

シンプル・合理性志向

手軽さとおいしさを両立、栄養バランスにも配慮した「完全メシ」

日清食品株式会社が2022年5月に公式オンラインストアにより発売を開始した「完全メシ」シリーズ。当初はカップライス「カレーメシ 欧風カレー」や即席麺「豚辛ラ王 油そば」といった人気ブランドを同シリーズ化した商品に加えて、2種類のスムージー、大豆グラノーラの5つのラインナップが先行発売されたが、発売から5カ月で500万食を突破するヒット商品となった。

■「完全メシ」シリーズ発売時ラインナップ



出典：日清食品グループ オンラインストア

本稿では、「完全メシ」シリーズの開発の背景と技術開発内容、マーケティング施策、消費者の反応、今後の展開について述べる。

1. 開発の背景と蓄積した技術の応用

同シリーズの開発の背景には、「飽食」や「新型栄養失調」という現代の食生活が抱える問題が大きく関わっている。飽食の時代はオーバーカロリーによる肥満人口の増大をもたらし、また間違ったダイエットによる無理なカロリー制限で栄養不足となり健康を損ねている人も多い。

日清食品ではこれらの問題に対し、手軽さとおいしさはそのまま両立させ、カロリーや塩分、糖質などをコントロールし、日本人の食事摂取基準で設定された健康維持に必要な33種類の栄養素をバランスよくすべて摂取できる商品開発に取り組んだ。

■33種類の栄養素例（カレーメシ 欧風カレー）

たんぱく質 3パック	繊維 大豆抽出大豆 1杯	飽和脂肪酸 バター大豆油 1/2杯	n-3系脂肪酸 くるみ 1.5個	n-6系脂肪酸 いりごま大豆油 3杯	炭水化物 ごはん 1.3杯
食物繊維 レス 2.5個	ビタミンA かぼちゃ 0.6個	ビタミンD 鮭 3パック	ビタミンE アーモンド 17粒	ビタミンK 大豆 17粒	ビタミンB1 卵 173粒
ビタミンB6 鶏皮 0.85切れ	ナイアシン 鶏皮 42粒	ビタミンB9 鶏皮 11玉	ビタミンB12 しじみ 2粒	葉酸 フロッキー 1/3杯	パントテン酸 卵 2.6切れ
ビタミンC レモン 2.2個	ビタミンD 鶏皮 2/3杯	ナトリウム 鶏皮 1/2杯	カリウム バナナ 1.9本	カルシウム シシトモ 5.4粒	マグネシウム 卵 9粒
リン 大豆 1.85杯	鉄 鶏皮 47粒	亜鉛 鶏皮 2粒	銅 ココア 3.6杯	マンガン 木曜豆 1.3丁	ヨウ素 卵 0.98粒
セレン ココア 3杯	クロム 鶏皮 1.98粒	モリブデン 鶏皮 13粒			

出典：CNET Japan ニュースサイト

開発には日清食品が「チキンラーメン」の開発以来長年培ってきた技術を応用した、最新のフードテクノロジーを駆使している。

まずビタミンやミネラルなどの栄養素には独特の苦味やエグみがあり、おいしさに影響を与えてしまうため、麺の中心に栄養素をとじこめてしまうことで、苦味やエグみを感じることなくおいしく食べられるようにする“おいしさ再現技術”がある。

また、おいしさのポイントとして塩分と油分が欠かせないが、これらの減量を図りながらおいしさを維持するため、麺を油で揚げずに、麺の表面に油を噴霧し熱風乾燥させることにより、ノンフライ麺でもフライ麺と同じような風味を出す技術や、麺の中心層の一部に小麦粉の代わりに食物繊維を使用することでカロリーを抑える技術を開発した。さらに世界中から約170の塩を集めて分析し、少量の塩でも塩味を感じるという減塩技術も開発に寄与している。

先行発売時に先述した5つのラインナップとした理由は、「日清カレーメシ」と「日清ラ王」という同社を代表するブランドを使うことで、商品認知のスピードを速めたいと考えたからだ。また、スムージーと大豆グラノーラに関しては、仕事に家事にと忙しく、自分の栄養管理まで頭が回らない子育て中の女性を主に意識して、朝食・間食ニーズに応え、好きな時に手軽に食べてほしいと考えた。

2. キャッチーなコピーと管理栄養士の推奨による訴求

「栄養バランスを考えるのが、めんどくせえヤツらに！」という刺激的なキャッチコピーで登場した「完全メシ」シリーズは、発売当初は日清食品のオンラインストアと楽天市場、一部小売店での販売から開始したが、当初から計画を大きく上回る出荷数を記録した。

「カレーメシ 欧風カレー」と「豚辛ラ王 油そば」については管理栄養士にアンケートを取り、その9割から「食事の選択肢の一つとして活用してほしい」という“お墨付き”をもらい、これも同シリーズのアピールポイントとなっている。

その後22年9月からはテレビCMも投入。ハイテンションな芸風のサンシャイン池崎が、その芸風を活かして「完全メシ」の特徴である「33種類の栄養素とおいしさの完全バランス」を絶叫しながらアピールするもので、普段、栄養管理意識のあまり高くない30～40代男性に大きなインパクトを与えた。

また、「完全メシ」ブランドサイトでは、どんな人に役に立つかをシーン別に案内し、幅広い消費者層への浸透を図っている。(現在は非掲載)

今後は店頭でのプロモーションやデジタルを活用したPRなどにも注力していく考えだ。

■シーン別のおすすめ例

出典：日清食品リリース

栄養バランスを考えるのがめんどくさい人
栄養バランスを考えながら食事を摂るのはとても大変！栄養バランスが整っている完全メシを日常生活にうまく取り入れて健康的な毎日を！

仕事が忙しく、食事が偏りがちな人
ランチや残業時の夜食を完全メシに置き換えるのがおススメ！忙しいときこそ健康を目指しましょう！

カップめんが大好きな人
いつものカップめんと同じくらいおいしいのに、塩分を控えつつ、しかも栄養バランスが整います！

朝ごはんを食べる時間がない人
そのまま食べても栄養バランスが整っているグラノーラや、さっと飲むスムージーで短時間でも栄養補給は欠かさずに！

健康的にダイエットをしたい人
栄養素もカロリーも計算され尽くされているから、効果的なダイエットには、1日2食を目安に置き換えるのがおススメ！

体を鍛えていきたい人
体を鍛えていく上でたんぱく質は重要な栄養素だと書われています。たんぱく質を豊富にした食事を心がけている方にもおススメです！

3. これまでの食生活を変えずに健康 生活が得られる魅力

「完全メシ」が人気を得た最大の理由は、栄養バランスに悩むことなく簡単においしい食事が摂れる点に尽きる。通常、栄養バランスを考えて食生活を急に変えようとする、強い意志や我慢が必要だが、「完全メシ」ならば、健康や栄養バランスを気遣う人にとって敬遠しがちなカレーや油そば、丼物といったメニューでも、罪悪感なく食べられるため、行動変容を起こす必要がない。

また、様々な食材の購入・準備が不要となるため時間的・コスト的メリットも大きく、合理性志向の高い人には理想的な商品だといえる。

オンラインストアでの発売から4か月間でのリピート率は約19%と、他の商品と比較して高水準となっており、継続購入する人が多い点も売上を支えている。

また、「日清カレーメシ」と「日清ラ王」といったレギュラー商品とのカニバリも気になるところだが、今のところ売上や販売店率を見ても大きな影響は出ていないようだ。

実際にSNSなどでの消費者の反応をみても、「本当にこれで栄養がとれるの?」っていうくらい、普通に濃厚で食べごたえ十分「栄養バランスが考えられない俺にピッタリ」といったポジティブな反応が多く、一見、健康とはかけ離れたイメージのあるラインナップにギャップを感じつつも、評価されているようだ。

一方で、リピートに至らない消費者の反応では、「カレーメシ」の場合、レギュラー商品の「日清カレーメシ ビーフ」との価格差に割高感を感じている様子が見えがえる。設定ターゲット層がやや異なることからいたしかたない面もあるが、価格差に見合ったメリットの訴求ができるかが今後の課

題となるだろう。

4. 期待される今後の展開

先行発売後も続々と新商品を発売。9月には、木村屋總本店と共同開発したあんパン、そして「冷凍 完全メシ」シリーズとしてかつ丼、牛丼、欧風カレーライス、ボロネーゼ、汁なし担々麺のラインナップが加わり、計11ラインナップの商品構成となっている。

■「冷凍 完全メシ」ラインナップ



出典：日清食品グループ オンラインストア

同社では19年、1日に必要な栄養素の3分の1以上の量が入っている「All-in」シリーズを発売したが、パスタとまぜそばだけのラインナップだったためバラエティー感に欠け、売上に結び付かなかった。そのため今回はその教訓を生かした形だ。

日清食品では今後もラインナップのさらなる充実に向け開発を進めており、冷凍食品やポテトチップスなどの菓子、弁当、惣菜、ミールキットなど、多種多様なメニューを展開する計画である。

食品メーカーが、病気ではない未病の段階で健康に重要な食品づくりを始めたのは大きな意義がある。日清食品のチャレンジは今後業界全体に波及する可能性がある。