



# First-half Top List 2014

## カップヌードル トムヤムクンヌードル

### タイの濃厚系スープが日本でも支持 レギュラー初の「別添」で本場の味を再現

過去、何回かトムヤムクン味のカップ麺を出しましたが、他のどのフレーバーより出荷数に対する再販売の希望率が高かった。そこでカップヌードル第5の定番フレーバーとして、トムヤムクンに焦点を絞りました。

本場のタイの状況を調べると、従来のクリアなスープで酸味が立ったトムヤムクンではなく、今は魚介やココナツミルクが効いた濃厚クリーミー系が若者を中心に支持されています。日本のしょうゆラーメンのようなトレンドの変化でしょうか。そこで日本で濃厚系トムヤムクンの試食テストをしたところ、コクやうまみを好む日本人の口にも合うことがわかりました。

本場の味を目指そうと、タイの現地



日清食品 マーケティング部ブランドマネージャー 藤井 威氏



今年、タイでも濃厚系のトムヤムクンヌードルを発売。タイ版は日本のものより辛めで、麺も多少異なるという

法人とレシビをシェアし、何度も試作品を送り合って味を固めました。特に味の決め手となったのが、別添の「トムヤムペースト」です。レモングラスやライムリーフといったハーブのエキスを現地抽出。別添はレギュラーサイズのカップヌードルでは初の試みですが、フレッシュな香りを出すためには欠かせません。タイ現地法人の「お墨付き」のおいしさで予測を大きく上回る売れ行きとなりました。

当初は20〜30代女性をメインの購買層と想定していましたが、実際は男性の構成比が予想より高かった。しかもリピートが速く、まとも買いする人も多くなりました。あとはこの味を日本でしっかり根づかせたいですね。

## MAX BRENNER CHOCOLATE BAR

### 待ち時間も楽しい消費の一部 次の注目はメキシカン、ギリシャ料理



④「グズマン イー ゴメズ」は、本場のサルサを使ったヘルシーなタコスやブリトーが売り。ボリュームも十分



トランジットジェネラルオフィス社長 中村 貞裕氏



⑤夏の新作の「メルティングスモアサンデー」。焼きマシュマロが入ったパフェ

当社が仕掛けたパンケーキの「ビルズ」に始まり、カジュアルにスイーツを楽しめるカフェへの行列が絶えませんが、昨年、1号店を表参道に出した日本初上陸の「マックスブレナー チョコレートバー」もその一つに加わり、現在も週末は2〜3時間待ちです。

今は「並びたい」というトレンドが確実にあり、行列の待ち時間でさえ消費の一部。すぐに手に入らないからこそ食べたときの満足度が上がります。もちろん、味が本物でなければ行列は逆効果ですが、マックスブレナーでは意外性も実力もある「チョコレートチャックピザ」が目玉になって、リピート客も増えていきます。海外からシェフが来て、アイスを使った夏向けの新作チョコスイーツも開発しました。

しばらくは表参道「初上陸」行列というキーワードで消費が動くともて

います。実際に海外の有料店から日本進出の話が続々届いており、オーストラリアで人気のカジュアルメキシカン「グズマン イー ゴメズ」は、秋頃までに1〜2店出す予定。メキシカンは欧米で大ブームになっており、グズマンのヘルシーなタコスやブリトーは日本でも受けるはず。

来春は新感覚のデザートを提供する海外発のカフェを表参道に出す計画。他にもハワイのドライブレイン、カジュアルリッチなギリシャ料理など、次々に仕掛けていきます。

東京に「初上陸」させるのは、海外の人気店だけではありません。2月に表参道に誘致した「お好みたまちゃん」は、大阪で有名人が足しげく通う繁盛店。東京の店は、出張時に立ち寄っていたファンで混雑しています。こうした地方の名店も東京で成功させたい。