. 出荷日

2022 年 3 月上旬から全国に順次出荷

3. 商品特徴

梅肉に梅酢の爽やかな酸味と国産かつお節だしのうま味を合わせ、風味豊かに仕上げたノンオイルのドレッシングタイプ調味料です。

4. 販売目標

16 億円（シリーズ全 6 品／小売ベース／年間換算）

キューピー「青キャップ」シリーズは、素材の風味と、ノンオイルならではの味わいが楽しめるドレッシングタイプ調味料です。キューピーは、1984 年に日本初のノンオイルのドレッシングタイプ調味料「ジャンフ ノンオイル」を発売。1989 年からはキューピーブランドでの販売も開始し、ラインアップの拡充とともに認知を広げてきました。油を使わない健康感に加え、さっぱりと野菜を食べられることから、健康に気を使う方を中心に支持を得ています。

【キューピー ノンオイル「青キャップ」シリーズ 全 6 品】

180ml

380ml

リニューアル

