

『日清フーズ 2018 年秋 家庭用新製品記者発表会』開催
デジタルマーケティング室設立、「青の洞窟」デジタル施策は好調
第 2 部「青の洞窟」ファンミーティング「レストランテ 青の洞窟」も

日清フーズ株式会社（本社：東京都千代田区、取締役社長：小池 祐司）は、2018 年 8 月 3 日（金）に 2018 年秋 家庭用新製品に関する記者発表会を開催いたしました。前回に引き続き、2 部構成で展開し、第 1 部の新製品プレゼンテーションへの初のゲストとして日本コナモン協会会長・熊谷真菜さんにご出演いただいた他、第 2 部では、「青の洞窟」のファンを招き、「青の洞窟」のファンミーティングを行いました。

■小池社長「トータルでは前年を大きく上回る業績」

第 1 部では、取締役社長の小池が登壇。戦略について、「日清製粉グループ本社に続き、日清フーズにもデジタルマーケティング室を設立した。グループ本社との連携を深め、日清フーズとグループ本社の企業イメージを統一していきたい。健康製品の開発については、プロジェクトを立ち上げ、ここ 1・2 年で成果を出していきたいと考えている」と述べ、海外展開についても「現行のタイに加えて、ベトナムにプレミックスの現地法人・工場を立ち上げる。2019 年秋から冬頃にかけて稼働開始し、ASEAN 地区におけるコア事業の基盤を強化したい」と語りました。



取締役社長 小池 祐司

業績面については、「4 月-6 月期については、家庭用製品群は市場が厳しい中、ほぼ前年並み。一方業務用のプレミックス・中食商材は非常に好調で、トータルでは前年を大きく上回る」と述べました。また、常温家庭用加工食品については、「『日清 クッキング フラワー®』をはじめとするボトルタイプシリーズ製品や高価格帯製品が牽引している」とし、「青の洞窟」シリーズについては「イベントやデジタル施策のおかげで好調に伸びている」と話しました。

続いて、常務取締役加工食品事業部長の岩橋は、今後の方針について言及。「市場の変化を見据え、先手を打って対応していきたい」とし、「これからは『デジタルマーケティングを活用した消費者コミュニケーション』、『健康意識をサポートする高付加価値製品開発』、『中期を見据えた新たな製品開発推進』を強化していく」と述べました。その後、健康を意識した新製品について説明。特に、「もち麦リゾット」「野菜を食べる生パスタ」については「女性中心に研究・開発した。会社としても応援したいと思っている」としました。



常務取締役加工食品事業部長 岩橋 恭彦

■新設 デジタルマーケティング室の役割と「青の洞窟」デジタル施策の成果

次に、2018年6月に新設したデジタルマーケティング室 室長 加工食品事業部長付参与である進藤より、『デジタルマーケティングを活用した消費者コミュニケーション』についてご説明しました。

デジタルマーケティング室の役割については、「スマートフォンの普及によってデジタル化が進み、消費者の購買行動の中で検索・共有の重要度が増す中、消費・購買意識を深く理解し、データを蓄積しながら消費者にアプローチしていく」、「EC チャネル・リアル店舗ともにしっかりアプローチし、満足度を高めていく」、「消費者のブランドへの愛着度と推奨度を高め、ブランドファン化/アンバサダー化を推進していく」などと語りました。

ファン化/アンバサダー化の具体的な手法としては、「広告で認知を拡大し、Web 施策で評判を得る。最終的にはコミュニティサイトで関係性のさらなる強化を図り、最終的に他のユーザーへのシェアをしていただけるような『アンバサダー』になっていただく」と述べました。

また、2017年度の「青の洞窟」デジタル施策の成果として、「イルミネーションイベントのみを行った2015年・2016年は、イベント直後の市場シェアは上がったものの、その後元に戻ってしまった。2017年はイベントと同時期にFacebook 広告やInstagram 施策、EC 限定品の広告、地方開催のWeb 投票など、デジタル施策をどんどん追加する形で行った結果、イベント後もシェアを維持できた。また、より多くの施策に接触した消費者ほど購入率が高くなっている」としました。さらに、「青の洞窟」の次のイベントについて、「今秋、大阪 EXPOCITY の観覧車で開催する。観覧車内でパスタメニューの提供も行う」と述べました。

「青の洞窟 OSAKA」詳細：<https://www.nisshin.com/uploads/180803.pdf>

また、今回は新製品発表会初の試みとして、ゲストが登場。日本コナモン協会会長の熊谷真菜さんに、推薦の新製品「日清 たこ焼十八番監修 たこ焼セット」、「日清 チヂミセット 2人前」、「日清 お好み焼セット 2人前」の特徴について語っていただきました。

まず、たこ焼について、「たこ焼で一番大事な具材はタコ。次は揚げ玉です。揚げ玉があるかないかで、食感とおいしさが全然違います」とこだわりを披露。「たこ焼十八番」のたこ焼は、揚げ玉がふんだんに使われていることが特徴で、「日清 たこ焼十八番監修 たこ焼セット」にもたつぷりの揚げ玉がセットになっています。熊谷さんは作り方のポイントとして、「生地が固まってきたところに揚げ玉を入れるのが『十八番』のたこ焼。表面にゴツゴツと揚げ玉が見える状態に仕上がりが、サクサクとした食感が楽しめます」と話しました。

「日清 お好み焼セット 2人前」に対しては、「生地と具材を混ぜて焼く関西のお好み焼は、混ぜ方・鉄板への置き方で美味しさの8割が決まります。でも、このセットは誰が作ってもおいしくできるのがいいところ」と語りました。



デジタルマーケティング室 室長 加工食品事業部長付参与 進藤 眞考



日本コナモン協会会長 熊谷 真菜氏

また、「日清 千切りカットキャベツで美味しいお好み焼粉」に対しては、「価格が年間を通して安定しているカットキャベツで美味しく簡単に作れて、1枚分。私も絶対愛用すると思います」と愛用宣言まで飛び出しました。

＜日本コナモン協会とは＞

「コナモン」は、お好み焼、たこ焼、焼そば、うどん、パスタ、パン、餃子など小麦粉だけではなく、米粉、そば粉といった、あらゆる「粉」を使った料理の総称です。2003年5月7日（コナモンの日）に、コナモンを愛する食文化研究家の熊谷真菜さんを中心に結成され、日本はもとより世界各地のコナモンの発掘と普及に努め、15周年を迎える文化団体です。

<http://konamon.com/index.html>

また、日清製粉グループが運営する Web サイト「コナモン・アカデミー」の監修も手掛けています。

<https://www.nisshin.com/entertainment/academy/>

※その他の新製品の情報については、下記のリリースをご確認ください※

冷凍：https://www.nisshin.com/uploads/180803_frozen.pdf

常温：https://www.nisshin.com/uploads/180803_dry.pdf

■「青の洞窟」ファンを招いて「青の洞窟」ファンミーティング開催

発表会の第2部として、イタリアブランド「青の洞窟」のファンを招き、「青の洞窟」ファンミーティングを実施。「一日限りのレストラン」をコンセプトとした「レストラン 青の洞窟」を開催しました。提供するコースを監修したのは、「イタリア料理コンクール 2015」で優勝した経験をもつ注目の若手、野崎翠シェフ。野崎シェフ考案のメニューと、「青の洞窟」のパスタを織り交ぜ、招待した「青の洞窟」のファン23名に召し上がっていただきました。

今回のドレスコードは「青の洞窟」にちなんで「青」。参加者は皆思い思いに青いアイテムを身につけており、会場の青い装飾と相まって、涼しげな雰囲気でした。



コースメニュー

前菜： ビーツと豆乳の冷製スープ

パスタ料理： 「青の洞窟 GRAZIA ボロネーゼ」

「青の洞窟 GRAZIA ボンゴレビアンコ」

「青の洞窟 生パスタ ジェノベーゼ」（冷凍食品）

メイン料理： サーモンと夏野菜のレモンクリーム煮込み ～「青の洞窟 カルボナーラ」ソースで～

デザート： 欲深い大人の濃厚パンナコッタ 桃のソース

パスタ料理には「青の洞窟」シリーズのこの秋の新製品を使用しました。「青の洞窟 GRAZIA ボロネーゼ」、「青の洞窟 GRAZIA ボンゴレビアンコ」は、「青の洞窟」の中でもワンランク上の新ライン「GRAZIA」のソース。ひき肉

やあさりなどの**具材がたっぷり入っていることが特徴**です。さらに、このメニューに使用される**麺も新製品**。「パールリガーテ仕上げ」という製法で、スパゲッティの表面に細かい溝を縦につけ、ソースの絡みを良くしました。また、外側の水分の吸収が早くなるため、内側との硬さの差が出て、アルデンテ具合をより感じやすくなります。また、「青の洞窟 生パスタ ジェノベーゼ」は、冷凍パスタシリーズの新製品です。

また、メイン料理のサーモンのソースにも、「青の洞窟 カルボナーラ」を使用しました。

当日は、**野崎シェフご自身も登場**。コースメニューへのこだわりを聞かれると、「今回のメインはパスタソースをアレンジしたのですが、ご家庭でもまねてもらえるよう、フライパンひとつでできることにこだわりました」と語りました。

「青の洞窟」製品を試食した感想を聞かれると、「青の洞窟 GRAZIA ポロネーゼ」については、「**赤ワインがたっぷり濃厚、ポルチーニも入っているのがセンスいい**なと思いました」と感心した様子。「青の洞窟 GRAZIA ポンゴレビアンコ」に関しては、「あさりの出汁がきいていて、にんにくの香ばしい香りがして。家で作るとシンプルだからこそ難しいと思うのですが、**このソースはベストな味でした**と、**絶賛**していただきました。また、「今回の試食がおいすぎて、これはまずいぞ、店も頑張らなきゃと思った」との嬉しい言葉も。



「青の洞窟 生パスタ ジェノベーゼ」に対しては、「実は冷凍食品のパスタは食べたことがなくて。アルデンテの再現は難しいだろう、と思っていたのですが、初めての食感でびっくりして、**素直に美味しいと思いました。バジルの香りも冷凍とは思えないほど良くて**」と驚いていました。

コースが始まり、「ビーツと豆乳の冷製スープ」が出てくると、その鮮やかさに会場からは歓声が。参加者の皆さまは様々なアングルから写真撮影を楽しんでいました。味についても、「野菜がしゃきしゃきしておいしい」「さっぱりしていて、食欲がなくても食べられそう」と、満足気な様子でした。

パスタ料理は、「青の洞窟 GRAZIA ポロネーゼ」「青の洞窟 GRAZIA ポンゴレビアンコ」「青の洞窟 生パスタ ジェノベーゼ」の 3 品をひとつの皿に可愛らしく盛り付けてご提供しました。それぞれの商品のパッケージも各テーブルに配置し、みなさまにお手にとって見ていただきました。食べた感想を聞いてみると、「**絶対買います**」「**GRAZIA はすごくおいしいのでご褒美的に食べたい**」などの声が上がりました。



さらに、メインの「サーモンと夏野菜のレモンクリーム煮込み ～『青の洞窟 カルボナーラ』ソースで～」は野崎シェフ自らデモンストレーションを披露。実際にフライパンひとつで作る様子を見せてくださいました。近くにどうぞ、と声がかかると、会場に設置されたアイランドキッチンには、参加者の皆さまが大集合。



野崎シェフがメインをどのように作るのか、大いに興味を持っているようでした。フライパンでサーモンと野菜を焼き始めると、会場には香ばしい香りが。焼きあがった野菜をよけたら火を止めて白ワイン・水・カルボナーラソース・レモン果汁・レモンピールを入れ、再び火をつけて少し煮込むだけ、という手軽さには、皆さま驚いたようで、「**パスタソースをメイン料理に使うなんて目から鱗**」「**おもてなしとしていいかも**」などの感想を口にしていました。



また、「カルボナーラソースを温めずにレモン果汁とレモンピールを加えて、冷製パスタのソースにするとおいしいんですよ」と、もう一つのレシピも教えてくださいました。「青の洞窟」パスタソースは、パスタにかけるだけでなく、様々なアレンジもお楽しみいただけます。

そして、「欲深い大人の濃厚パンナコッタ 桃のソース」が会場に現れると、「かわいいー！」という声が。「青の洞窟」のコンセプト「欲深い大人の濃厚イタリアン」に合わせて作ったという野崎シェフ。参加者の皆さまは、「見た目もかわいいけど味もおいしい」と口々に言いながら味わっていました。



さらに、会の終わりにはクイズ大会も開催。青の洞窟に関する 3 択問題が 4 問出題され、盛り上がりを見せました。優勝者はなんと全問正解で、賞品の「青の洞窟」パスタソース全 11 種セットを野崎シェフから手渡され、「パスタ三昧します」と嬉しそうに答えました。

その他の参加者の皆さまも、美しくおいしいコース料理に満足され、より「青の洞窟」について知っていただけたようでした。

<シェフ プロフィール>

野崎 翠



服部栄養専門学校卒業後、「レストラン キオラ（現在は閉店）」鶴野秀樹氏や中目黒「B.B.S.dining」・元ジョエル・ロブションの由井恵一シェフに師事し、渡伊。フィレンツェの料理学校で学んだのち、ピエモンテのミシュラン一つ星「Ristorante Casa Vicina」に勤務。帰国後、在日イタリア商工会議所主催「イタリア料理コンクール 2015」にて優勝。2016 年より「Cast78」のシェフに就任。2017 年「RED-U35」にてシルバーエッグを受賞。2018 年 8 月より、渋谷「モナトリエ」のシェフに就任。繊細かつ大胆な色彩感覚で可憐なイタリアンをつくり上げる注目の若手実力派シェフの一人。

■このリリースに関するお問い合わせや取材、資料をご希望の方は下記までご連絡ください■

『日清フーズ』PR 事務局 トレンダーズ株式会社

担当：松浦（まつうら）

TEL：03-5774-8896 / FAX：03-5774-8872 / mail：press@trenders.co.jp