

—News Release—

2017年1月16日

60～70代の新規顧客層がターゲット

しゅさい

「ワタミの宅食」新商品「いきいき珠彩」が1月16日より全国でお届け開始

ワタミ株式会社(東京都大田区・代表取締役社長 清水邦晃)は、新商品「いきいき珠彩」を開発し、2017年1月16日より、お届けエリアを全国に拡大し、本格的に展開をしていきます。

本商品は、事業ブランド「ワタミの宅食」において、2016年9月26日を皮切りに、一部地域にて順次お届けを開始してきました。管理栄養士が健康に配慮し、塩分やカロリーを設計した食事であるとともに、「主菜の満足感・食べ応え」を追求した商品であり、比較的活動量の多い60～70代をメインターゲットに据えています。先行導入地域でのお客さまアンケートでは、多くのお客さまに「主菜のボリューム」に対し、ご満足いただくことができました。今後も献立の改良等により、販売数を増やし、顧客年齢層の拡大を図ります。

■「いきいき珠彩」商品概要

主菜の満足感と健康的な食生活への配慮を両立させたお惣菜

【価格(日替わり5日間コース)】

・1人用 3,200円(税込、宅配料込)
(1食あたり640円)

【特徴】

・食塩相当量 4.0g 以下(週平均)
・450kcal 基準(週平均)



(*)北海道、青森県、秋田県、岩手県、沖縄県を除く

【5日間の献立例】



月曜日
イタリアンハンバーグ他



火曜日
エビとブロッコリーの塩だれ和え他



水曜日
チキン南蛮 他



木曜日
カレーの和風あん 他



金曜日
味噌カツ 他

※写真は1人用の献立例です。
※食塩相当量、熱量は1食あたりの数値です。
※熱量の基準値は週平均で±50kcalの範囲としています。
※栄養成分値は献立作成時の計算値です。
※冷蔵でお届けしますので、電子レンジで温めて召し上がってください。

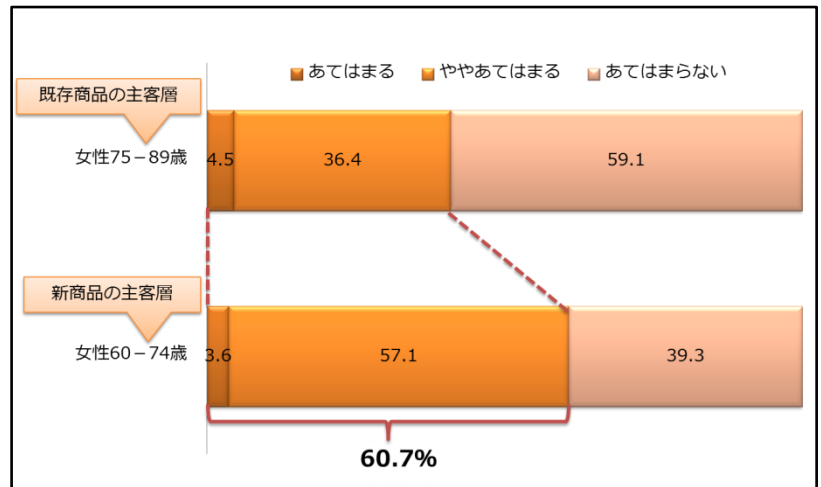
■「いきいき珠彩」開発・展開の狙い

「ワタミの宅食」では、「まごころ御膳」「まごころおかず」「まごころこぼこ」「まごころ万菜」と4種類の主力商品を揃え、主に70～80代の方にお届けしてきました。

その過程で、2015年度に訪問調査を実施したところ、既存顧客層である75～89歳よりも年齢の低い60～75歳の方が、食事の準備・調理を負担と感じる方が多いという結果を得られました。これは、就業状況、外出などの活動量の差が影響していると考えられます。

そこで、比較的活動量の多い60～70代の方にもご満足いただけるよう、主菜のボリュームを増やし、食べごたえを感じていただける商品として「いきいき珠彩」を開発しました。

Q: 普段の生活での困りごととして「食事の準備・調理・後片付け」は当てはまりますか？(ワタミ株式会社の訪問調査より〔2015年9月～2015年10月〕)



■「ワタミの宅食」は、お客さまの健康的なお食事をサポートしてまいります。

「ワタミの宅食」のお弁当・お惣菜は、家庭では調整が難しい塩分やカロリーなどを専任の管理栄養士がコントロールしています。食事が偏らないよう、献立は5日間トータルで設計されています。

「いきいき珠彩」は、これまでと同様、健康的な食生活に配慮した商品であるとともに、メインの主菜は原材料や献立設計から見直し、既存商品とは異なるラインナップでお届けします。

一人でも多くのお客さまの“いきいき”とした生活に“彩り”を添えられるよう、「ワタミの宅食」では、これからも健康的な食生活を考えたお食事をお届けしてまいります。

■「ワタミの宅食」について



健康に配慮した日替わりのお弁当・お惣菜を、毎日決まった「まごころスタッフ」が手渡しを基本にお届けしています。

主力商品:「まごころ御膳」「まごころおかず」「まごころこぼこ」「まごころ万菜」、お料理キット(はやママコース、ファミリーコース、オトナコース)

※お料理キットは一部地域限定商品です。※宅食(R)はワタミ株式会社の登録商標です。