

売れてる商品

日本ハム「豊潤あらびき」

日本ハムといえば、日本のあらびきウインナーの草分け「シャウエッセン」。昨年の売上高は631億円に上り、発売から30年以上が経過する今も圧倒的なシェアを誇る主力ブランドとして君臨



する。

そのシャウエッセンよりも低価格のゾーンをターゲットに、第二の柱とすべく今春に発売されたのが「豊潤あらびきポークウインナー」(90g×2、税別445円)だ。独自の2段階加

ポークウインナー 第二の柱に育成へ

熱製法で旨みを閉じ込め、従来品の約3倍の肉汁量を実現。ブランド名にも込められた「驚きのジューシー感」を最大の特徴としてアピールする。JAS上級規格で、原料肉は豚肉のみ使用した。従来、同社製品でシャウエッセンに次ぐポジションにあった「森の薫り」シリーズは、今春から無塩せきの健康機軸商品へと位置づけをシフト。これに代わる強力なブランドとして、プロモーションでも「豊潤」の認知度をアップに注力している。発売後には、おいしさを実感してもらうため「100万人の試食大作戦」として大規模な店頭

全国/17年1~5月/金額ベース

RDSスーパー
単品ランキング

ソーセージ

順位	前年同期	商品名	メーカー	構成比	前年比
1	1	日本ハム シャウエッセンウインナー	日本ハム	18.9	78.5
2	3	プリマハム 香薫あらびきウインナー	プリマハム	7.2	98.3
3	2	丸大食品 燻製屋熟成あらびきウインナー	丸大食品	6.4	75.6
4	4	伊藤ハム グランドアルトパイエルン	伊藤ハム	5.7	86.3
5	5	フードリエ パリッと朝食ウインナー	フードリエ	3.4	79.7
6	—	日本ハム 豊潤あらびきウインナー	日本ハム	2.3	—
7	10	米久 御殿場高原あらびきポーク	米久	1.7	109.4
8	12	伊藤ハム ポークピッツ	伊藤ハム	1.3	76.3
9	8	伊藤ハム PRIME グルメポークウインナー	伊藤ハム	1.2	72.4
10	9	米久 あらびきフランク	米久	1.2	73.2

出典：流通システム開発センター/マーチャンダイジング・オンのPiano-POSで集計

サンプリングを実施。3月には全国でTVCMを放映したほか、ブランド専用のWebサイトでも発信。CMやそのメイキング映像、商品特徴であるジューシー感などのおいしさの秘密を紹介している。同社のウインナーとしては既にシャウエッセンに次ぐ売れ行きを示し狙いは的中。初年度、どこまで伸ばせるかに注目だ。