

## 市販用フライドポテトのトップブランド 「オレアイダ」25周年

新たなステージは“ポテトがつくる幸せ”をテーマに、  
「うちポテ」vs「そとポテ」プロモーションを展開

冷凍フライドポテトのトップブランド「オレアイダ」※1は、今年、日本上陸25周年を迎えます。オレアイダが日本で発売を開始したのは1984年。当時はファストフード店でハンバーガーのつけあわせに食べるフライドポテトが、日本人の間に浸透し始めたころでした。これに対しオレアイダは、さらに多様で奥の深い家庭内におけるフライドポテトの食文化を伝えるべく、市販用の市場に参入しました。

※1 オレアイダはHJハインツ社が保有する市販用冷凍フライドポテトのブランドです。日本及び米国でNo1のシェア※を維持しています。(※ハインツ調べ)

### ■ 一般家庭にフライドポテトのある食シーンを啓蒙

日本での発売を開始した1984年当時、フライドポテトは一般家庭の食卓にはまだ馴染みのないメニューでした。そこで、オレアイダは地道な啓蒙型マーケティングを行い、テレビCMなどを通して、フライドポテトには様々な形状があることや、色々な食シーンで楽しめること、オーブントースターでも調理できる簡便性などを伝えてきました。そうした啓蒙活動を展開する中で、徐々に日本家庭の食卓にもフライドポテトが登場するようになりました。



▲ 日本上陸当時に発売された5商品

### ■ 25周年は「うちポテ」「そとポテ」をキーワードに “ポテトがつくる幸せ”を伝えるステージへ

この25年で、フライドポテトは日本人にとって非常に身近な存在となり、日常生活の食シーンにすっかり溶け込んでいます。そこで、オレアイダは、これまでを“フライドポテトの種類や食べ方(食シーン)を伝える啓蒙期”と位置づけ、25周年を迎えた本年、これに続く新たなステージとして、“フライドポテトがつくる幸せ”をテーマに大々的なプロモーションを展開いたします。



▲25年前の初代パッケージ

オレアイダは、家で作って食べるポテトを「うちポテ」、お店で買って食べるポテトを「そとポテ」と名付け、フライドポテトの普及活動を開始します。全国のご家庭で、フライドポテトの食べ方(「うちポテ派」か「そとポテ派」)について積極的に会話をしてもらい、その“支持理由”を考えるという行為を通じて、フライドポテトの楽しさやその魅力を再認識してもらう機会を創出します。また“家族で食べる楽しさ”や“25年前の原体験”など、オレアイダに代表される「うちポテ」の価値を自然に想起できるようなプロモーションを展開していきます。



▲現在のパッケージ

## ■プロモーションの内容:

▶フライドポテトの食べ方を『うちポテ』『そとポテ』と名付け、その魅力を伝えながらキーワードを広めていきます。

▶全国のご家庭で、どちらの食べ方(『うちポテ』か『そとポテ』)が好きかを“支持理由”と共に考えていただくことで、フライドポテトがもつ楽しさやその価値を再認識してもらう機会を創出します。



## ■『うちポテ』『そとポテ』とは…

▶『うちポテ』…オレアイダに代表される、家で作って食べるフライドポテトのこと。様々な種類を楽しめる、自分流のアレンジが利くなど、多様な楽しみがあるほか、『家』で仲間や家族と食べる楽しさも魅力。

▶『そとポテ』…ファーストフードやコンビニのポテトに代表される、外のお店で買って食べるフライドポテトのこと。手軽に食べられるのが最大の魅力。

## ■プロモーションのスケジュール:

6月26日(金)に第1弾『オレアイダ』25周年記念サイトがオープン。今秋(9月)タレントを起用してのマスコミ向けイベントを経て、本格投票形式の第2弾サイトをオープン。

『うちポテ党』『そとポテ党』を立ち上げての選挙仕立てのユニークな投票サイトでさらに盛り上げます。

## ■第1弾サイトのコンテンツ内容:

▶『うちポテ派?そとポテ派?』事前アンケート調査を実施!

▶フライドポテトにまつわる“ほっこりいい話”を大募集!

▶フライドポテト研究所

フライドポテトの真実を極めて真面目に科学する面白コンテンツ。『子供はどれくらいの間、黙々とポテトを食べ続けられるのか?』など、ユニークな研究内容を映像でご紹介します。

▶フライドポテト100個のクイズ

トリビア的に楽しみながら、フライドポテトのことを知ってもらう、クイズ式コンテンツ。

※ 第2弾サイトについては、別途リリースでご案内致します。



▲トップページ/アンケート調査



▲フライドポテト“ほっこりいい話”



▲フライドポテト研究所



▲100個のクイズ

## ■第1弾サイトをメディア向けに一部先行オープン!

6/26(金)の一般公開に先立ち、報道関係者の皆様にサイトの一部を期間限定にて先行オープンさせていただきますので、ID/パスワードを下記までお問合せ下さい。

※サイトURLをご掲載いただける場合は、『6月26日(金)より一般公開スタート』と必ず明記して頂きますよう、お願い致します。 サイトURL: <http://www.oreida.jp> ※先行オープン期間:6/19(金)~6/25(木)

<お問い合わせ先> ハインツ日本 PR事務局(株式会社 アンティル内) 担当:石橋・久保田  
TEL:03-5572-6061 FAX:03-5572-6065 E-mail: [heinz@antil.jp](mailto:heinz@antil.jp)

## ■ フライドポテトについて

- 最初のフライドポテトは1680年頃にベルギーで、魚のフライの代わりに考案されたという説がある。その理由は『寒い冬、魚釣りに行くのがイヤだったから』というもの。
- フライドポテトは別名『フレンチフライ』と呼ばれる。呼び名の由来は諸説あるが、その1つは、『第一次世界大戦でベルギーに出兵したアメリカ人兵士がフライドポテトに遭遇し、その地区のベルギー人がフランス語を話していたから』と言われる。別の説は、フライドポテトが単純にフランスで考案されたからというもの。
- フライドポテトはイギリスでは“チップス”、フランスでは“ポム・フリット”と呼ばれる。フライドポテトにつけるのは、アメリカではケチャップ、ベルギーではマヨネーズ。イギリスでは魚のフライと一緒に食べる「フィッシュ・アンド・チップス」が有名。
- フライドポテトはその名のとおりジャガイモを油で揚げたものだが、ジャガイモを切ってそのまま油で揚げた「基本形ポテト」と、細かく刻んだものを成型して揚げる「成型ポテト」があり、後者をアメリカではハッシュポテトと呼んでいる。基本形ポテトには、細切りカットの“シュースtring”、波形の“クリンクルカット”、皮付きの“カントリースタイル(カントリーウェッジ)”などがある。
- 調理の仕方は油で揚げるタイプが主流(オーブントースターでも可)だが、電子レンジ対応の商品も発売されている。



シュースtring  
(細切りポテト  
“靴の紐”という意味)



クリンクルカット  
 (“ギザギザ、波形”という意味)



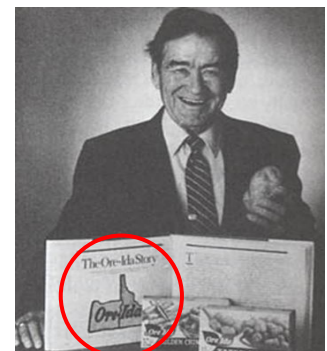
カントリースタイル  
(皮付きポテト。“田舎風”という意味)

## ■ オレアイダについて

- 1951年 ニーフィー・グリッグとゴールドデン・グリッグの兄弟がアメリカのオレゴン州に、オレゴン・フロズン・フーズ社を設立。冷凍野菜の製造販売を開始。
- 1954年 冷凍ポテトのビジネスを開始。それまで飼料として二束三文で売られていたポテトの副産物(フライドポテトを切り取った残りの小片)を粉砕してスパイスと混ぜ合わせ、加工成形して油で揚げた商品「テイター・トッツ(小さいポテトの意味)」が大ヒット。これによって、現在ではハッシュポテトと一般に呼ばれる「成型ポテト」が、新たな人気商品としての地位を確立した。

※ テイター・トッツは米国では現在も販売中。日本でも「星のポテト屋さん」(星形のハッシュポテト)などに形を変え、人気商品として受け継がれている。

- 1961年 フライドポテトの工場がオレゴン州にあり、隣のアイダホ州から原料のジャガイモを調達していたことから、双方の州名を合わせたオレアイダ・フーズに社名を変更。当時のロゴは2つの州を組み合わせた形をしているが、その後、現在のポテトの双葉をモチーフにしたロゴに変更された。
- 1965年 オレアイダ社はH.J.ハインツ社が資本投入してハインツ社の傘下となる。
- 1984年 日本でオレアイダブランドの冷凍ポテトを発売開始。一挙に5種類の商品を投入し、参入後半年で市販用冷凍ポテトの30%近いシェアを獲得(ハインツ調べ)。参入当時はオレアイダの知名度が低く、「オレアイダです」と電話をかけると、「『オレ、合田です』とはふざけとるっ！」と顧客に怒鳴られたこともあった・・・と、当時の社員は振り返る。
- 1987年 ハインツ日本とオレアイダフーズジャパンが事業統合
- 現在、オレアイダは市販用冷凍ポテトの米国市場シェア約50%、日本市場シェア約45%※を占めるNo1ブランドとなっている(※ハインツ調べ)。

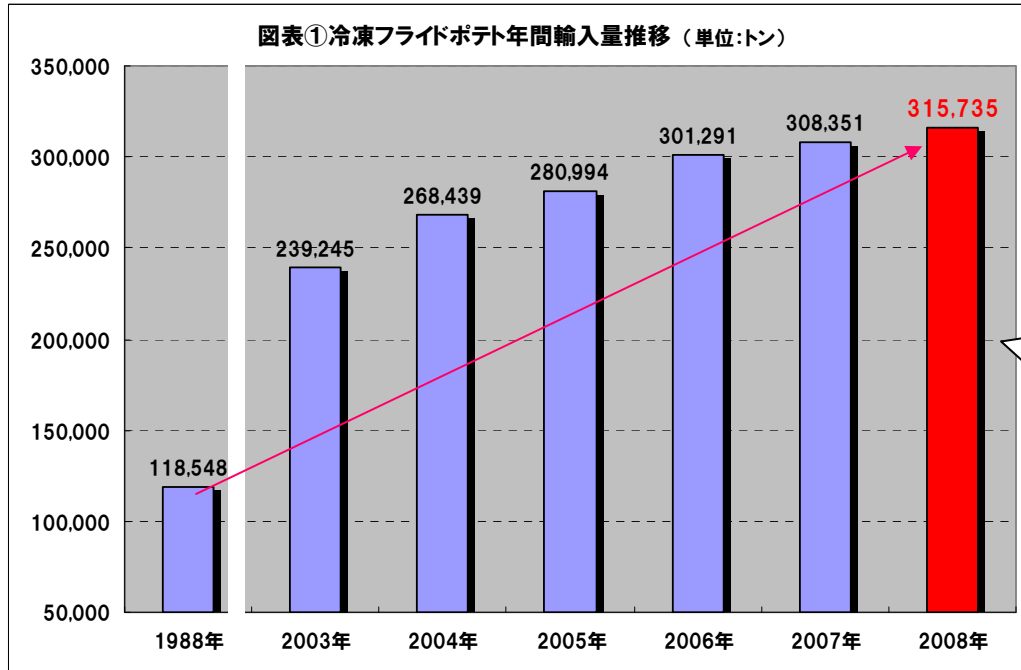


▲創設者のニーフィー・グリッグ

当時のロゴはオレゴン州とアイダホ州の形を組み合わせたデザインだった



■ **冷凍フライドポテト年間輸入量：2008年は過去最高を記録**  
 2009年はさらにそれを上回る見通し。



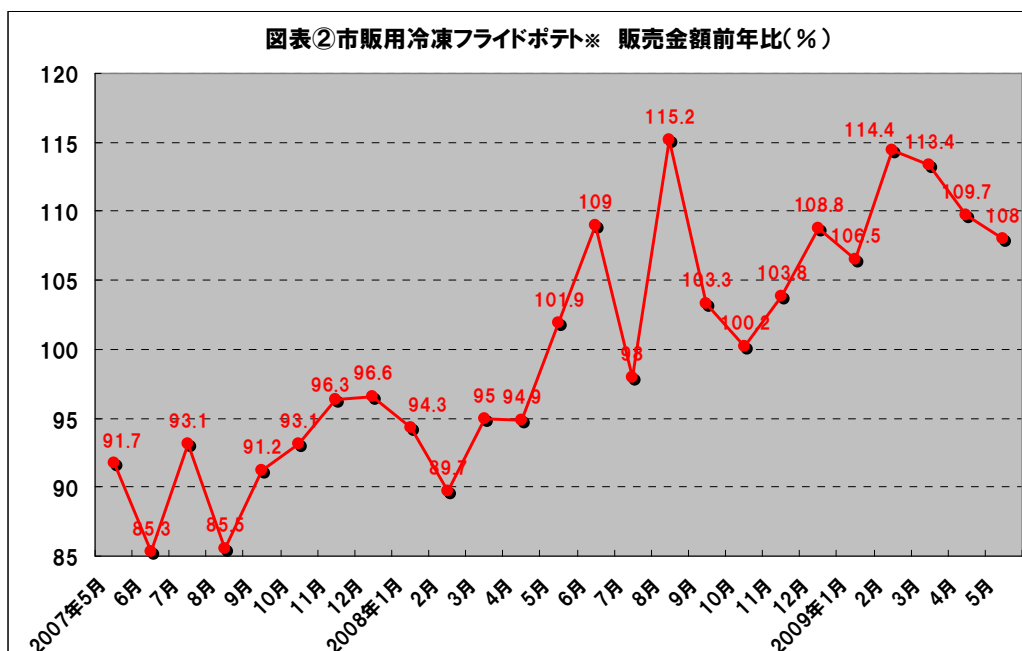
オレアイダ上陸直後の1988年の輸入量は約11.8万トン。2008年では2.6倍の31万トンに成長。

（出典：財務省貿易統計）

2008年の冷凍フライドポテト輸入量は過去最大の31万5千トン。輸出国の1位はアメリカで25万2千トンで全体の約80%を占めている。2位はカナダで11%、3位が中国で3%となる。グラフは数字は外食用、中食用、内食用の合計。日本で消費されるフライドポテトの大半が輸入（約31万トン：消費量全体の約98%）によっており、国産のフライドポテトは約7.6千トン※2（約2%）に過ぎない。  
 ※2 「日本の冷凍食品生産高・消費高に関する統計-日本冷凍食品協会発行」

■ **市販用冷凍フライドポテトの市場も右肩上がり伸長**

市販用のフライドポテト※3 も、08年後半以降、着実に伸張！（直近で前年比110% ※4）



出典：(株)インテージ IDX: SRI-Monthly  
 品目：冷凍ポテト 種類：シュースト・クリンクル・カントリー  
 期間：2007/05 - 2009/05（販売金額前年同月比）

※3 基本形フライドポテト（シューストリング・ゴールドンクリンクル・カントリースタイル）の合計（成型ポテト（ハッシュポテト）、レンジ対応ポテトを除く）

※4 直近半年（08年12月～09年5月）の平均値

# ハインツ日本 オレアイダ商品一覧

ホームページ商品情報 [http://www.heinz.jp/products/p\\_category/id/p\\_cat00006](http://www.heinz.jp/products/p_category/id/p_cat00006)

■商品リスト(抜粋) ※詳細はホームページを参照ください

品名	パッケージ	商品特長	品名	パッケージ	商品特長
シュースtring		細くて長いシュースtringは付け合わせやもちろんおやつにもピッタリ！細切りならではのカリッとした食感、食べたしたら止まらない美味しさです。	星のポテト屋さん		お弁当や料理を楽しく彩る、かわいい星形のハッシュポテト。カリッ＆サクッとした食感が後をひく美味しさです。
ゴールデンリング		波形カットのゴールデンリングは、どんなお料理の付け合わせにもピッタリ。カリッと揚がって、中身はホクホクの美味しさです。	星ポテのりしお風味		ハッシュポテトの美味しい食感と香り豊かな“のり塩”風味が絶妙にマッチした星形ハッシュポテト。
カントリースタイル		皮付きのポテトをそのままカットしたカントリースタイルは、ほくほくとしたじゃがいもの自然の風味が楽しめるフライドポテト。素朴なポテトの飾らない美味しさが魅力です。	レンジでカリッホクツフライドポテト		箱ごとレンジでチン！「レンジで美味しい食感」にこだわったフライドポテトです。うす塩味の食べ切りサイズ。
おはようポテト		朝食の定番メニュー！表面カリッ＆中身ホクッとした粗切りポテトの旨みが詰まったハッシュポテト。	スパイシーポテトガーリック味		皮付きポテトにスパイシーなガーリック風味のきいたスナック感覚のフライドポテトです。

【リリース配信に関するお問合せ先】

ハインツ日本 PR事務局(株式会社 アンティル内) 担当:石橋・久保田  
 TEL: 03-5572-6061 FAX:03-5572-6065 E-mail: [heinz@antil.jp](mailto:heinz@antil.jp)

【リリースの内容に関するお問合せ先】

ご不明の点がございましたら、ハインツ日本株式会社 マーケティング部 PR担当 池田まで、お気軽にご連絡下さい。

TEL: 直通 03-5687-7526 [mariko.ikeda@jp.hjheinz.com](mailto:mariko.ikeda@jp.hjheinz.com)