



あらゆる世帯や使用実態に合う5つの容量展開に

キューピー ドレッシングの主力商品で 容量ラインアップを拡充

深煎りごまドレッシングから 260ml、
シーザーサラダドレッシングから 260mlと 600ml を新発売

9月4日(月)から全国に出荷

キューピー株式会社

キューピー株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長執行役員：高宮 満、以下キューピー）は、ドレッシングの主力商品「深煎りごまドレッシング」と「シーザーサラダドレッシング」の容量ラインアップを拡充します。「深煎りごまドレッシング」に260ml、「シーザーサラダドレッシング」に260mlと600mlの新容量を追加し、それぞれ5つの容量ラインアップで展開します。



主力2品の容量ラインアップを拡充。あらゆる世帯や 使用場面にフィットする5つの容量展開がスタート

ドレッシング市場のボリュームゾーンである中容量帯（150～399ml）に対して、これまでキューピーは180mlと380mlの2つの容量で展開してきました。世帯構成の変化や嗜好の多様化が進む中、あらゆる世帯や使用場面にフィットする容量ラインアップを目指し、主力の「深煎りごまドレッシング」と「シーザーサラダドレッシング」から新容量260mlを発売します。

また、コロナ下から続くサラダの喫食機会の増加や物価高を背景にしたコストニーズを受け、ドレッシング市場では400ml以上の大容量帯が伸長しています。キューピーは昨年、「深煎りごまドレッシング」から、キューピーの市販用ドレッシングとしては最大容量となる600mlを発売しました。サラダにも肉や魚料理にもたっぷり使えると好評で、順調に売上を伸ばしています。今回、同じく主力商品でヘビーユーザーも多い「シーザーサラダドレッシング」から600mlを発売し、大容量を求める市場のニーズに応えます。



これにより、同 2 品は 600ml・380ml・260ml・180ml・スティックタイプ（8ml×6 本）、計 5 つの容量展開になります。

キューピーの調査では、1 世帯当たりのドレッシングの保有本数は約 2.5 本^{※1}と、家族の好みやメニューに合わせて使い分けるなど、複数の種類を保有する世帯が増えています。一方で、使い切れずに余らせてしまう、といった声も聞かれます。主力 2 品の容量ラインアップ拡充で、誰でもおいしく使い切る^{※2} ことができる、あらゆる世帯や使用場面に合った容量をお届けすることで、家庭での食品ロス削減にも貢献していきます。

※1 2021 年キューピー調べ（インターネット調査、n=1,137）

※2 キューピーでは、開封後 30 日以内での使い切りを推奨しています。

商品の概要は以下の通りです。

1. 商品名・内容量・価格・賞味期間

ブランド	商品名	内容量	参考小売価格	賞味期間
キューピー	深煎りごまドレッシング	260ml	368 円 (税抜)	10 カ月
	シーザーサラダドレッシング		398 円 (税込)	
	シーザーサラダドレッシング	600ml	720 円 (税抜) 778 円 (税込)	

2. 出荷日

2023 年 9 月 4 日 (月) から全国に出荷

3. 商品特徴

深煎りごまドレッシング

焙煎度合いの異なるごまを組み合わせ、“すりたての香り”や“甘い香り”などごまのさまざまな風味が楽しめます。卵黄を加えることで、しっかりとしたコクがありながらも、クリーミーでまろやかな味わいに仕立てました。

シーザーサラダドレッシング

パルメザンチーズの香りと食感を生かし、黒こしょうで仕上げました。クリーミーでありながらパルメザンチーズのざらざらとした食感が楽しめます。

4. 販売目標

20 億円（新商品 3 品／小売ベース／年間換算）

【キューピー ドレッシング「金キャップ」シリーズ 全 19 品】

600ml



NEW

380ml



260ml



NEW

180ml



スティックタイプ(8ml×6本)



キューピー ドレッシング「金キャップ」は、“素材のおいしさを引き出し、サラダの世界を広げる”がコンセプトの、ドレッシングの主力シリーズです。2000年に「深煎りごまドレッシング」と「シーザーサラダドレッシング」の2品でスタートしました。中でも「深煎りごまドレッシング」は幅広い世代から支持され、発売から2年後の2002年以降、ドレッシング市場で売上トップを維持し^{※3}、市場全体をけん引しています。その後も、「すりおろしオニオンドレッシング」や「ごま油&ガーリックドレッシング」などを発売し、サラダの新しい可能性を提案し続けています。

※3 (株)インテージ SCI(全国消費者パネル調査)をキューピーが集計(金額)