

明星食品 「麺神」 超極太めん×濃香スープに進化

「有名ラーメン店で味わうような格別の一杯、



「販売好調、もっとおいしくリニューアル」
「明星 麺神」は、20年9月に袋めんを関東甲信越地区で先行発売し、同10月にタテ型ビッグカップめんを全国で発売、21年3月から袋めんも全国に販売エリアを拡大した。初年度(20年9月~21年3月)の販売目標は達成し、今期に入り4月以降も計画を上回って推移している。

好調の要因は、内食化傾向の継続を背景に、ラーメン店など外食の代替需要が多いことが挙げられる。阿部B.Mは「食品スーパーや

市場で高評価を得た一方、「もっとおいしく、もっと新しく、お客様の共感を」との想いで早い段階から品質のさらなるブラッシュアップを模索。21年

コンビニエンスストアにおいて、「麺神」は他の即席めんよりも夜間に売れる比率が高いと聞く。有名ラーメン店で味わうような格別の一杯を目指した本格的なおいしさが支持され、オケージョンが広がっているのでは」と手応えを話す。同社の消費者調査によると、「麺神」に対して「今まで食べたことのない、めんの食感が楽しめる袋めんだ」「お店のようなめんの味わいだ」「家でこんなにおいしいラーメンが食べられる」とは」とポジティブな驚きが9割以上を占めたという。

明星食品は、発売2年目を迎えた「明星 麺神(めがみ)」ブランドを大幅にブラッシュアップし、このほど袋めん・カップめんで合計4品を発売した。独自の「超極太もちり製法」による超極太めんには、旨みが濃く香り高いスープが存分に絡む、満足度の高い一杯に仕上がっている。ブランドマネージャー(B.M)の阿部文武氏(写真)にリニューアルのポイントや今後の展望を聞いた。

(まとも村岡信二)

また、めんへのこだわりを分かりやすく伝えるキーワードとして、「超極太もちり製法」を考案。ネーミングは100以上におよぶ候補の中から決定したとい

秋のリニューアル発売を視野に入れ、開発ペースを加速させた。

「キーワードは、超極太もちり製法」
2年目に向け改良した新「麺神」のポイントは、めんとスープの一体感を圧倒的に高めたことだ。アイテムは、袋めんは「麺神 濃香醤油」「同濃香味噌」(9月13日から全国発売)、タテ型ビッグカップめんは「濃香醤油」「濃香塩豚骨」(同20日から全国発売)に刷新。最大の商品特長であるめんは、超極太でありながらぎゅっと締まったかみ応えが楽しめ、新たに塩こうじを練り込んでめん自体の旨みがアップ、香りにもこだわった「濃香スープ」と相性抜群に仕上げた。「超極太だけに、めんの表面だけでなく中心部まで旨みを感じていただけることを目指した。インスタントラーメンでめん塩こうじを練り込むことは珍しい」(阿部B.M)。

超極太麺
明星 麺神
めがみ

超ぶっぴかみぞたえ。

明星 麺神カップ 濃香醤油/明星 麺神カップ 濃香塩豚骨

明星 超極太麺 濃香醤油

明星 超極太麺 濃香味噌

明星 麺神 濃香醤油/明星 麺神 濃香味噌



う。「麺神」の超極太めんは、独自技術によりめん中の気泡をコントロールすることで実現したものだ。麺密という従来なかつたワードで新しさをアピール

し、食感のイメージが伝わりやすい。もっちりという言葉を組み合わせた。パッケージデザインも全面的に変更。進化しただけのしさを訴求すべく、高級感ある雰囲気はそのままに、

迫力あるめんシズルを中央に配置し、ブランドとしてロゴやキャッチコピーの統一感にもこだわった。

リニューアル以降、袋めんタイプは従来品に比べ店頭配荷が約1.5倍に拡大する見通し。タテ型ビッグカップめんは、大手CVSへの導入が軒並み決定するなど、いずれも好スタートを切った。なお、冬場に向けて袋めん、カップめんとも新商品の発売を検討中。積極的な話題作りでブランドの活性化を図る。

「テレビCM」超ぶつとい、かみごたえ」訴求」9月下旬から新テレビCM「麺神のうた篇」をオンエアした。初回1000GRPを投下し、順次追加予定。THE BLUE HEARTS(ザ・ブルーハーツ)の名曲「人にやさしく」の替え歌にあわせ、女優の桜井ユキ(写真下)が豪快にめんを食べまくる内容で、訴求ポイントの「超

ぶつとい、かみごたえ」をインパクト抜群に表現している。「現状のメインユーザーである40〜50代を中心に、男性にも女性にもアピールできることを目指した。当社として桜井さんは『中華三昧タテ型』のCM『うづめえわ篇』に続く起用。今回は自ら歌い上げていただき、食べっぷりも期待通りに素晴らしかった(阿部B.M)。10月以降に実施する大陳コンテストに向け、テレビCMの世界観と商品イメージが連動した販促物(店頭用のPOP・ポスターなど)を制作した。

一方、このほどブランド

サイトをリニューアル。アレンジレシビ集を充実させたことが特長で、「夕食編」として「鶏チャーシュー麺」「台湾風まぜそば」「昼食編」として「ピリ辛ねぎラーメン」「野菜醤油ラーメン」などを載せた。前述の通り「麺神」は昼食のみならず夕食での利用も多いことを意識した提案だ。「昼食は忙しい合間に手軽でおいしく作れるレシビを、夕食はひと手間かけて本格的なメニューを楽しんでいただける様にと考えた。有名なラーメン店で味わうような格別の一杯を目指した「麺神」ならではの喫食シーンを広げていきたい。

「第4の柱」ブランドに育



昨年9月に新発売して以降、「一平ちゃん」「チャルメラ」「中華三昧」に次ぐ第4の柱に育成すべく積極策に乗り出しているが、大幅リニューアルを経て迎える2年目の秋冬シーズンは、今後を占う上でも重要

なポイントとなりそうだ。今期の販売目標は、通年販売となるため昨年比2倍以上を計画。近い将来にもブランドトータルで30億円規模(出荷額ベース)を目指している。

阿部B.Mは「全社一丸で市場への定着化に注力しており、早く独り立ちさせたいとの想いがある。日常生活の中で超極太めんを食べたくなったら「麺神」を思い出してもらえよう。いい」と力を込める。独自技

術を結集しためんを中心に、業界トップクラスの商品クオリティは自他共に認めるところ。まずは今シーズンに飛躍の足掛かりをつかめるかが注目される。

「麺神」の今後について、



八海醸造のグループ会社であるニセコ蒸溜所は9月27日にオンライン内覧会を報道関係者向けに行った。10月1日オープン北海道虻田郡ニセコ町のニセコ蒸溜所内部を、一般公開に先がけ紹介した。

ニセコ蒸溜所は、札幌から車で2時間の羊蹄山とアンスプリに挟まれたニセコ町に建造。

冒頭、南雲真仁八海醸造副社長が、「ニセコ町との縁は南雲二郎社長が10年以上前に現地視察したことから始まった。元々スキーで

有名な土地だが、夏場の観光事業の軸が無いことが課題で、蒸溜所はニセコ町からの呼びかけもあり実現した。年間を通じて冷涼な土地で、昼と夜に寒暖差がありゆっくりと熟成が行える。付近を流れる尻別川やアンスプリの伏流水は水質も良く酒造りに適しており、軽やかでリッチな香りが感じられるウイスキーを作っていく」と話した。

内覧会ではウイスキーの原料となるイギリス産麦芽や、あえてこだわった木製の発酵タンク、大小の蒸溜ポット(写真)、空調設備がなく自然な気候で熟成を行う貯蔵庫などを紹介。ウイスキーは今年3月末に1年度目の蒸溜を行い、3年の熟成期間を経て24年以降に商品化の予定。ジンは、蒸溜所開業に合わせ「ohh

めた(同社)。蒸溜所にはバーや売店も併設、有料試飲ではジントニック、マティーニ、米焼酎「よるしく千萬あるべし」「純米大吟醸八海山雪室貯蔵三年」などを提供。

売店では自社製品のみならず、時間の経過をテーマにした他蔵の日本酒や、地元牧場のチーズなど地域性のある商品も販売している。

roGIN(スタンダード)(アルコール分47%、720mlびん、税別箱代別3800円)をニセコ地域限定で発売。全13種類の原材料を使用し、道内産「ヤチヤナギ」「ニホンハッカ」を加えた。「地元由来のポタニカルを使用し、地域ならではの魅力を訴求したい。商品名の「ohhoro」はアイヌ語で「続く」という意味。今後もニセコ蒸溜所が続くようにという思いを込めた(同社)。

味。今後もニセコ蒸溜所が続くようにという思いを込めた(同社)。蒸溜所にはバーや売店も併設、有料試飲ではジントニック、マティーニ、米焼酎「よるしく千萬あるべし」「純米大吟醸八海山雪室貯蔵三年」などを提供。

る。(鍵野史人)

る。(鍵野史人)

る。(鍵野史人)

る。(鍵野史人)

る。(鍵野史人)