

「大阪王将の
たれ付餃子」

拡大した配荷店舗数 単品メーカーからの脱却課題

イトランド

【関西】イトランドで
冷食などの食料品事業を担
うトレーディング部の第2
四半期累計は売上高44億4
900万円(19.8%増)。
昨秋から展開がスタートし
た関西圏、4月に大きな数
字を残した東北圏だけでな
く、全国的に「大阪王将の
たれ付餃子」の配荷が進ん
だ上期は、「目標値以上の
結果が出せ、100点満点」
(仲田浩康常務取締役)と
した。

今秋に生協先行でギョウ
ザ、チャーハン、唐揚げ用

ドライ調味料3品を発売し
たが、4〜9月の食料品事
業実績はほぼすべてが冷食
の販売実績だ。構成比では
現在、量販店と生協へ販売
する市販用商品が90%を占
める。上期売上は4月27
・5%増、5月13.9%増、
6月9%増、7月20%増、
8月20.8%増、9月27.
9%増で、累計前年比は19
・8%増となり、中でも今
春に国産食材100%に改
良した「大阪王将のたれ付
餃子」は40%増となった。
食料品事業の通期計画

は、2度の上方修正を経て
売上高88億円(13.0%増)。
だが今秋の取扱店舗数が、
春から1159店舗増の1
万808店舗となったこと
から、計画数字超えは間違
いなさそうだ。下期課題は
「ギョウザの配荷店舗数の
さらなる拡大」と、現在、
市場シェア半分の水ギョウ
ザで国内シェア率60%を目
指す。「冬の商材だった水
ギョウザが、今年は夏場も
棚から外れず通年商材とな
った」と、秋に新発売した
「炊き餃子」を含め、水ギ
ョウザ実績は10月も66%増
と好調だ。春に竣工した北
海道工場で、水ギョウザの

生産能力も前年の1.5倍
を確保した。また、12月3
日には東日本地区の冷食生
産拠点となる新関東工場の
地鎮祭が行われる。
100億円メーカー目前
となった同社だが、「「大
阪王将のたれ付餃子」の
単品メーカーを卒業し、外
食店舗のノウハウを生かし
た「バラエティー豊富な食品
メーカーになりたい」と次
なる課題を掲げ、来春には
「大阪王将」ブランドで10
品以上の新商品の発売を計
画。一方、弁当向けブラン
ド「おべんとう気分」シリ
ーズでは今秋の新商品「つ
ぶつぷんコーンボール」が好
調。「大阪王将」ブランドの
育成とともに、ブランドに
頼らない商品力でおべんと
う気分シリーズも育ててい
きたい」としている。
(深瀬雅代)

具材は国産

豚肉・鶏肉・キャベツ
にんにく・しょうが

冷凍餃子 全国に
シェア拡大中!

EAT&CO. おなか
いっぱい
幸せを

具材は
すべて
国産
豚肉、鶏肉、キャベツ、
にんにく、しょうが

たれ付
餃子

大阪
OSAKA OHSHO
王将

料地情報
原産地
12個・
たれ2個入
冷凍食品
要冷凍

12個 たれ2個入

食生活研究所 食らぶ

クーポンや新着情報、
試食会のご案内など
お得な情報を定期配信中!

無料登録はコチラ モバイル
スマートフォン! 食らぶ 検索

