

国分グループ本社「だし麺」インタビュー

国産素材のだしのうまみを上質な麺と味わう



——改めて商品の魅力について教えてください

児玉MD 「即席麺・チルド麺ともに全商品産地を明記し、地域産素材を100%使用していることが最大の特長です。これには地域共創はもちろん、ご当地素材のブランド力で商品価値を高める狙いもあります。製造方法にもこだわっており、製造工場では厳選した素材を大きな炊き出し鍋でじっくりと煮だし、だしを取っています。ラーメン店でも寸胴鍋で鶏ガラなどを炊きだしてありますが、それと同じ工程です。麺の品質も特筆すべき点。即席麺は、生麺を約2日じっくりと時間をかけて熟成・乾燥させたコシのある生麺食感が特長です。チルド麺も、低加水の熟成中細ちぢれ麺を使用し、スープとの相性の良さはもちろん、のど越しのよい食感と小麦の豊かな風味が楽しめます。素材からだしを取るの家庭で行おうとするととても手間がかかる作業。手間暇かけただしと麺の味わいを、自宅

で手軽に、手ごろな価格で楽しめるのが『だし麺』の魅力だと考えています。——「だし麺」開発背景について教えてください

谷高MD 「即席麺の『だし麺』シリーズの発売は2016年です。大手メーカーとは異なる、手間暇かけた商品づくり」に重きを置き、和風フレーバーならではのだしとうまみを前面に押し出した『だし麺』を立ち上げました。大手NB商品との差別化を図るため、海鮮系のだしをメインに揃えています。大手の商品は好みで別れる点から、万人に受け入れられやすい豚骨や鶏だしなど動物系のスープがメイン。大手NBとの違いを明確にすることで空白市場を開拓でき、市場活

性化につなげられます。また、新しい商品として小売にも提案しやすい利点もあります。昨年から、温度帯に縛られず『だし麺』の魅力を多くの人に広げていくため、チルド麺タイプの販売も始めました。

——1番の人気商品は？

児玉MD 「即席麺・チルド麺ともに『千葉県産はまぐりだし塩らーめん』がダントツです。次点が『広島県産牡蠣だしらーめん』。『北海道産帆立貝柱だし塩らーめん』も人気です。貝のだしは日本人になじみ深く、あっさりとしながらも風味と深い旨味が感じられます。また、塩味は醤油や味噌などと比較して、だしの旨味がダイレクトに感じられることも人気の理由だと考えています。



——今回の「ペヤング」のコラボの理由は？

谷高MD 「幅広い年齢層から支持される『ペヤングソースやきそば』の世界観と、『だし麺』の特徴を融合し、ブランド認知度向上を図ることを目的としています。『だし麺』のメインユーザーは50〜60代の女性を中心となっており、今後の拡充にあたって若年層への訴求が必須と考え、今回のコラボレーションに至りました。

——今後の展望について教えてください

児玉MD 「チルド麺は賞味期限が短い特性上、商品の切り替えがしやすいというメリットがある。3月にチルド麺で春夏限定品『高知県産柚子だし冷やし塩らーめん』を発売しましたが、今後も季節ごとに限定商品を出し、それをきっかけに商品認知度を向上させていきたい。また、総合卸売業である当社は全温度帯で商品展開できるのが強み。フル温度帯での展開で、生活者の多様なライフスタイルに合わせたラインアップを取り揃えていきたい」と、現在は冷凍麺の開発に取り組んでいるところだ。

——商品紹介

即席袋麺「table だし麺」。現在13種類(広島県産牡蠣だし塩・千葉県産はまぐりだし塩・北海道産帆立貝柱だし塩・比内地鶏だし醤油・北海道産甘海老だし味噌・宮城県産わたり蟹だし塩・名古屋コーチン鶏塩白湯・三重県産真鯛

けに商品認知度を向上させていきたい。また、総合卸売業である当社は全温度帯で商品展開できるのが強み。フル温度帯での展開で、生活者の多様なライフスタイルに合わせたラインアップを取り揃えていきたい」と、現在は冷凍麺の開発に取り組んでいるところだ。

谷高MD 「現行品の導入を増やしていくことと並行して、人気フレーバーの横展開にも取り組んでいきたい。例えば汁なしタイプや、簡便・タイパ需要に合わせたレンジ調理対応商品など、おいしさそのままに、ライフスタイルの多様化に合わせて形を変化させられたら」。

「table だし麺」の風味が相性抜群のカップやきそば。幅広い年齢層から支持される「ペヤング」やきそばの世界観と、「table だし麺」の特徴を融合し、「だし麺」を食べたことのない消費者に向けたブランド認知度向上を図る。同

「table だし麺」の風味が相性抜群のカップやきそば。幅広い年齢層から支持される「ペヤング」やきそばの世界観と、「table だし麺」の特徴を融合し、「だし麺」を食べたことのない消費者に向けたブランド認知度向上を図る。同

「table だし麺」の風味が相性抜群のカップやきそば。幅広い年齢層から支持される「ペヤング」やきそばの世界観と、「table だし麺」の特徴を融合し、「だし麺」を食べたことのない消費者に向けたブランド認知度向上を図る。同

「table だし麺」の風味が相性抜群のカップやきそば。幅広い年齢層から支持される「ペヤング」やきそばの世界観と、「table だし麺」の特徴を融合し、「だし麺」を食べたことのない消費者に向けたブランド認知度向上を図る。同

「table だし麺」の風味が相性抜群のカップやきそば。幅広い年齢層から支持される「ペヤング」やきそばの世界観と、「table だし麺」の特徴を融合し、「だし麺」を食べたことのない消費者に向けたブランド認知度向上を図る。同

「table だし麺」の風味が相性抜群のカップやきそば。幅広い年齢層から支持される「ペヤング」やきそばの世界観と、「table だし麺」の特徴を融合し、「だし麺」を食べたことのない消費者に向けたブランド認知度向上を図る。同

「table だし麺」の風味が相性抜群のカップやきそば。幅広い年齢層から支持される「ペヤング」やきそばの世界観と、「table だし麺」の特徴を融合し、「だし麺」を食べたことのない消費者に向けたブランド認知度向上を図る。同

国分グループ本社では、地元企業や自治体とのパイプを生かし、全国各地の特産食材から煮出した『だし』の味わいを楽しめる即席袋麺「table だし麺」、チルド麺「クリエイトだし麺」を展開する。地域産素材を前面に打ち出したコンセプトと、クオリティの高さから小売店の導入も増加し順調に売り上げを伸ばしている。7月発売の「ペヤング」とのコラボ商品「甘海老あじ味噌らーめん風やきそば」も話題だ。今回は「だし麺」の魅力、売れ行き、今後の展望などについて、同社マーケティング・商品統括部商品開発部開発三課の児玉雄祐MD(写真左)、同部開発一課の谷高優太MD(同右)に幅広く話を聞いた。

(聞き手 富下夏美)



「table だし麺」の風味が相性抜群のカップやきそば。幅広い年齢層から支持される「ペヤング」やきそばの世界観と、「table だし麺」の特徴を融合し、「だし麺」を食べたことのない消費者に向けたブランド認知度向上を図る。同

「table だし麺」の風味が相性抜群のカップやきそば。幅広い年齢層から支持される「ペヤング」やきそばの世界観と、「table だし麺」の特徴を融合し、「だし麺」を食べたことのない消費者に向けたブランド認知度向上を図る。同