



汎用調味料へ「かける」+「つける」を提案。世界の人気メニューも逆輸入！

キューピー 深煎りごまドレッシング たっぷり使える新容量 600ml を新発売

8月18日(木)から全国に出荷

キューピー株式会社

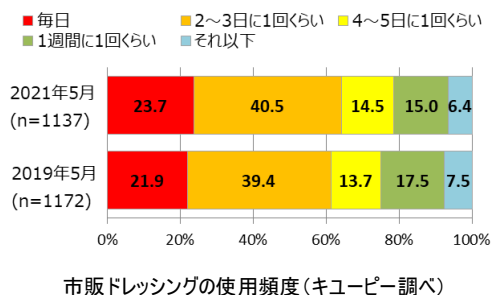
キューピー株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役 社長執行役員：高宮 満、以下キューピー）は、「キューピー 深煎りごまドレッシング」の新容量 600ml を新発売します。深煎りごまドレッシングは、すりたてごまの香りとコク深い味わいが特徴のドレッシングです。2000年に発売し、2002年以降20年間連続でドレッシング単品の国内シェア1位^{※1}と幅広い世代から支持を集めています。今回、容量ラインアップの拡充により、1本でさまざまな料理に使える汎用調味料としての提案を強化します。

※1 (株)インテージ SCI(全国消費者パネル調査)をキューピーが集計(金額)



ドレッシング使用頻度の増加や用途拡大に応える新容量

ドレッシング市場はコロナ下の内食需要の高まりを受けて拡大傾向にあり、とりわけ400ml以上の大容量帯が伸長しています。また市販ドレッシングの使用実態調査からは、コロナ前の2019年に比べ、2021年は使用頻度の増加も確認できます（キューピー調べ、下グラフ）。



中でも深煎りごまドレッシングは汎用性が高く、自社の調査によると年々サラダ以外のメニューに使われるシーンが増えています。これらの背景から、既存の180ml、380ml、スティックタイプに加え、普段のサラダにたっぷり使えて、これ1本でサラダ以外のメニューにも幅広く使える、新容量 600ml を新たに発売します。

秋冬に取り入れやすいメニューで、「かける」+「つける」の提案を強化

深煎りごまドレッシングは、冷奴、豚しゃぶ、うどんなど、「かける」メニューを中心に用途が広がっています。また本品は蒸し料理や鍋物のたれ使いとして、簡単で季節感のある「つける」メニューも豊富であることから、秋冬に向けて「つける」メニューの提案を強化し、さらなるトライアルを促進します。

さらに、お好みで薬味や調味料を加える提案も行い、深煎りごまドレッシングの楽しみ方のバリエーションを広げていきます。



“^{マラー}麻辣鍋”に“生春巻き”！？世界の人気メニューを逆輸入！

深煎りごまドレッシングは、ごまが持つ健康によいイメージや焙煎したごまの香り立ちの良さから、日本国内のみならず世界で親しまれています^{※2}。2004年に中国で販売を開始し、現在では日本および海外の拠点から世界44カ国に商品を展開しています。現地の食材や食文化に合わせたメニュー提案を進める中で、さまざまな料理に合う汎用性の高さが評価され、サラダ以外への利用も広がりを見せています。深煎りごまドレッシングの海外での楽しみ方やアレンジの可能性を日本でも広く知ってもらうため、600mlの発売に合わせ、海外の人気メニューを公式サイトやSNSを通じて紹介していきます。

※2 商品名は国によって異なります。



㊦ 麻辣鍋のたれ(中国)、㊧ 生春巻きのたれ(インドネシア)、㊨ ポークソテー(欧州)

キューピーは、「深煎りごまドレッシング」の汎用調味料化を進めることで、毎日の献立づくりのお悩み解決や新たな食文化の創造に貢献していきます。

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	深煎りごまドレッシング	600ml	税抜：720円 税込：778円	9カ月

2. 出荷日

2022年8月18日(木)から全国に出荷

3. 商品特徴

深く煎ったすりたてごまの風味をとじ込めて、香り豊かに仕上げました。

4. 販売目標

20億円(新商品1品/小売ベース/年間換算)

【キューピー ドレッシング「金キャップ」シリーズ 全 16 品】

600ml

NEW

380ml



180ml



スティックタイプ(8ml×6本)



キューピー ドレッシング「金キャップ」は、“素材のおいしさを引き出し、サラダの世界を広げる”がコンセプトの、ドレッシングの主力シリーズです。2000年に「シーザーサラダドレッシング」と「深煎りごまドレッシング」の2品で発売しました。以来、すりおろしオニオンドレッシングやごま油&ガーリックドレッシングなど、サラダの新しい可能性を提案し続けています。