



平成 27 年 3 月 25 日

「野菜にやさしい製法」（特許取得済）等様々な工夫により実現  
**「千切りキャベツ」「ミックスサラダ」の消費期限を 1 日延長**  
 ～小売店での販売機会ロスを減らし、消費者の利用拡大を促す～

株式会社サラダクラブ

パッケージサラダの株式会社サラダクラブ（代表取締役社長：萩芳彰、本社：東京都調布市）は、2015 年 4 月 3 日（金）出荷分より、主力商品の「千切りキャベツ」と「ミックスサラダ」（BigPack 含む）の消費期限を 1 日延長します。

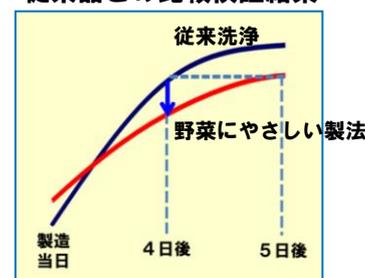
パッケージサラダは、カットされた状態で 1 食分から個包装されており、洗わずにそのまま使用できるというメリットがある一方、丸野菜に比べると、消費期限が短いというデメリットがあります。当社はこれまで、一部商品を除く全ての商品の消費期限を、製造日含め 4 日間（店頭で並んでから 3 日間）で販売していました。4 月 3 日（金）出荷分以降、対象の商品は消費期限が製造日含め 5 日間となり、店頭で並んでからは 4 日間となります。今回、親会社のキューピーが特許を取得している「野菜にやさしい製法」\*1（特許 4994524 号）の使用に加え、これまで当社が取り組んできた「コールドチェーン（低温管理）」、機能性のある包装フィルムの採用等様々な工夫\*2を積み重ねることで、消費期限を延長できるようになりました。

当社が販売する商品の中で、最も売上げが多い商品が「ミックスサラダ」で、次に多いのが「千切りキャベツ」です。「パッケージサラダ」は消費期限の短さから、小売店では発注量のコントロールが難しいという問題があります。そのため、販売ピーク時の夕方や夜には売り切れていることも多く、販売機会ロスが大きな課題となっています。当社が行ったアンケート調査（サラダ白書 2014）\*3では、平日の夕方から夜に、買いたいののに売り切れていることがある時短食品の第 1 位が「パッケージサラダ」という結果になっています。今回の消費期限延長は小売店での販売機会ロスの削減と消費者のまとめ買いにも貢献できると見込んでいます。

\*1「野菜にやさしい製法」（特許 4994524 号）とは・・・

野菜本来の抵抗力を活かし、なるべくダメージを与えないように洗浄する方法。具体的には、カット前とカット後の 2 回洗浄を行う。カット後の洗浄ではカット前よりもやさしい洗浄を行うことで、野菜のダメージを減らす。且つカット時に水を注ぎながらカットを行うといった方法です。従来洗浄の製造日から 4 日後と、「野菜にやさしい製法」の製造日から 5 日後の野菜の細菌数はほぼ同程度となっています。

従来品との比較検証結果



野菜の細菌増殖曲線

\*2 野菜の品質を保つ工夫・・・

サラダクラブでは、野菜の工場での受け入れから生産、出荷、そして販売点である売り場までコールドチェーン（低温管理）を徹底することで、鮮度と品質の持続を図っています。また、生産ラインでは、野菜に合わせた機能性のある包装フィルムの採用や、酸素濃度の調整により、酸

化による変色の抑制と臭気の低減をしています。

\*3「サラダ白書 2014」

調査方法：インターネットで全国の20歳～69歳の男女2,060名を対象に実施。

調査期間：2014年4月9日（水）～11日（金）

### 【概要】

1. 対象商品名/内容量/参考小売価格（税抜き）：  
「千切りキャベツ」（130g/96円）  
「千切りキャベツ BigPack」（280g/189円）  
「ミックスサラダ」（100g/96円）  
「ミックスサラダ BigPack」（220g/189円）
2. 出荷開始：  
2015年4月3日（金）～  
（沖縄エリアのみ2015年3月31日（火）～）
3. 販売：  
全国

### 【新パッケージ 商品画像】



「千切りキャベツ」

「ミックスサラダ」

「千切りキャベツ BigPack」

「ミックスサラダ BigPack」

### 【ご参考（サラダ白書 2014 より）】

#### 平日夕方から夜、「買いたいののに売り切れている」時短食品の第1位は「パッケージサラダ」

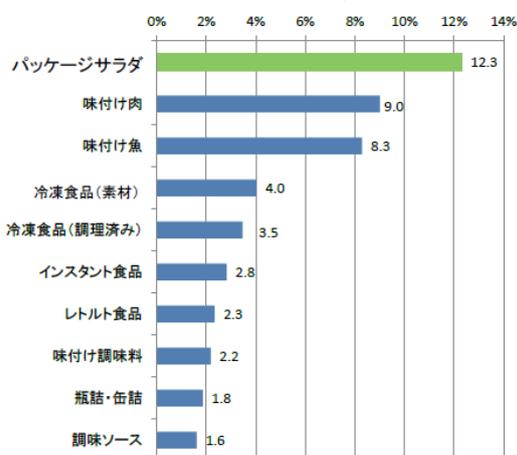
平日の夕方から夜に、スーパーマーケットで食料品を購入する人の中で、時短食品を購入することがあると回答した人（1,244名）に、買いたいののに売り切れていることがある時短食品について尋ねたところ、第1位は「パッケージサラダ」（12.3%）で、次いで「味付け肉」（9.0%）、「味付け魚」（8.3%）という結果になりました。時間帯別に見ても、「パッケージサラダ」の売り切れ発生経験率が最も高い結果となっています。

Q【平日の夕方から夜に、スーパーマーケットで食料品を購入する人の中で、以下のような食料品※を購入することがあるとした人に】

平日の夕方から夜にスーパーマーケットで食料品を買う時、買いたいののに売り切れていたことがあるものはありますか？あてはまるものをすべてお選びください。（複数回答）

※ インスタント食品、味付け調味料、レトルト食品、パッケージサラダ、冷凍食品（調理済み）、味付け肉、調味ソース、冷凍食品（素材）、瓶詰・缶詰、味付け魚、その他

[平日夕方から夜に売り切れていたことがある時短食品]



[売り切れ発生経験率・時間帯別]

	全体	16時-17時台	18時-19時台	20時以降
N	1,244	501	484	259
パッケージサラダ	12.3	8.2	14.5	16.2
味付け肉	9.0	6.6	8.9	13.9
味付け魚	8.3	6.6	7.9	12.4
冷凍食品(素材)	4.0	3.4	3.9	5.4
冷凍食品(調理済み)	3.5	3.8	3.1	3.5
インスタント食品	2.8	2.2	2.9	3.9
レトルト食品	2.3	1.0	2.7	4.2
味付け調味料	2.2	2.2	2.5	1.5
瓶詰・缶詰	1.8	2.0	1.9	1.5
調味ソース	1.6	1.4	1.7	1.9

## ■株式会社サラダクラブについて

株式会社サラダクラブは、野菜の鮮度と美味しさにこだわり、色々な種類の野菜を組み合わせ、洗わずにそのまま食べられる「パッケージサラダ」を製造・販売しています。キューピー株式会社と三菱商事株式会社の共同出資により1999年に設立されました。利便性と価格が一定という経済性が支持され、需要が拡大しているパッケージサラダ市場で、サラダクラブは国内最大のシェア率(\*)を誇り、販売店舗数は12,000店(2014年11月現在)に及びます。

(\*) マクロミル QPR : サラダメーカー別 2014年平均

サラダクラブのパッケージサラダは、国産野菜を中心に使用しています。(自社工場における全体使用量の約98%)国内産地では安定的に確保しにくい野菜のみ、海外から調達しています。野菜には季節ごとに最適地があり、品目ごとに、旬の時期に合わせて生産されています。春夏秋冬、途切れることのない産地リレーにより、年間を通して旬の野菜を調達しています。産地はパッケージの表面に記載しています。

産地や製法にこだわり、安心でおいしいパッケージサラダをお届けしたいという想いを込めて、食卓に「もっと安心を」「もっと便利を」「もっと彩りを」「もっとエコを」という、4つの“もっと”をお届けすることをお約束しています。

<本件に関する問い合わせ先>

株式会社サラダクラブ 商品部 宮崎・荒金  
TEL. 03-5384-7690 (直通) FAX. 03-5384-7805  
〒182-0002 東京都調布市仙川町 2-5-7

<http://www.saladclub.jp> E-mail. [info@saladclub.jp](mailto:info@saladclub.jp)

<お客様からの問い合わせ先>

お客様相談室 TEL. 0120-662-831