

餃子のたれOEM事例 | オリジナル調味料開発で惣菜売場を差別化 ～スーパーマーケット惣菜部門の取り組み～



惣菜売場の差別化において、「付加価値づくり」は重要なテーマの一つです。
中でも見落とされがちな要素が、餃子に添える“たれ”といった細部の設計です。

今回は、スーパーマーケットの惣菜部門がオリジナルの餃子のたれをOEMで開発し、売場の魅力向上と販売強化につなげた事例をご紹介します。
客層に合わせた味づくりやコストとのバランスに悩まれている方は、ぜひ参考にしてください。

惣菜売場の付加価値づくりをお手伝い

業種: スーパーマーケット(惣菜売場)
課題: 客層に合わせた「餃子のたれ」を開発したい
解決策: 辛さ控えめのオリジナルたれをシングルパックで製造
成果: 売場での評価向上や販売促進に寄与

お客様の課題

○ オリジナル餃子のたれ開発の背景

特定の顧客層をターゲットとした商品展開を行っているスーパーマーケット様。
「できるだけ添加物表示をしなくてよい原材料」を使いたいというご要望がありました。

○ 課題

既存の市販たれでは客層に十分にマッチせず、以下のようなお悩みをお持ちでした。

- 👉 来店客に合った味わいの「餃子のたれ」を提供したい
- 👉 惣菜売場で他店との差別化を図りたい
- 👉 可能であればコストの見直しも行いたい

導入のきっかけ

惣菜部門ご担当者様とのお打ち合わせの中で、人気商品の餃子に添えるたれをオリジナル化する方向で検討が進みました。

旭創業では、来店客の嗜好に合わせた味づくりとして、辛さを抑えた2種類の試作品をご用意。実際に試食評価を行いながら、味の方向性をすり合わせていきました。

お客様の商品コンセプトに配慮し、ご要望に合う原材料を選定しました。

また、コスト面への配慮として、使い切りのシングルパック(小袋)仕様をご提案。衛生面や利便性の向上にもつながる形で設計しました。

開発後の成果

完成したオリジナルの「餃子のたれ」は、
・ターゲット層にも食べやすい味わい
・餃子との相性を意識したバランス設計
売場担当者からも好意的な評価をいただきました。

その結果、
・惣菜売場の付加価値向上
・餃子商品の販売促進
につながりました。

ご提案内容

お客様のご要望に応じて、味づくりから包装仕様までご提案しました。
調味料OEMの豊富な実績を活かし、来店客の嗜好に合うよう、2種類のサンプルを作成し、試食していただきました。
コストダウンも視野に入れているとのことでしたので、シングルパックの小袋をご提案しました。

オリジナル調味料をOEM開発するメリット

・売場の独自性を高められる
・価格競争に巻き込まれにくい
・ターゲット層に合わせた味づくりができる
・PB商品との差別化が図れる

このようなお客様におすすめ

このようなお悩みはありませんか？

・惣菜売場の差別化を図りたい
・売場のマンネリ化を改善したい
・自社オリジナルの調味料を開発したい
・小ロットでOEM製造を依頼したい

旭創業では、味づくりのご提案から充填・納品まで一貫対応。
お客様の売場コンセプトやターゲットに合わせた調味料開発をサポートいたします。
調味料OEM・たれOEMをご検討中の方は、お気軽にご相談ください。

