

温惣菜
フックにテイクアウト

1 容器の機能がズンと効く！
続く人手不足には

温惣菜
1

解決できる容器の機能アレコレ! どれを最優先にする?

温惣菜の環境の変化

バラ販売が中止となり、パック販売が増加



空気中の雑菌やウイルスから食品を守り
安全安心

消費者



マイパックの増加で汁・水滴漏れでの汚れ



SMIに求められる基準が高まった

お店



パック数の純増による作業の圧迫



より生産性の改善を容器に求められる

様々な環境の変化に対応する **温惣菜容器機能**

消費者が嬉しい容器機能



1 漏れにくい容器
タレもの・水滴も漏れにくくマイパックを汚さない

2 おいしさを保つ容器
余分な油が落ちておいしさを保てる



お店が嬉しい容器機能



1 積み重ねがし易い
売り場・品出しの際崩れにくい



2 ひとつのシリーズで選べるサイズ



温惣菜
フルッ・テッ

1
容器の機能が
ズンと効く！

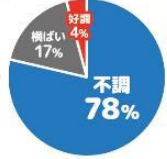
続く人手不足には

温惣菜
2

フラット蓋でシャープなカタチ
作業性も見映えもスツキリの「SAK」

バラ販売の停止で最も被害を
被った温惣菜

温惣菜
売上げ状況(5月)
エフピコ調べ N=87



新たに浮き彫りになった課題

① サイズが揃わない



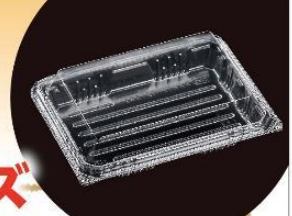
② ラベルで表現したい情報量の増加



ラベルやシールの
サイズが拡大

※朋JSP様調べ(シール面積/蓋天面面積)

③ ピークタイムの変化、
午前中のチャンスロス
作業・容器アイテムの増加～作業性が
益々重要に



課題を解決する新容器シリーズ

① 天面クリアで
スツキリしていて
見映えがいい



積み重ねを邪魔しない



中身の視認性を損なわない

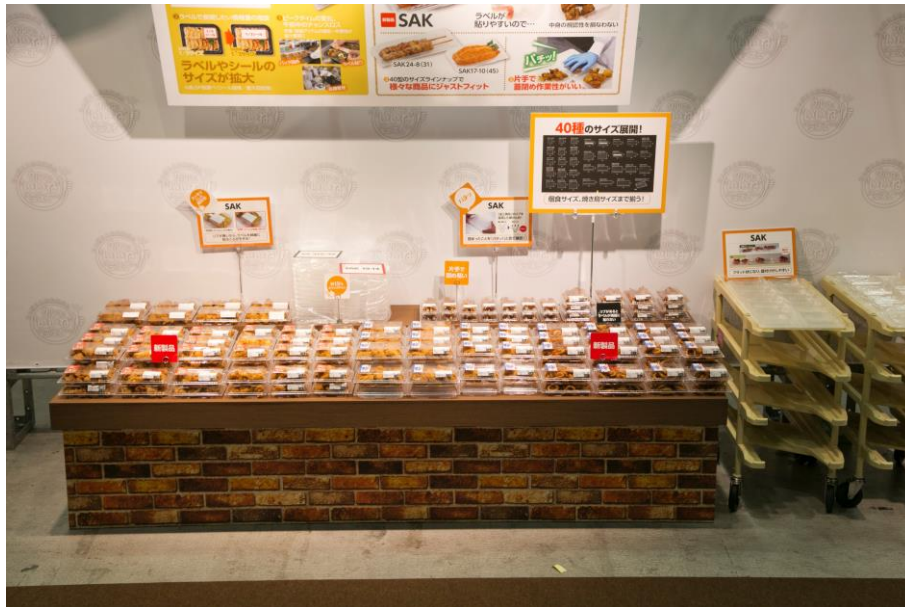
新製品 SAK

ラベルが
貼りやすいので…



② 40型のサイズラインナップで
様々な商品にジャストフィット

③ 片手で
蓋閉め作業性が高い



温惣菜
フリップアップ

1 続く人手不足には
スズと効く！

1 容器的機能が増え
スズと効く！

温惣菜
3

定番おかずからおつまみまで
量目ニーズに対応「MFPわかば」



バラからパック販売の移行で容器アイテムが増加



消費者は買い物頻度が減り
必要最低限で衝動買いがなくなった

パックの増加で
売り場が間延び
してしまう

買い物頻度の減少

週3回
↓
2回

容器集約をしながらの
差別化に
いい容器はないかな？



今期よく聞いたお客様の声
【エフビコ調べ】

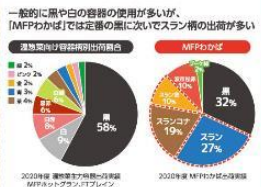
差し込みで売り場が際立つ**「MFPわかば」**
売り場にメリハリを与える4つの**“際立つ”機能**



① **葉っぱ形状**で際立つ



② 蓋に高さがあり**立体感**で際立つ



③ 今までにない柄で**差別化**



増量サイズにも
使える

← 品揃えとして必要 → ← 客単価を上げる →

④ サイズ・柄が追加されたことで
よりコーナー展開が容易で、SKUもより多彩に

耐熱の
差別化温惣菜トレーで
13型・7柄が揃うのは
「MFPわかば」だけ



温惣菜
ツムコレ

2 下がりかちな客単価をどうにかする?
客単価アップ大作戦

バラ・パック販売

温惣菜
4

焼き鳥は、平日も週末も“複数パック”に勝機あり

① 売り方を見直した企業は販売好調



② 2本用を購入する人が多く客単価アップ



平均: **2本** [POSデータ分析]

① 平日は2~4本がメイン



2本・4本専用容器が登場



新製品 **SAKシリーズ**

- 焼き鳥専用サイズ
- SAK21-8(31)…串180mm用2本サイズ
 - SAK21-12(33)…串180mm用4本サイズ
 - SAK24-8(31)…串210mm用2本サイズ

② 夕方・週末は4本以上にチャンス
大型容器でSKU展開



← 複数本数が揃うサイズ →

焼き鳥オードブル
20本以上の
大パックパーティーメニュー

- 安心かん合&リーフレスで作業改善
- 持ち帰りにも配慮



温惣菜
ツルとて

2 下がりちな客単価をどうにかする?
【客単価アップ大作戦】

バラパック販売

温惣菜
5

おかず需要が高いフライは、夕方に**“大パック・セット”**を強化

惣菜の悩みは夕方の苦戦

朝 昼 夕方 不調

人手不足の現場に負担をかけられない

来店分散により夕方のピーク時間が前倒し
準備時間が短くなった

夕方になるとパートさんが帰ってしまう

今ある商品ですぐにできて、
思わず手が出る値ごろ感と販促の工夫が重要

1 今ある容器ですぐにできる

定番の増量サイズ

2 長物も入る盤面の広さ
MFPティアラ角皿25-19

247mm

191mm

セット商品

フードパックにはないサイズ感

今日の朝はコレで決まり!
夕飯のおかず3点セット

掛け紙をつけて
“夕飯のおかず”への提案

3 圧倒的に目立つ高さ
シャトープラッター丸10

約40mm

小型でもボリューム感が出る形状

現場が作業し易い配慮

仕切りに立てかける

テープ留め作業軽減の安心かん合

夕方限定 Evening Only



温惣菜
 2 **バラ・パック販売**
 下がりちな客単価をどうにかせよ！
客単価アップ大作戦

温惣菜
6

おつまみやトッピングとして使える天ぷらは丁寧に食シーン別で提案

天ぷらは比較的好調



立てかけることで
ボリューム感アップ

① **ボリュームアップ機能「MFPアルマ」活用**

② **盛合せ強化で強気のコーナーづくり**

一般的な企業	好調企業
単品 6 : 4	単品 5 : 5
盛合せ	盛合せ

エフピコ調べ

③ **トッピングやおつまみなど活用の幅が意外と広い!**

① **“食べ方提案”で回転率をアップ!**

一人前のおつまみ需要

うどん・そばの付け合わせ

② **おすすめ容器はサイズが揃う!ラベルが貼り易い!**

SAK

従来品 → SAK



温惣菜
ツルとて

2
「客単価アップ大作戦」
バラパック販売
下がりがちな客単価をどうアップさせる?

温惣菜
7

お年寄りから子供まで支持の広いとんかつは胃袋に合わせた量目提案が重要

単価の取れるとんかつにチャンス有り



1 目立つ容器選定

形状 カラー
MFP ホットキッチンTK

2 販促物こだわり可視化

厚切 ロース豚かつ
このお店のとんかつは値段が高いけど、他のお店と何が違うのかしら?

3 SKUの拡充

半分 1枚 2枚
[量目SKUで食シーンの対応]
朝食 少量パック 夕食 大パック

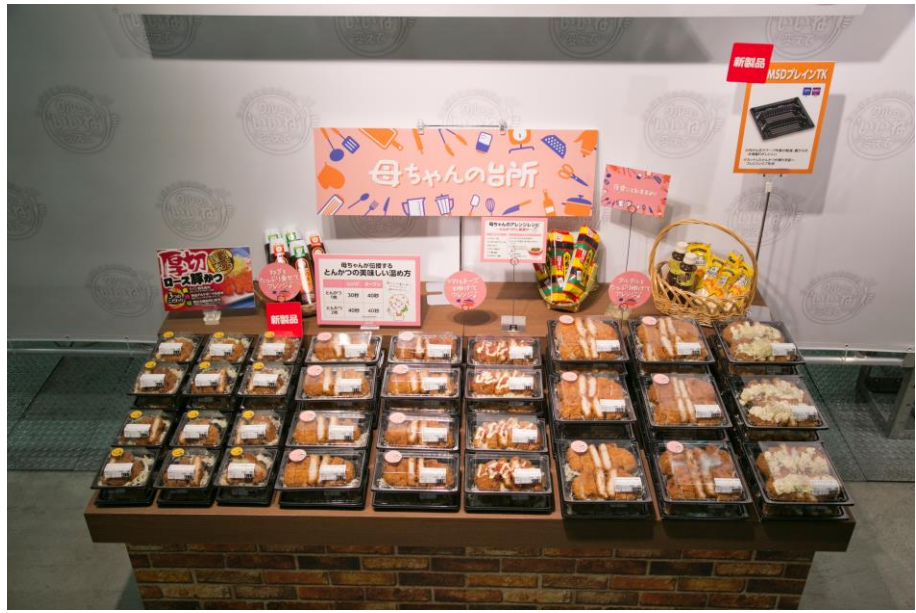
1 “食べ方提案”で売価アップ!



2 おすすめ容器は、傾斜付きでボリュームが出る「TK」シリーズの新製品



とんかつ専用容器「TK」が進化しました!
MSDプレインTK



温惣菜
ブルッとデレ

2 バラ・パック販売
下がりちな客単価をどうにかする?
【客単価アップ大作戦】

温惣菜
8

試食販売が無い今

“おいしさ・こだわりを訴求する販促物”に再注目!

コロナ禍の売場の課題は?

お店

- セールが打ち出しにくい
- 試食がなく、味・香り伝えにくい
- お客様とコミュニケーションが取りにくい

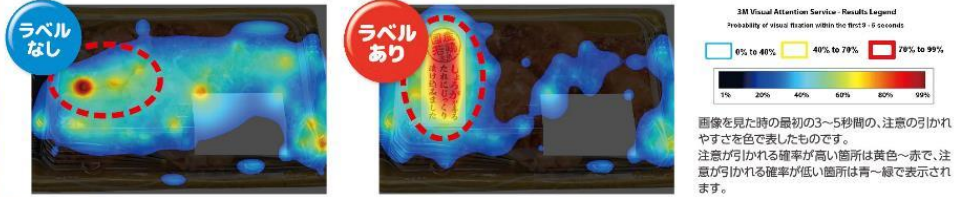
消費者

- 買い時が分かりづらい
- 味が想像しづらい
- 買い物時間を短縮したい

急いでいても分かりやすい
必要な情報がきちんと分かる
デザインが求められる

ラベルを貼って売りたい商品をアピール

【視認予測解析】ラベルにはこんなにも視線が集まる 有効活用して商品の魅力を伝えよう



画像を見た時の最初の3~5秒間の、注意の引かれやすさを色で表したものです。
注意が引かれる確率が高い箇所は黄色~赤で、注意が引かれる確率が低い箇所は青~緑で表示されます。

お客様
でも...ラベルを貼る
人手も少なくて...

解決!
もっと売り出したい
重点商品に絞る!

重点商品なら専用ラベルで差別化!
味わいを端的に伝える訴求文言を入れる

お客様
今は滞留時間が
短縮されていて...
より効果的にしたい

解決!
ラベルを
大きくして面で見せる!
W45×H140mmの帯型ラベル





温惣菜
9

『鉄板仕上げ』おいしさを高めた“本格惣菜”

① 競争の増加 [外食 (デリバリー・テイクアウト)]



主食だけではなく、
おかずメニューの
需要増加

② 一方で、鉄板焼きの現状

あつあつ出来立ての提供ができるSMならではの強みではあるが…

【悩みその1】

人手不足で
あれもこれも
作り切れない



【悩みその2】

夕方の苦戦が
SM惣菜の
一番の悩み

① 昼は“選択と集中”、 夕方はグリル・鉄板メニューで強化



② 鉄板メニュー専用柄が新登場!



MFPわかば グリエ黒





温惣菜 10

『インスタで手作り』重量感が伝わる“こだわり煮物”

バックヤード作業効率のモデル企業として有名な東北の(株)ユニバース様参考

“煮物”を強化する理由



内食が増加し 作り疲れ

手のかかる“煮物”は家庭では作りたくない
→家事の代行として SMIにチャンスがあるメニュー



各企業揚げ物・フライ・焼き物の構成比が高いので 他企業が注力していないからこそ、名物商品となる!



夕方は煮物の構成比を増やして揚げ物・フライ・焼きは縮小

1 手間がかかるからSMもやりたがらないのでは? そんな声も 課題を解決する工夫で払拭

インスタ販売の課題・工夫

●【課題その1】インスタアの手間
インスタで鍋を使って最後に火を入れる “ひと手間”でおいしくなる



カット済みの食材・トレー・調味料はキット化して店舗へ納品。お店では煮込むだけ

●【課題その2】煮込み時間のバラつき
具材のサイズ・煮る時間によって味の入り方が変わる



煮込み時間を揃えることで 味のバラつきをなくす

2 煮物=冷蔵ではなく、インスタで 常温の商品づくりに変える 容器もインパクトがあるもので売り込む! MFP優德利



内かん合で汁漏れの心配なし テープ留め作業軽減にもなる

主婦の不満をチャンスに変えた結果 夕方の売上げ **20%アップ** 今後も煮物拡大予定



温惣菜
3つのテーマ

3 家庭では作れない
本場に美味しい
名物商品の作り方

温惣菜 11 家庭では作れない本格的な味を提供“中華メニュー”
行列ができる横浜中華街老舗店監修&プロが認める本場 香港の調味料使用

コロナ禍の市況変化

① SM温惣菜部門の苦戦
温惣菜売上げ状況(5月)
伸び 4%
不調 79%
エフピコ調べ N=87

② 消費者は
買い物頻度が減少
必要最低限で衝動買いが少ない
買い物頻度の減少
週3回
↓
2回

③ デリバリー・
テイクアウトの
増加
平均 15~20分
3時間
できたて

④ 外食の参入で求められる味のクオリティが高まっている

SMの惣菜部門へ消費者を誘導するには
本場に美味しい名物商品を作る!

そこで! 本格調味料で“家庭でできない本格中華”を商品化!

中華街 横浜大飯店

① 横浜中華街で行列ができる
老舗店監修の調味料

② プロが認める
本場 香港の調味料

四川豆板醤 (レギュラー)
OS赤缶 (490g)
香港XO醤 (220g)
新OS赤缶 (5LB)
甜麵醬

更に!
エフピコからのご提案として

① イベント企画で
注目度を
上げる

② 本格中華を
伝える
価値伝達

