



No. 3

2017年2月15日

拡大するパッケージサラダ市場  
 統一感のあるデザインで「安心」を訴求  
**パッケージサラダのデザインを全面リニューアル**

2017年4月22日（土）から全国で発売

株式会社サラダクラブ

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、2017年4月22日（土）に、パッケージサラダ全47商品のデザインを全面リニューアルします。

■新パッケージのポイントは「統一感」

今回のリニューアルでは、白を基調にして「お皿とフォーク」のアイコンデザインを中央に配置したデザインに変更します。商品名やサラダクラブのブランドロゴマークを目立たせることで視認性を高め、「サラダクラブ」ブランドの統一感を強化します。また、お客様の関心度が高い栄養成分表示を全てのパッケージに印刷しています。



■パッケージサラダ市場は1,300億円を超えてさらに拡大  
 ブランドを強化し食卓のおいしさと安心に貢献

女性の社会進出や単身世帯の増加、核家族化、個食化などの社会背景を受け、パッケージサラダ市場は2012年の735億円から1,317億円（2016年）※1に成長しており、今後も拡大していくと予想されます。パッケージサラダ市場で国内最大のシェア率（金額）※2を有するサラダクラブも、売上高が毎年伸長しています。今回、パッケージデザインをリニューアルすることで、「サラダクラブ」ブランドの視認性を高め、ブランドアイデンティティの強化を図ることで、食卓へのさらなる浸透を図ります。

※1：サラダクラブ調べ ※2：マクロミルQPR（サラダメーカー別 2016年1月 - 12月）

サラダクラブは、今回のリニューアルを機に、「パッケージサラダ」の魅力をさらに訴求していきます。また、お客様の健康と豊かな食卓をお手伝いするブランドを目指していきます。

# サラダクラブ



## ■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、野菜の鮮度とおいしさにこだわり、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（金額）\*1を誇り、販売店舗数は13,500店（2016年11月現在）に及びます。

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95%\*2）春夏秋冬、途切れることのない産地リレーで、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。

\*1：マクロミルQPR（サラダメーカー別 2016年1月 - 12月） \*2：2016年度実績

<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 日置・杉本・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