

鰹魚粉の旨味×ハバネロの辛さが襲い掛かる！“最辛”スナックを目指す「激辛マニア」より

しんぱくぎょふん

『激辛マニア 辛爆魚粉』

2022年12月12日(月)より発売開始

～あまりの辛さで商談困難！？激辛ファンの期待と製造側の葛藤が垣間見える裏話も公開～

2022年3月に発表した新戦略「バリュエティスナック」を軸にスナック菓子を製造・販売するジャパンフリトレ株式会社(カルビーグループ、本社：茨城県古河市、代表取締役社長：松田 光弘)は、魚粉の旨味と唐辛子の強烈な辛さが相性抜群のコーンスナック『激辛マニア 辛爆魚粉(しんぱくぎょふん)』を、2022年12月12日(月)からコンビニエンスストア先行で発売します。なお、コンビニエンスストア以外の店舗では、2023年1月9日(月)から発売します。



「激辛マニア」シリーズは、初代『激辛マニア 赤とうがらし味』の発売(2006年)以来、強烈な辛さで激辛ファンを熱狂させ続け、リクエストが絶えない商品です。常に史上“最辛”スナックを目指すべく、製造過程では粉塵による目やのどの刺激に備え、防塵ゴーグル・マスクを常備し製造しています。

本商品は、近年の激辛ブームの特徴である辛さの超ストロング化と多様化に应运て開発しました。辛さのバリエーションを楽しんでいただきたい想いから「激辛マニア」シリーズ初となる鰹魚粉を使用し、激辛唐辛子(ハバネロ)と掛け合わせることで、鰹の旨味と強烈な辛さ、やみつきな味わいを実現しています。食べ進めるほどに「激辛マニア」の名に恥じない衝撃的な辛さが爆発し、激辛ファンにはたまらない刺激の余韻が続きます。

■『激辛マニア 辛爆魚粉』商品特徴

- ① 激辛ブームの多様化に応え、「激辛マニア」シリーズ初となる鰹魚粉を使用
- ② 魚粉の旨味に続くハバネロの強烈な辛さと刺激が繰り返し楽しめる味設計
- ③ 口の中が爆発するような辛さを表現したパッケージと商品名



【商品規格】

商品名：『激辛マニア 辛爆魚粉』

内容量(エネルギー)	希望小売価格	発売日	販売エリア
50g(1袋当たり 279kcal)	オープン (想定価格 税込 145円前後)	コンビニエンスストア： 2022年12月12日(月) コンビニエンスストア以外： 2023年1月9日(月)	全国

■マニアシリーズについて

“マニアのための衝撃的な味わい”が特徴のシリーズ。2006年の発売以来、SNS上での再販リクエストが絶えず2021年6月に代表商品『激辛マニア 禁断の唐辛子味』が再登場しました。

その後、鼻に抜ける強烈なわさび味の『激辛マニア 禁断のわさび味』など、マニアの方へ向けた強烈なフレーバーが登場しています。

さらに、2022年3月には“絶叫スナック”にパワーアップし、唐辛子・花椒・胡椒による『激辛マニア 辛味の三連獄』、2022年6月には赤唐辛子の辛さを極限まで追求し初代を再現した『激辛マニア 赤赤とうがらし味』を発売しました。



【激辛マニア 辛爆魚粉 開発・商談裏話】

■困難は続くよどこまでも！？パイヤーも苦しむ強烈な辛さ！

これまでのシリーズ同様に、あまりの辛み成分の強さから製造現場では防塵ゴーグル・マスクを常備しています。特に、開発部門、品質検査部門では連食性や品質をチェックする為に試食を繰り返す必要があり、「激辛マニア」製造の際は辛さに覚悟をして挑んでいます。

今回、新商品の発売にあたり、新たに社内で「激辛マニア」に関わるエピソードを募ったところ、開発・製造現場で多くの苦難を乗り越えた後も、お客様にお届けするまでに困難が待ち受けていることが判明しました。

小売店のパイヤーと商談する際、実際にスナックをご試食いただくケースが多く、「辛すぎる」という指摘をいただく事もありましたが、新たな問題が発生。数ある商品のなか、「激辛マニア」が最初の試食であったため、その後にご提案した商品の味が分からないという事態が発生しました。本商品の商談を含む、「激辛マニア」の提案時には順番に気をつけてご試食をお願いしています。

■ご満足の声からより辛さを求める強者まで、根強いファンに愛される激辛マニア

最も辛いスナックを目指す「激辛マニア」は、激辛ファンから多くのお問い合わせやご感想をいただいております。辛さを追求するなか、「ようやく満足できる辛さで味もおいしいお菓子に出会えた」というお声はうれしい限りです。一方で、「もっと辛くしてほしい」とのご要望も一定数いただいております。なかには「これ以上辛いと売れなくなってしまうと思うが、もっと辛くしてほしい」という当社の立場に立っていただきながらも、より強い辛さを求める悩ましいご意見もございました。

また、辛さを表現したパッケージで激辛をアピールしていますが、「スナックの激辛だからさほど辛くないと思って購入したら、本当に辛くて食べられなかった」といったお声もありました。この経験を踏まえて、今回のパッケージでは激辛への注意喚起を前面に押し出し、本当に辛いという事を言葉でもしっかりと伝えるように工夫いたしました。

激辛を愛するファンの皆さまに、製造から発売までの葛藤を乗り越えた本商品をぜひお試しください。

■本商品の担当者

ジャパンフリトレ株式会社 マーケティング本部 ブランドマネージャー 藤本 征児

■Valuetty snack(バリュエティスナック)について

「バリュー(価値)」+「バラエティ」を組み合わせた、ジャパンフリトレが掲げる新戦略です。ライフスタイルの変化とともに食生活が多様化する中、ジャパンフリトレはお客様の価値観に寄り添い、スナック菓子に新たな価値をプラスした「the snack」「snack food」「fine snack」の3つをテーマとして、ひとつ上のワクワクを提供します。

