

明星食品の即席袋麺「チャルメラ」

ホタテだしねり込み麺で「全麺改良」



—— ホツとする「ホタテだしの味」にこだわった
今回のリニューアルの最大のポイントとして、ホタテのだしを麺にねり込んだ「ホタテだしねり込み麺」の採用が挙げられます。麺の旨味とコクが増し、噛むたびに旨味が染み出すので、よりスープとの一体感が生まれました。魚

明星食品は、2022年秋冬戦略として、「主要ブランドの本質追求・品質強化」を打ち出した。スローガンは、麺の明星らしく「全麺改良」。6月の価格改定後の割高解消の最善策として、商品のブラッシュアップを行っている。ロングセラーの即席袋麺「明星チャルメラ5食パック」シリーズも9月5日から「しょうゆラーメン」「宮崎辛麺」「みそラーメン」「塩ラーメン」「新味」「宮崎辛麺ちよい辛しょうゆ味」の6商品をリニューアルして発売している。今回リニューアルした全商品に「ホタテだしねり込み麺」を新採用。リニューアル後約2カ月が経過したが、人気キャラクター「ちいかわ」を使用したテレビCMなどが話題になり、売り上げは好調を維持している。そこで今回は商品の特長やこだわり、リニューアル秘話、販売戦略などについてブランドマネージャーの松川賢一氏(写真)に話を伺った。(聞き手松丸浩一、まとめ富下夏美)

介のだしは和食の基本となる味であり、和風だしの素は多くの家庭に常備されています。だから多くの日本人にとって、だしの優しい味わいは、我が家の味を思い出すホツとする味なんです。特にホタテやシジミといった貝のだしは非常に日本人が好む風味でもあります。「チャルメラ」の原点である「食べるホツとする日本のラーメン」という立ち位置を大切に、食べた人が懐かしさを感じる、飽きない味に仕上げました。

リニューアル・話題のテレビCMで好調

「宮崎辛麺」は発売後2020年はまだ、辛い即席麺といえば、韓国の袋麺など



いしさがランクアップする提案もヒットの理由の一つだと思います。今回のリニューアルではホタテだしで旨味を、焙煎唐辛子で香ばしさをアップし、唐辛子のとげとげしい刺激をマイルドに、さらに日本人の味覚にフィットする「辛旨い」味わいに仕上げました。

「6月に原材料費等の上昇に伴う価格改定を行い、チャルメラをはじめ即席麺全体の売上は去年よりも厳しい状況でしたが、9月のリニューアル以降、「チャルメラ」ブランドの売上はアップしています。さらにおいしくなったことで、消費者の皆様にも新価格にご納得いただけたらと思います。ありがたいことに、カスタマーメールを通して実食したお客様から、「おいしくなったね」とのご感想をいただいているので、これから本格化する秋冬の即席麺シリーズに向けてどんどん売り上げを伸ばしていきたいです。



「チャルメラ」は好調
「宮崎辛麺」は、ポークとチキンペーストをベースにニンニクと唐辛子を効かせた醤油スープ。新たに焙煎唐辛子を使用し、香ばしさと旨味をアップした。「みそラーメン」は、味噌にホタテとポークの旨味を合わせ、シウウガとニンニクで味を調えたまろやかでコクのある味噌味。ピリッと辛い七味唐辛子付き。「塩ラーメン」は、ホタテの旨味に鶏ガラを合わせたまろやかでコクのある塩スープが特長。ニンニクの旨味を加えた特製黒胡椒付き。「新味」は、チキンとホタテの旨味にタマネギやシウウガを加え、隠し味にメンマを使った醤油スープ。ごま油とガーリックの風味を合わせた特製調味油付き。(四国限定発売)「宮崎辛麺ちよい辛しょうゆ味」は、ポークとチキンをベースにガーリック、唐辛子を効かせた「ちよい辛」な醤油スープが特長。(九州・山口限定発売)「みそラーメン」のみ中太麺、他は中細麺を使用。今回のリニューアルポイントである「ホタテだしねり込み麺」が目を引くパッケージデザインを全6品で採用。

「チャルメラ」の原点である「食べるホツとする日本のラーメン」という立ち位置を大切に、食べた人が懐かしさを感じる、飽きない味に仕上げました。

がメインであり、日本人の味覚に合う辛さの製品は少ない印象でした。そこで、日本人好みの辛さ・味わいの商品を提案しようと、宮崎県のご当地グルメである宮崎辛麺を

「宮崎辛麺」が発売された2020年はまだ、辛い即席麺といえば、韓国の袋麺など

「チャルメラ」は、SNSを中心に大きな話題になりました。コンテンツの注目度はここ10年間の自社最高であり、販売好調に大きく寄与したと考えています。

「価格改定以降も「チャルメラ」は、SNSを中心に大きな話題になりました。コンテンツの注目度はここ10年間の自社最高であり、販売好調に大きく寄与したと考えています。