

# 酒類・食品 & News 解説 週刊

令和7年2月14日(金曜日) 第3433号  
(昭和42年7月10日第3種郵便物認可)  
毎週金曜日 発行 編集発行人 石母田 健  
購読料 6ヵ月 15,730円(税込み)  
振替番号 東京4-71739  
発行所 株式会社 日刊経済通信社  
本社/東京都中央区日本橋小伝馬町10番11号 日本橋南ビル9階  
☎03(5847)6611(代) FAX 03(5847)6600  
名古屋支局☎052(253)6924 大阪支局☎06(6353)1791  
http://www.nikkankeizai.co.jp/

## 日清製粉ウェルナ

## マ・マーリブランディング

### 大谷翔平選手と広告出演契約締結



伊藤俊二常務取締役商  
品開発本部長(同右下)  
が、マ・マーと新製品方  
針を説明。今年70周年を  
迎えるマ・マーをリブラン  
ディング。70周年リブ  
ランディングの目的は、「  
新規ユーザー獲得」「お  
いしさの強化」「ロイヤル  
ユーザーの支持継続」であ  
るとし、「新規ユーザー獲  
得」では、購買層が高めに  
なっているマ・マーを今の  
時代に合わせてアップデート  
し、「若い方を買ってもら  
いたい」と意気込みを述  
べた。



日清製粉ウェルナはこのほど、都内で「マ・マー70周年リブラン  
ディング&2025年春新製品記者発表会」を開催。岩橋恭彦取締  
役社長(写真左上)が、プレゼンテーション。2022年1月に社  
名を「日清製粉ウェルナ」に変更し3年が経過。今年さらなる認  
知拡大と企業価値向上を目指し、新たな施策を展開するとし、大谷  
翔平選手と広告出演契約を締結したことを発表。同社と大谷選手の  
双方が食に対する考え方で共感し、契約を締結したことや、食のイ  
ンフラ企業として、大谷選手とともに、「食の大切さ」「食のチカラ」  
「食の楽しさ」を届け、一人ひとりの食卓をもっと楽しく、食を通  
じて健康的な毎日を支えていくと決意を述べた。

「日本一の「早ゆで」  
を世界一の「HAYA  
YUDE」に！」  
を披露し、新ブランド  
ロゴを提示。大谷翔平  
選手を起用した広告展  
開に用いるビジュアル  
が初解禁となった。

「安心感や普遍的な愛情」  
といったブランドの資産は  
大切にしながら、いつの時  
代も愛され続けるブランド  
へと進化すると強調。マ・  
マーブランドの新コンセプ  
トである「パスタのおいし  
さを、すべての人へ」



「日本一の「早ゆで」  
を世界一の「HAYA  
YUDE」に！」  
を披露し、新ブランド  
ロゴを提示。大谷翔平  
選手を起用した広告展  
開に用いるビジュアル  
が初解禁となった。

岩橋社長は、HAYA Y  
UDE パスタとベトナムに  
おける B to C 事業につい  
て、世界戦略を発表。  
日本で売り上げ No.1 の  
「マ・マー 早ゆでスパゲ  
ティ Fine Fast」  
をトルコ日清製粉、日本の  
マ・マーマカロニ、米国の  
メタリオンフーズの3つの  
拠点からアジア市場、アメ  
リカ市場、ヨーロッパ市場  
へ展開することを披露し  
た。

ベトナム B to C 事業戦  
略では、13年にベトナム市  
場の将来性を見据え、製造  
拠点を設立したことや製造  
拠点を拡充しながら、業務用製品の販  
売を開始し、ベトナム  
ム市場の深耕を図っ  
てきたことを紹介。  
昨年9月にベトナム  
現地で新製品発表会  
を実施し、流通・取  
引先・インフルエン  
サーなど約70名が参  
加したことやパスタ  
ソース、炊き込みご  
(2面に続く)

is 2024」に昨年10  
月初出展。同社ブースには  
約2万人が来場し、試食を  
通じて「早ゆでスパゲティ」  
の技術や品質について高い  
評価を得たとし、「NAR  
UTO」コラボパッケージ  
の人氣も高く、認知促進に  
効果を発揮。25年春からE  
Uでの早ゆでスパゲティの  
販売を開始する予定だとし  
た。

主な内容	
日清製粉 マ・マーリブラン グ	1 2面
日清製粉 マ・マーリブラン グ	3面
「アラハタ 55」55周年 Eスビ春夏新製品	5面
丸美屋 春夏新商品 食品工業 ハウスキッチン新提案 ニッスイ春夏新商品 日本アサキ F C 開催 直トッ 明治屋 磯野社長 ◎原料商品情報	7面
	8 9面
	12面
	13面
	15面
	11面
	14面

おいしいとこだけ 搾ってます。

KIRIN'S BEER 一番搾り

ストップ! 20歳未満飲酒・飲酒運転。お酒は楽しく適量で。妊娠中・授乳期の飲酒はやめましょう。のんだあとにはリサイクル。

キリンビール株式会社

# 森永アロエヨーグルト

## 30年でリブランディング



森永乳業はこのほど、都内で「森永アロエヨーグルト30周年」記念取材会を開催。マーケティング統括部ヨーグルト・デザート事業マーケティング部の鈴木優太氏（写真上・右）はアロエヨーグルトのリブランディングについて「19



「いいアロエは、いい畑から。」と定め、タイでこだわってつくられた農産物であること、カラダにいいもの、信頼、安心なものである点を訴求していきたい、新たな顧客獲得を目指すことも



北海道産チーズの魅力と楽しみ方を発信するイベント「北海道チーズ博2025」が7日、東京・表参道ヒルズで開幕（写真は左から森崎博之ホクレンアンバサダー、天羽隆農畜産業振興機構理事、松本平農林水産省畜産局長、伊藤亜由美北海道地チーズ博2025プロデューサー、徳田善一ホクレン代表理事副会長）。

94年の発売から30年経過し、ロイヤルユーザーの高齢化が継続。また、アロエヨーグルトブランド売上は2002年をピークに、20年間で1/4まで縮小。そこで次の30年を支える若年層の獲得が必要と考え、リブランディングを行うこととした。新コミュニケーション

また、同社食品開発研究所発酵乳研究室の永里太暉氏（同上・左）は森永アロエヨーグルトの特長について「森永アロエヨーグルトのアロエは、タイの契約農園で30年に渡り、畑で大切に育てたアロエベラを使

さらに独自技術を結集し、アロエが容器の底に沈むことなく、ヨーグルトに均一に交ざる技術を採用した。発売当社は1日2〜3万個の売上だったが、口コミで販売量を伸ばし、翌年には1日平均10万個の販売を達成し、フルーツヨーグルト市場のトップに躍り出た」と説明。

アロエヨーグルトの今後の展開について鈴木氏は「森永アロエヨーグルトブランドとして、サステナビリティの取り組みを拡大していく」と意欲をみせた。会場では新CM披露ののち、実物のアロエベラや歴代パッケージ（同下）が展示され、これまでのヒットフレーバー品の試食も行われた。

「北海道地チーズ博」が開催されるのは今回で7回目。最終日の12日まで、チーズ工房・メーカー28社が出店し、22社が委託販売。人気の地チーズ食べ比べ「セレクト5」をはじめ、各種企画を展開した。

オープニングセレモニーでホクレンの徳田善一副会長は「ホクレンの取引乳価について、酪農現場の厳しい状況を踏まえ6月から引きあげると昨日決定した。出店されているチーズ工房のみなさまにも今後協議させていただきご理解いただければと考えている」と述べるとともに、「地チーズ博は『ミルクランド北海道事業』の一環。海外製品との競争は今後いっそう

会場では、参加費500円で好きな地チーズ5種を選んで食べ比べられる「セレクト5」、チーズとセットのペアリングドリンク（ワイン、日本酒、コーヒ、クラフトビール）、奇跡のお弁当「チオベン」とのコラボ（数量限定）も登場。連日、ステージでのスペシャリティークも実施した。

（1面から続く）  
飯の素といったレトルトや揚げものミックスの販売を開始したことを説明。ペトナムにおける同社製品に対する消費者の反応として、パスタの受容度は着実に向

上し、店頭でのサンプルリングを通じて、多くの消費者から好意的な意見があったことを披露。現地の大手企業にも導入が決定し、順調に配荷店舗が増えているとした。

（業務用では人手不足対策製品を強化）  
岩橋社長は、業務用製品も紹介。飲食店の人手不足感は依然として高止まりし、給与面の待遇改善に加え、自動化等、作業の簡素

化を実施する店舗が多くなっていることから、同社は引き続き人手不足対策製品を強化していくとした。日清製粉プレミックスが発売する米粉の新シリーズ「米粉のめぐみ」は、消

費者ニーズが高まっている米粉入りケーキやパン用製品。同社が培ってきた小麦粉加工配合技術を活用し、調理負荷を軽減しながら、高品質な米粉製品の提供を可能にした。

専門店ができるなどチュロス市場の人気が高まっており、同社の販売も順調に伸びていることから、業務用「チュロス」の新製品を発売。一般的なトースターのサイズで調理可能な

ハーフサイズを含めた新製品3品を追加し、店舗での使い勝手も考慮した全11種類のラインアップで展開するとした。

（川田岳郎）

（館山カ）

# 北海道地チーズ博'25

北海道産チーズの魅力と楽しみ方を発信するイベント「北海道チーズ博2025」が7日、東京・表参道ヒルズで開幕（写真は左から森崎博之ホクレンアンバサダー、天羽隆農畜産業振興機構理事、松本平農林水産省畜産局長、伊藤亜由美北海道地チーズ博2025プロデューサー、徳田善一ホクレン代表理事副会長）。

「北海道地チーズ博」が開催されるのは今回で7回目。最終日の12日まで、チーズ工房・メーカー28社が出店し、22社が委託販売。人気の地チーズ食べ比べ「セレクト5」をはじめ、各種企画を展開した。

オープニングセレモニーでホクレンの徳田善一副会長は「ホクレンの取引乳価について、酪農現場の厳しい状況を踏まえ6月から引きあげると昨日決定した。出店されているチーズ工房のみなさまにも今後協議させていただきご理解いただければと考えている」と述べるとともに、「地チーズ博は『ミルクランド北海道事業』の一環。海外製品との競争は今後いっそう

（川田岳郎）

（館山カ）