



BRAND
Introduction

目次

1. ブランドの歩み
2. Dr. Oetker Bistro – ブランド紹介
3. Dr. Oetker Bistro – 商品ラインナップ



DR. OETKER BiSTRO *History*



History of the Bistro Brand



1980
Baguette

1983
onion tarte &
bacon tarte

1984 soup



1985 ready
meals



1990 quiches



1991
Croisettes



1992 Pipoches
1992 Pizza
(rebranding
under Bistro)

1994
Icecream crescents
& Burgers



2003
Bistro
Express



1997 Ciabattino
1999 Kruston

History of the Bistro Brand



History of the Bistro Brand



1980

- ドイツでバゲットを使ったBistro事業をスタート

2005

- バゲットカテゴリーを Dr. Oetker が取得し、ブランド運営を開始
 - 「Bistro」をドイツおよびオーストリアでのブランド名として展開
 - スペインではサブブランドとして「Pannini」を展開
 - アイルランドではサブブランド「Gino Ginelli」を展開（2005年に販売終了）
その後、Bistro ブランドとして再発売

DR. OETKER
BiSTRO
The Brand



BiSTRO



BON
APPETIT



BISTRO

ブランド概要

Bistro は、軽やかで明るいブランドとして、みんなで楽しむ時間やちょっとした間のひとときにぴったりの商品を提供します。遊び心と親しみやすさを持ち、シェアや楽しさを大切にしているのがブランドの特徴です。

柔軟で分けやすい特性により、忙しい人や家族でも手軽に楽しめるように設計されています。手に持って食べられるスタイルは、日常のカジュアルな場面でも活躍します。

さらに、スナック感覚のサイズは、間食や外出先でのちょっとしたひとときに最適です。また、シェアしやすいため、誰とでも手軽に楽しめる日常のシーンにもよく合います。



*Markets as at 01/2022





BISTRO



Dr. Oetker の Bistro は、日常の慌たしさの中でも、ふらっと立ち寄って気軽に温かい食事を楽しみ、そのひとときを楽しむことができます。

ブランド ペルソナ

彼女は活発で親しみやすく、気取らない性格です。物事をありのままに受け入れ、どんな状況にも柔軟に対応できます。オープンで魅力的な振る舞いによって、周囲にも明るく軽やかな雰囲気を生み出します。

ブランドが信頼される理由

手軽に分けられるサイズ感や、多彩で美味しい味のバリエーションは、私の日常に彩りを添え、気軽に楽しい気分にしてくれます。



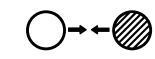
機能的なメリット

- ・小さくて栄養のある温かい食事
- ・手に持って気軽に食べられる
- ・シェアしやすく、ピザより手軽に分けられる
- ・高品質



情緒的なメリット

Bistro は、活気があり気取らない雰囲気を提供し、日常を忘れてそのひとときを楽しむことができます。



課題感／生活者インサイト

ちょっと小腹が空いたときに、わざわざ手の込んだ食事を用意する気力や時間がありません。しかし、手軽に手に入る既製品のスナックは、甘すぎたり温かくなかったり、美味しくなかったりすることが多いのです。そんなときに頼れるのは、Bistro だけです。



市場でのポジション

Bistro は、忙しい都市生活者が求める“手軽でちょっとした軽食”のトレンドに応え、家庭でも楽しめる温かく軽いおやつとして提供します。



ラインナップ

バゲット



ターゲットセグメント

- シェア（オレンジ）／楽しさ（イエロー）
- ・誠実でオープン、バランス感覚に優れる
 - ・親しみやすく人気があり、社交的
 - ・遊び心があり、自由に楽しむことが好き
 - ・気ままに楽しみ、喜びを感じ、心は若々しい

需要領域

Bistro は「手軽に楽しめるスナック需要」を軸にしており、さまざまなシーンで柔軟に楽しめる商品です。手軽なサイズは、ちょっとした間食や外出先でのひとときに最適です。また、健康的で実用的なバランスも兼ね備えているため、楽しさと安心感を同時に提供でき、より多くの消費を引き出すことが期待できます。

ブランドの軸



手軽に楽しむ 欲求

消費者は、手軽に食欲を満たせるものを求めています。欲しいピザは、低価格で手軽に食べられ、素早く準備できるもので、手で簡単に食べられることが重要です。また、トッピングや生地の高さも重視されます。消費者は外出先で、手軽に食べられるものをさっと購入したい、あるいはちょっとした休憩に楽しみたいと考えています。特に ピザスナック、なかでもピザバゲットはこのニーズを大きく満たしています。

購買・利用 シーン

- ・ちょっとした空腹をすぐに満たす
- ・手軽で満足できるエネルギー源

ブランドの拡張領域



実用的な バランス

この層の消費者は、自分や家族のために健康的で自然な、バランスの取れた食事を求めています。しかし、より重要視されるのは、家族の好物を用意することや、お祝いの特別な一品などの場面です。こうしたシーンは主に家族や友人と過ごす時間で、手軽でみんなが楽しめるものが求められます。そのため、消費者は味付けがしっかりしてチーズたっぷり、手で簡単に食べられるピザを好みます。

日常の社交 シーン

消費者は、手軽で簡単に準備でき、みんなでシェアできる商品を探しています。子どもが好きなことも重要なポイントです。こうした場面は、家族との日常の食事や、友人とのちょっとした会話の時間などに多く見られます。特に、冷凍ピザ、宅配ピザ、チルドピザがこうしたニーズに合致しています。



BISTRO



タイプ分類

多忙層（優先タスクをこなす人々）

私は日々、仕事や家事、子ども、健康、時間など、さまざまなことを常に調整しながらこなしています。



- 「多忙層（Priority Jugglers）」は、家族・仕事・お金の管理などに追われ、自分自身のことは後回しになりがちです。家庭で食事を用意する際も、自分の好みより家族の好みを優先することが多く、そうする方が手早く簡単だからです。
- この層は、まとめ買いやミールプレップ、ネットスーパーの活用などで、少しでも時間と節約を確保しようと工夫しています。ただし、時間に余裕があるときは、家族のために健康的で美味しい食事を提供することを乐しみます。
- 余暇には、さまざまなオンラインメディアやSNSを通して情報収集や趣味を楽しむ、気分転換やリラックスを求める傾向があります。

“

「多忙層（Priority Jugglers）」は、なんとか自分の時間を確保しようと常に工夫していますが、なかなかスケジュールに組み込めません。座って休もうとしても、心は子どものためにやらなければならないことでいっぱいになっています。

”





BISTRO

日常の小さなひとときを、より多く楽しみたい。

機能的メリット

小さくて栄養のある温かい食事
手に持って手軽に食べられる
シェアしやすく、ピザより簡単に分けられる
高品質

信頼できる理由

手軽に分けられるサイズと、多彩で美味しい味のバリエーションが、私の日常に彩りを添え、気軽に楽しい気分にしてくれます。

ブランド差別化

ポイントモダンなBistro体験

- ・手早くカジュアルに楽しめる
- ・社交的でつながりを感じられる
- ・シンプルで高品質、フランス風の料理

情緒的メリット

Bistro は活気があり気取らない雰囲気を提供し、日常を忘れてそのひとときを楽しむことができます。

価値観とブランドの個性

活発で親しみやすく、柔軟で軽やか

象徴性

- ・居心地の良いフランス風ビストロ
- ・マルキーズ（上品で優雅な雰囲気）

消費者インサイト

事実（Fact）：人生の小さなひとときこそ、私たちに喜びをもたらす。

ニーズ（Need）：日常の小さな瞬間を意識して楽しむ時間を持ちたい。

葛藤（Area of conflict）：しかし、日々の忙しさや絶え間ない気晴らしの中では、心を落ち着けて自分や大切な人と向き合う時間を作るのは難しい。

競合環境

Wagner Rustipani
Buitoni / Wagner Piccolinis

ルーツ・由来

Bistro は、世代を超えて愛される
ボリューム感のある美味しさで人々を楽しませてきました。

ターゲット

日常でのシンプルさや柔軟性を重視し、
価値と利便性を優先して選ぶ人々

DR. OETKER BiSTRO *The Assortment*



Bistro Ranking



冷凍食品



BiSTRO®



Made in Germany





About Us

**Dr. Oetker (ドクターオツカー)社は
130年以上の歴史のある
ドイツの食品大手企業です。
世界40カ国以上で
45のブランドを展開しています。**

全ては1軒の薬局から

Dr. Oetker (ドクターオツカー)社は、1891年、創業者のアウグスト・オツカー博士によって1軒の薬局から始まりました。1903年に「生地がよく膨らみ、短時間で焼けるベーキングパウダー」を開発し、業界に革命をもたらしました。さらに、1970年にはドイツで最初の冷凍ピザを発売。革新的な製品で進化を遂げ、今ではヨーロッパでNo.1のブランドに成長しました。



Dr. Oetkerは、1891年の創業以来、代々一族で継承してきた会社で、ドイツ生産拠点の他に、ヨーロッパ・南アメリカ・北アメリカ・アフリカ・アジア・オーストラリアにも製造拠点をもち、ピザ、ケーキ、デザート、ベーキングパウダー、ミューズリーなどの幅広い食品ブランドを世界中に提供しています。Dr. Oetker Professionalでは、世界27カ国以上でケータリング、ホテル、業務用厨房部門に約1500種類のプレミアムコンビニエンス製品を提供しコンサルティングの活動もしています。





Quality

素材へのこだわり

原材料は毎日たくさんのトラックで工場に入荷します。特に味の決め手とも言えるモッツァレラなどのチーズは、毎日、食感・味・圧力測定などを行い品質を維持しています。



毎日の試食会

Dr.Oetkerの製品は通常、毎日試食されていますが、だからと言って美味しく食べているだけではありません。品質管理の観点から、生産の様々な段階で集まり、試食を行うことで、味や外観が高い基準に達しているかを確認しています。

衛生基準

工場には高度な設備を備えた微生物学的なラボがあり、衛生及び品質に関する問題に対応しています。





BiSTRO®

ドクターオツカー ビストロ バゲット Dr.Oetker Bistro Baguette

フレンチの味をご家庭で楽しめます。

カリカリのバゲットにスパイシーで風味豊かなトッピング、まるでフレンチビストロ。
さまざまなフレーバーの BiSTRO バゲットは、フランスのライフスタイルです





Vegetarian varieties

ビストロ バゲット マッシュルーム

1箱 250g (125g × 2枚入)

税込 ¥480 (本体価格 ¥445)

LOT : 10



マイルドなサワークリームに、マッシュルーム、トマト、玉ねぎをトッピング。

エダムチーズで焼き上げたバゲットです。

名 称	調理パン		
原 材 料 名	バゲット (小麦粉、パン酵母、食塩、砂糖)、マッシュルーム、生クリーム、トマト、エダムチーズ (牛乳、食塩、凝乳酵素、乳酸菌)、ヨーグルト、菜種油、ホイップクリーム、パセリ、にんにく、たまねぎ、しょうが、ブドウ糖、コショウ、パプリカ / 増粘剤 (カラギナン、加工デンプン)、乳化剤 (グリセリン脂肪酸エステル)、塩化カルシウム、(一部に小麦・乳成分を含む)		
内 容 量	250g (2枚 × 125g)	賞 味 期 限	365 日
保 存 方 法	-18℃以下で保存してください。	原 産 国 名	ドイツ
保存上の注意	必ず -18℃以下の冷凍庫で保存してください。 一度解けたものを再び凍らせると品質が変わることがあります。		
取扱い上の注意	●調理後、商品は熱くなっておりますので、やけに十分に注意してください。●解凍後は品質が落ちますので再凍結しないでください。●必ず冷凍庫 (-18℃以下) で保管してください。●開封後はお早めに召し上がりください。●外装箱、内装袋はそのまま調理器具に入れないでください。●ご家庭の冷凍庫は温度変動が大きいので、ご購入後は賞味期限内であってもなるべくお早めに召し上がりください。●使用する機器、環境により焼き加減が変わりますのでご了承ください。		
冷凍前の加熱の有無	一部 (パン生地) は加熱しています。		
加熱調理の必要性	加熱してお召し上がりください。		

栄養成分表示 (100g当たり)	熱量 218kcal / たんぱく質 7.4g / 脂質 9.0g / 炭水化物 26.8g / 食塩相当量 0.99g (推定値)	本製品に含まれているアレルゲン表示 (特定原材料及びそれに準ずるものを表示)
その他表示	原材料配合割合: 小麦粉 26%、マッシュルーム 10% (仕込み時)	小麦、乳成分

＜お召し上がり方 (調理時間は目安です)＞

※電子レンジでの調理はできません。
※焼き過ぎにご注意ください。



①オーブンまたは
トースターを予熱します。



②フィルムを剥がします。



③トースターまたは
200℃～220℃のオーブンで
10-12分加熱してください。



Vegetarian varieties

ビストロ バゲット トマトチーズ

1箱 250g (125g × 2枚入)

税込 ¥480 (本体価格 ¥445)

LOT : 10



フルーティーなトマト、スパイシーなトマトソースと、エダム、チェダー、モッツアレラ3種類のチーズをたっぷりとトッピングしたクリスピーなバゲット。

名 称	調理パン		
原 材 料 名	バゲット (小麦粉、パン酵母、食塩、砂糖)、 トマトペースト、トマト、トマトピューレ、エダムチーズ、チェダーチーズ、菜種油、モッツアレラチーズ、にんにく、オレガノ、ブドウ糖、コショウ、バジル / 増粘剤 (加工デンプン)、乳化剤 (グリセリン脂肪酸エステル)、(一部に小麦・乳成分を含む)		
内 容 量	250 g (2 枚 × 125 g)	賞 味 期 限	365 日
保 存 方 法	-18℃以下で保存してください。	原 産 国 名	ドイツ
保存上の注意	必ず -18℃以下の冷凍庫で保存してください。 一度解けたものを再び凍らせると品質が変わることがあります。		
取扱い上の注意	●調理後、商品は熱くなっておりますので、やけに十分注意してください。●解凍後は品質が落ちますので再凍結しないでください。●必ず冷凍庫 (-18℃以下) で保管してください。●開封後はお早めに召し上がりください。●外装箱、内装袋はそのまま調理器具に入れないでください。●ご家庭の冷凍庫は温度変動が大きいため、ご購入後は賞味期限内であってもなるべくお早めに召し上がりください。●使用する機器、環境により焼き加減が変わりますのでご了承ください。		
冷凍前の加熱の有無	一部 (パン生地) は加熱しています。		
加熱調理の必要性	加熱してお召し上がりください。		

栄養成分表示 (100g当たり)	熱量 218kcal / たんぱく質 8.3 g / 脂質 7.7 g / 炭水化物 27.7 g / 食塩相当量 1.07 g (推定値)
その他表示	原材料配合割合: 小麦粉 26%、トマト 11%、エダムチーズ 4.4%、チェダーチーズ 4%、モッツアレラチーズ 3.7% (仕込み時)

本製品に含まれているアレルゲン表示
(特定原材料及びそれに準ずるものを表示)

小麦、乳成分

<お召し上がり方 (調理時間は目安です)>

※電子レンジでの調理はできません。
※焼き過ぎにご注意ください。



①オーブンまたはトースターを予熱します。



②フィルムを剥がします。



③トースターまたは200℃～220℃のオーブンで10-12分加熱してください。



【日本総代理店】株式会社アントレックス
〒160-0022 東京都新宿区新宿2-19-1 BYGS 7F