

2021年8月2日

## 『買ってよかった！シュウマイ』

## 次なる冷食ブーム！“冷凍シュウマイ”拡売施策



株式会社日本アクセス（所在地：東京都品川区 代表取締役社長：佐々木淳一 以下、当社）は、冷凍シュウマイの拡売施策として『買ってよかった！シュウマイ』企画を2021年8月より開始します。当社からの店頭販促のご提案を通じて、本カテゴリーの盛り上げを図ってまいります。

## ■企画趣旨

コロナ禍による中食需要は夕食、昼食ともに増加傾向にあり、依然として冷凍食品は注目を高めています。そのなかで中心はギョウザや唐揚げが担っていますが、専門店の増加やメディア等での露出を契機に2020年8月、シュウマイがギョウザの伸長率を超え上昇傾向にあります（当社調べ）。当社は次なる冷凍食品ブームの兆しとして冷凍シュウマイに注目。シュウマイのおいしさやバラエティーの豊富さ、利便性、特性を知っていただくことで、消費を促し、冷凍シュウマイのさらなる伸長を図ります。

## ■企画内容

店頭では、販促ツールで冷凍食品売場の活性化を図り販売を支援します。また、小売店様の環境にあわせて、汎用性と単品訴求どちらにも展開できる販促物をご用意しました。

### <販促ポイント>

#### ①食シーンの需要想起

「利便性」をフックに、新たに「昼食・夕食需要」を訴求しおかずとしてのシュウマイの存在感を高めます。

#### ②強みを生かした売場づくり

ラインナップの豊富さをアピール。冷凍シュウマイの存在感を高めながら SKU 数増を狙います。

<販促物例> ※一部を除き 8月上旬より順次納品開始

#### ○汎用型販促物

- ・ トップボード (W750×H250)



- ・ レール POP (W900×H64)



- ・ スイング POP (首部分: W30×H39/デザイン面: W55×H91)



・POP (A4/名刺サイズの2サイズ展開)



○単品訴求型販促物 (全14種) ※一例

・POP (A4)



・POP (名刺サイズ)



以上