

# 売れてる商品

## ハウス食品 「プロクオリティ」

今期4月以降のレトルトカレー市場は前年から1%程度減で推移している。こうした状況にもかかわらず、シェアトップのハウス食品はレトルトカレー売上げが2ケタ増と好調だ。中でも今年2月に全国発売した「プロクオリティ ビーフカレー」4食入り(中辛)は「プロクオリティ」は多食入りレトルトカレーで売上げ首位となり、ブランドを確立しつつある。これまでレトルトカレーの多食入りパックはハム・ソーメーカーが先行していた。多食入りでは日本ハム「レストラン仕様カレー」や丸大食品

## 多食入りパックが伸びる



「ビストロ倶楽部」が牛肉周りに露出したこともあり存在感が高まっていた。4食パックは300円台後半で販売されることが多く、1食当たり100円を切る価格。価格に対してのクオリティが高く、ヘビーユーザーの支持を集めている。

ハウス食品以外にもエスビー食品や江崎グリコなどカレーメーカーが続々と多食入りレトルトカレーを発売。現在では

RDSスーパー単品ランキング レトルトカレー 全国/16年4~10月/金額ベース

順位	前年順位	商品名	メーカー	構成比	前年比
1	1	咖喱屋カレー 中辛200g	ハウス食品	4.7%	90.9%
2	2	レストラン仕様カレー 170g×4	日本ハム	3.4%	88.6%
3	4	咖喱屋カレー 辛口200g	ハウス食品	2.5%	89.3%
4	-	プロクオリティビーフカレー 中辛4袋680g	ハウス食品	2.4%	-
5	5	銀座カレー 中辛箱180g	明治	2.3%	92.9%
6	24	牛すじカレー 180g	サンフリース	2.0%	211.9%
7	7	ホテル・シェフ仕様特製ビーフカレー 中辛4P680g	エスビー食品	1.9%	96.0%
8	6	カレー曜日 中辛230g	エスビー食品	1.9%	86.0%
9	3	ボンカレーゴールド 中辛180g	大塚食品	1.8%	61.5%
10	8	咖喱屋ハヤシ 200g	ハウス食品	1.7%	83.1%

前年比の(-)は新製品

記事・表中の市場データは流通システム開発センターの業界POS「RDS」を用い、マーチャндаイジング・オンの分析ツール「Piano-POS」で集計・加工した

レトルトカレー市場の15%程度のシェアまで成長したとみられている。「プロクオリティ」は名前の通り、プロの料理人が時間をかけて調理したような、じっくり煮込んだ濃厚な味わいが特徴。8月には「プロクオリティ ビーフカレー」4食入り(中辛)や「プロクオリティ」も発売し、ラインナップを強化している。