

米飯
グルッとテマ

1 人手不足・解決への
環境整備から
まずはスタッフを助けたい！

米飯 1 全部テープ留め作業軽減!
安心かん合で作業性向上 手直しも簡単

米飯の環境の変化
ピーク時間の変化で製造が間に合わない

チアシロスも多く感じる部門

米飯	22%
鶏肉	20%
豚肉	17%
魚肉	16%
野菜	10%
その他	5%

2020年4月～12月（コスト調べ）

安心かん合のシリーズは今年大幅拡充!

そこで、定番品のテープ留め作業を軽減できるラインナップをご用意

安心かん合+選べるサイズ
MSD穂高膳

安心かん合+ボリューム感
MSD竹皿膳

安心かん合+汎用性
MSD半月丼

安心かん合+折箱に次ぐ見映え
MSD穂高重

1番手間がかかるのはテープ留め作業

米飯部門
テープ留め作業の今後の方針

テープする	30%
テープしない	70%

エスエコー・イトモ



米飯
3.11

1
環境整備から
人手不足・解決への
まずはスタッフを助けたい!

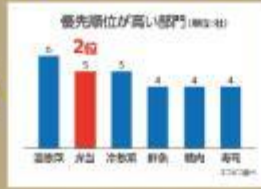
米飯
2

マイバッグは汚せない ドリップ漏れを防ぐからクレームレス!

マイバッグの普及で、ドリップ漏れ対策が必須に!



弁当は
ドリップ漏れ対策の
要望順位が
高い!



現場ではこんなことが発生している

汁気の多い具材が増加



汁漏れによる
クレーム

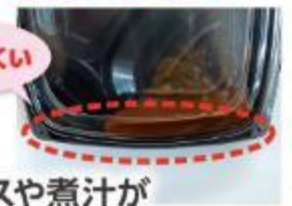


汁漏れ対策を容器でお手伝い

汁気の多い弁当に**最適な容器が登場!**



漏れにくい



MSDセイフ

1 ソースや煮汁が
漏れにくい構造

ぶら下げても
蓋が開かない
かん合強度



容器同士がぶつかっても
蓋が外れにくい
構造



想定重量×1.5倍の重量を
想定した設計

蓋が本体からはみ出さないため
他の商品にあたって蓋が開きにくい

2 持ち帰り時に蓋が開く心配を軽減



米飯
3

まずはスタッフを助けない！
人手不足・解決への
環境整備から

米飯
3

カートに、売り場に、“二段積み”品出し回数もチャンスロスも減!

工数が多く
手間がかかる

簡単
オペレーション

作業性のいい
丼・重カテゴリーを
強化する
企業が多い

MFP角盛重なら作業性のいい丼を**より楽にできる!**

大幅伸長

内かん合

MFP角盛重
シリーズ

MFP丸丼 18

32パック

MFP角盛重 17-17

64パック

①パイレッシュ効率がよく
品出し回数を削減できる

②テープ留め作業の軽減
※必ずご検証の上、ご判断ください

③マイバックで持ち帰り時に
水滴漏れの心配なし



米飯
3Lってア

1

まずはスタッフを助けない！
人手不足・解決への
環境整備から

米飯
4

増えるアウトパック弁当の陳列作業も効率アップ

新型コロナウイルスによる
マーケットの変化

①来店分散によりAMの
ピーク時間が前倒し



[コロナ前] 開店直後10~13時

②パートやアルバイトの人員削減
作業が追いつかずチャンスロス発生

各社のお悩みは
アウトパック商品の
陳列作業増加と
インスタに負けない
見映え

店舗の手間がかからない
アウトパック品に注目

コロナの影響によるインスタ：アウトパックの
売り場構成比率変化(例)A社様

イン	アウト
コロナ前 6 : 4	
コロナ後 4 : 6	

アウトの
売上げ好調!

従来のアウトパック弁当売り場



近年業務の効率化と
売り場が単調に...

エフピコの「MFPモダン浅」ならお助け可能

大幅伸長↑



① コンテナにぴったり
運送効率をアップ



コンテナ3台積みできる
3シリーズでお弁当100パックあたり **4コンテナ削減**

MFPモダン浅シリーズ

② 定位置柄
アウトパック398円弁当に
定位置印刷柄を採用している企業
11社 / 13社中
(2019年秋エフピコ買い回りより)

定位置柄なら
中身をはっきり
見せられる



令和 → 令和

額縁効果
中身をはっきり見える



米飯

グリコ・デパ

2

脱・いつもの商品づくり
ニーズを捉えた「新定番」で
お客様の支持を掴め!

米飯
5

朝一から供給 行列ができる“名物商品のお弁当”

朝のピーク時間の前倒しにより、
工数の多い弁当は製造が間に合わない



来店分散により
AMのピーク時間が前倒し



売り場に
商品がない



朝一に新品目を並べないと
チャンスロスになる

エフピコの「MFPエルア」ならお助け可能!



MFPエルアシリーズ

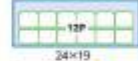
① オペレーションの変更 [関東A社の事例]



弁当を優先

温野菜の
名物商品をお弁当に!

同じ作業台として



② 容器の小型化で
一度に製造できる
数が多くなる



③ 仕切り減で盛付け簡単
シンプルな仕切りで、
ご飯・メイン・副菜を簡単盛付け



④ 盛付け易い形状
丸みのある形状で、
角まで敷き詰める必要がない



米飯
フレッシャーズ

2 ニーズを捉えた「新定番」で
お客様の支持を掴め!

脱・いつもの商品づくりに

米飯
6

ランチには盤面の広い容器 チャンスロス回避&客単価アップ!

昼のピークは変わらず...
**各社間に合わせるために
作業性の良い丼に集中**

変化する

お店の声

- 作業が簡単なので丼に集中している
- 弁当に手間をかけるなら、売れる丼・重商品で売り場を埋める傾向がある

丼・重カテゴリーの状況

好調だが、安値の傾向

行調 約7割

398円以下 75%

25%

餃子丼 牛丼 豚丼 甘酢丼 カツカレー丼

1つの容器シリーズで
複数メニュー展開する傾向

プレート容器シリーズ伸長率ナンバー1!
MFP グラブ八角のポイント

積み重ね性の
いい理由

6段

1 積み重ね性がいい
※内容量300gで検証

盤面が広いので
重量が分散される

蓋の天面より
本体の底面が広いので、
蓋に本体がしっかりとまり
固定される

中華

洋風プレート

2 定番からイベントまで幅広く使える

MFP グラブ丸

MFP グラブ楕円



米飯
フジッテア

2 ニーズを捉えた「新定番」で
お客様の支持を掴め!

脱・いつもの商品づくり

米飯
7

夕方のキーワードは“家族でシェア・おつまみ・ちょっと贅沢”

夕方のピーク前倒しによって、昼以降の準備時間が短くなった

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

一方で、外食では夕食需要に向けたボリューム弁当がトレンドに

外食 A社 わらじかつ丼 700円	外食 B社 Wサーロインステーキ重 1480円	外食 C社 スタミナ超特盛丼 798円
-------------------------	-------------------------------	---------------------------

ローコストかつ丼の1.4倍
300gステーキ2枚
量が定価品の3倍超え

そこで、夕方のピークに向けた大型パックのご提案「BOXシリーズ」

①仕切り無しで乗せるだけ! 作業性良し!

②弁当容器に無いサイズ! 売り場に置くだけで変化良し!

③丼を2個買うより安い価格設定でコスパ良し!

27x20 28x21 398円/人 350円/人

2人分



米飯

3/17

2

脱・いつもの商品づくり
ニーズを捉えた「新定番」で
お客様の支持を掴め!

米飯
8

弁当は“持ち易く、小ぶりでも量目しっかり”が新・定番

過去ヒットしたが、続かなかった女性向け弁当



業界初の1,000人規模の
消費者アンケートを実施

分かったこと① 持ち易さ



横から持つ



下から持つ

分かったこと②

大きい弁当は
恥ずかしい



社内
アンケートより

男女共に
ご飯は180g以上
欲しい

消費者アンケートから、**新しい弁当容器が誕生!**



SUうるし

SU京手箱

既存の商品を盛替えるだけで
新たな客層(女性)を取り込める商品になる



米飯
3つとアツ

3 脱・定番にも挑戦!
今までになかった商品で
地域二番店を目指す

米飯
9

“この見映えでこの値段?” 価値が出せる「折箱」はむしろ割安

そこで、包材比率に対する考え方を変えて成功した参考例



A社 包材比率が通常の2倍にも関わらず、発売エリアにて売上げ好調



B社 包材比率が通常の2.5倍にも関わらず、5年以上好調を維持



共通項として、従来では折箱を使用しない売価帯で活用し、**割安感を演出し成功している**



米飯
ごはんってアツク

3 脱・定番にも挑戦!
今までになかった商品で
地域二番店を目指す

米飯
10

外食市場に精通する久世がご提案!

ワンランクアップした商品で仕掛ける催事・イベントの提案

外食トレンドを取り入れた**“世界の料理フェア”**ができる!

催事・イベント頻度が増加



- ご当地フェア
- 駅弁フェア
- 日替わりイベント
- 週末限定イベント

アジアフェア、世界の料理など
外食を取り入れたイベントが特に好調



2020年の
イベントで
一番売れた!

関東A社バイヤー

やりたいけど、
食材が揃えることが難しい

①商品づくり(メニュー)



外食へ提案するノウハウとバリエーションで
提案メニュー数が多い

②売り方(容器)



ランチBOX容器で
**売り場を変えて
気付かせる**



米飯
3つとアツ

3 脱・定番にも挑戦!
今までになかった商品で
地域二番店を目指す

米飯
11

食べる直前がベスト ホントに美味しい丼は中皿で表現!

出来立てに対する概念が変わった

平均 15~20分

あつあつをお届け

持ち帰り 宅配強化

3時間

出来立ての価値低下

一番おいしい状態で提供するには、**中皿が必須!**

炊き立ての様なおいしいご飯

③断熱性が高く、冷めにくい

断熱性が高く、冷めにくい本体
中身はあつあつでも熱くない

中皿で食材を盛えてパリエーション展開にも

①中皿が食べる直前までおいしい状態を保つ

②社内での試食結果 (製造より5時間のカツ丼)

	従来の容器タイプ	DLV 麺丼
肉の食感	× (硬い)	◎ (柔らかい)
米の食感	× (米粒多い)	◎ (ちょうどいい硬さ)
酱汁(豚汁)の水分	× (バラバラ)	◎ (じつわり、ジューシー)
卵・三つ葉の形	× (崩れている)	◎ (きれい)

DLV 麺丼の保温検証 (エフエフ調べ)

30分経過 温度: 70°C

10分経過 温度: 84°C

保温性が高く 持ち帰っても温かい [DLV 麺丼]

見た目・食感共に「DLV 麺丼」の方が高評価!



米飯
3つとアツ

3
脱・定番にも挑戦!
今までになかった商品で
地域二番店を目指す

米飯
12

“高品質で低価格”は店内の素材フル活用で実現!コーナー化して魅せる

コロナ禍ニーズが明確になった!
内食回帰で**惣菜苦戦**

惣菜は、内食や外食(テイクアウト)に負けない美味しさが求められるようになった

店内で仕入れられる、鮮度のある割安な素材を使う**生鮮惣菜を強化!**

喜む生鮮の惣菜化

しかし…

- 買い物時間の短縮
- 商品を手に取らない
- 広告、チラシの掲載や配布自粛
- 大きな集客に繋がる安売りの自粛

こだわった商品がお客様へ伝わり切れていない!

1 関東A社では生鮮惣菜をより買いやすい売り場にするため、**集合陳列させて好調**

通常店舗惣菜構成比 **8%** → 集合陳列惣菜構成比 **12%**

2 弁当の品揃えが進む

3 更に、売り場を目立たせるための**容器選択も重要!**

SUうるし SU京手箱 WU-170-4 WU-415-2

今までになく、女性が思わず手に取りたくなる形状
ワンランク上の惣菜を目指して、容器で高品質

