

あの焼肉のたれがポップコーンに！エバラ「黄金の味」と市場売上 No. 1 同士<sup>(※1, 2)</sup>の初コラボ

# 『マイクポップコーン エバラ黄金の味中辛あじ』

2023年5月29日(月)より発売開始

～フルーツベースのたれをたっぷりからめた焼肉の味わいを再現～

「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、エバラ食品工業株式会社(本社：神奈川県横浜市、代表取締役社長：森村 剛士)の「黄金の味」とコラボレーションした『マイクポップコーン エバラ黄金の味中辛あじ』を、2023年5月29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6月26日(月)から発売します。



## ■『マイクポップコーン エバラ黄金の味中辛あじ』商品特長

2023年で発売45周年を迎える焼肉のたれ市場売上 No. 1<sup>(※1)</sup>の「黄金の味」と、ポップコーン市場売上 No. 1<sup>(※2)</sup>「マイクポップコーン」の、売上 No. 1 同士のコラボレーションが初めて実現しました。

『マイクポップコーン エバラ黄金の味中辛あじ』は、厳選されたりんご、もも、うめなどを秘伝の黄金比率でブレンドした「黄金の味 中辛」をたっぷりからめた焼肉の味わいを再現しました。フルーツベースの甘みに、さらに香味野菜の旨味と胡麻の香り、香辛料を加えることで、食欲そそるつつい食べ進めてしまうコク深い味わいに仕上がっています。おなじみの焼肉のたれの香りと味わいが口の中いっぱいに広がり、お子様から大人まで楽しめる、家族団らんのおともスナックにぴったりの商品です。

(※1) インテージ SRI+ 焼肉のたれ市場 (2022年1月～2022年12月黄金の味シリーズ売上合算金額)

(※2) インテージ SRI+ ポップコーン市場 (2017年1月～2022年12月累計販売金額)

### 【商品規格】

商品名：『マイクポップコーン エバラ黄金の味中辛あじ』

| 内容量(エネルギー)         | 希望小売価格                   | 発売日  | 販売エリア |
|--------------------|--------------------------|--|-------|
| 45g(1袋当たり 228kcal) | オープン<br>(想定価格 税込 145円前後) | コンビニエンスストア：<br>2023年5月29日(月)<br>コンビニエンスストア以外：<br>2023年6月26日(月) | 全国    |

※実際の発売日は販売店によって多少遅れる場合がございます。

※店舗によっては、お取扱いのない場合や、売り切れで販売終了の場合がございます。

## 【商品開発・裏話】

### ■「フルーツ由来のみずみずしさ」と香りの再現性に注目

当商品で特にこだわったポイントは、「黄金の味」の特長であるフルーツ由来の甘みとみずみずしさの再現です。特に「フルーツ由来のみずみずしさ」をポップコーンにどう落とし込むかという点においてエバラ食品のご担当者様と何度も意見交換を重ね、フルーツベースの甘みの中に「酸味」を加える事でフルーツの爽やかなみずみずしさを表現しました。

また、香味野菜の旨味と胡麻を加える事で「黄金の味 中辛」にあるコクと香りの厚みを再現し、辛みを感じないほど微量の唐辛子を隠し味に、後引きのある深みを出すことでまた食べたいと思っただけのポップコーンを目指しました。家族団らんで焼肉を楽しむ時間のように、マイクポップコーンを通して楽しい時間を共有いただけるきっかけとなる商品になれば嬉しいと思っています。

### ■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 マーケティング部 ブランド1課 星野 杏里

### ■エバラ食品工業株式会社「黄金の味」について

今年で発売 45 周年を迎える「黄金の味」は、厳選された国産りんごを原料の 3 分の 1 以上に使用したフルーツベースの焼肉のたれです。

定番の「甘口」「中辛」「辛口」に加え、3 種のレモン原料を使用した「さわやか檸檬」や、にんにくをガツンと効かせた「旨にんにく」、炒め玉ねぎと果実の濃厚な味わいの「濃熟」、国産りんごを原料の 45% に使用したこだわりのたれ「贅沢林檎」の 7 種類を展開。好みやシーン、肉の種類に合わせて選べる楽しさを提供しています。

URL : <https://www.ebarafoods.com/sp/ohgon/>



### ■「マイクポップコーン」について

「マイクポップコーン」は 1957 年に日本初のポップコーンブランドとして誕生し、昨年発売 65 周年を迎えました。ブランド化されたポップコーンとして最も歴史が古く、お菓子の定番アイテムとしての地位を日本市場に確立しました。長きに渡り愛され続けるロングセラー商品「バターしょうゆ味」(1983 年発売)の他、2022 年 8 月 29 日に発売した「塩味とうま味」の絶妙な黄金比<sup>(1)</sup>を採用した新定番商品『マイクポップコーン オリジナル 極みだし味』など、今まで数々のオリジナルフレーバーやコラボ商品を世に送り出しています。

URL : <http://www.fritolay.co.jp/ourbrands/mike/>



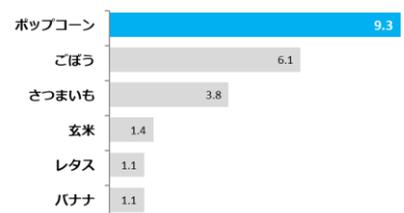
### ■ポップコーンは食物繊維が豊富に含まれている食品

一般的に食物繊維が多いと言われている食品と比べても、ポップコーンには豊富な食物繊維が含まれていることが分かっています。(※図 1) 消費者の健康需要の高まりも関係し、2022 年度のポップコーン市場は 2019 年度対比で 153%<sup>(※3)</sup>と伸長しています。

(※図 1) 日本食品標準成分表 2020 年版(八訂) 可食部 100g 当たり

ポップコーン・ごぼう(ゆで)・さつまいも(皮つき/蒸し)・玄米(めし)・レタス(結球葉/生)・バナナ(生)

(※3) インテージ SRI+ ポップコーン市場 2019 年 4 月~2023 年 3 月 累計販売金額



食物繊維含有量 (100g 当たり)

### ■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、当社が 2022 年 3 月に発表したブランド戦略です。ライフスタイルの変化とともに食生活が多様化する中、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。

