

～冷凍枝豆に箱型・パーソナルサイズをご提案～

大塚食品「Micro Magic」シリーズにえだまめが新登場

Micro Magic 塩あじえだまめ えだまめ de Walk <塩味> 新発売

1988年から発売のロングセラー商品、箱型・パーソナルサイズでおなじみの「Micro Magic」シリーズからえだまめが追加となりました

大塚食品株式会社(本社:大阪府中央区、資本金10億円、代表取締役社長 中井吉人)は、「Micro Magic」シリーズに追加して、一部関東のスーパー・CVSで先行発売しておりました、**「Micro Magic 塩あじえだまめ」、「えだまめ de Walk <塩味>」を2006年2月20日より全国で一斉に発売いたします。**

「Micro Magic」シリーズは、1988年3月に発売して以来、今年で18年目を迎えるロングセラー商品となりました。ロングセラー商品が少なくなった昨今、「Micro Magic」がお客様に支持されているのは、袋物の冷凍食品とは異なり、「電子レンジで簡単に調理できるコンパクトな箱型スタイルで『Personal Use(パーソナルユーズ)』を提供する」というコンセプトが、お客様の要望にマッチし受け入れられてきたからと考えております。

(「Micro Magic」シリーズは、ブランド認知率・販売数も安定しております。)

そこで今回新たに「Micro Magic」シリーズに、「Micro Magic 塩あじえだまめ」と「えだまめ de Walk<塩味>」を追加して、差別化・多様化する顧客ニーズに対応し、市販用冷凍食品の市場規模やえだまめの安定した年間需要を背景に「Micro Magic」ブランドとして冷凍食品業界に確固たる地盤を築きます。

なお、この商品をご家庭や旅行先等様々なシーンで枝豆を電子レンジで簡単に加熱でき、安全に安心してお召し上がりいただけます。(もちろん水戻し、自然解凍も可能です)。

他社の冷凍食品とは異なる技術・形態・コンセプトを今後も提供していきます

< 商品概要 >

希望小売価格 : Micro Magic 塩あじえだまめ 147円(税込)
: えだまめ de Walk<塩味>189円(税込)

発売日 : 2006年2月20日全国発売(一部地域では先行販売有り)

販売エリア : 全国

販売チャネル : 量販店、一般小売店、CVS

初年度売上目標 : 6億円

食品分類 : 冷凍食品

広告販促活動 : イベント・コラボなどを中心とした販促活動を予定

< 先行販売状況 >

2005年10月より、一部の関東スーパー・CVSで先行販売を開始しました。えだまめ季節指数が低く、オフシーズンの状況下においても、多くのお客様の支持を頂いております。インシーズン(5月~8月)では、2倍以上の売上となる枝豆市場の中で、全国展開へ向けて好調な滑り出しとなりました。



「Micro Magic 塩あじえだまめ」

「えだまめ de Walk<塩味>」