

“最辛” スナックを目指す「激辛マニア」シリーズから初の味噌×唐辛子フレーバーが登場
からほむらたける み そ

『激辛マニア 辛焰猛味噌』

2023年12月25日(月)より発売開始

旨味の後から襲う強烈な辛さで思わず食べ進めてしまう味設計に！

辛さを求める激辛ファンの期待と、開発時の“激辛”苦労話も公開

「バリエエティスナック」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、味噌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 辛焰猛味噌(からほむらたけるみそ)』を、2023年12月25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、2024年1月22日(月)から発売します。



「激辛マニア」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、再販のお声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、製造過程では激辛フレーバーの粉塵による目やのどへの刺激に備え、防塵ゴーグル・マスクを常備するなど、厳戒態勢で製造しています。

『激辛マニア 辛焰猛味噌』は味噌と唐辛子を組み合わせ、激辛味噌ラーメンの味わいを彷彿とさせるような、やみつき辛さを追求しました。口に入れた瞬間は味噌の旨味と香りが広がり、食べ進めるほどに「激辛マニア」ならではの強烈な辛さが襲い掛かります。激辛ファンを決して飽きさせることのない渾身の一品です。

■『激辛マニア 辛焰猛味噌』商品特長

- ① 激辛好きが食べたい「味噌×唐辛子」の組み合わせ！
- ② 味噌の旨味の後から襲う唐辛子の強烈な辛さ
- ③ 口の中で煮えたぎるような辛さを表現したパッケージとフレーバー名



【商品規格】

商品名：『激辛マニア 辛焰猛味噌』

| 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 277kcal) | オープン (想定価格 税込 156円前後) | コンビニエンスストア： 2023年12月25日(月) コンビニエンスストア以外： 2024年1月22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”にリニューアルし、唐辛子・花椒・胡椒による「激辛マニア 辛味の三連獄」、2022年12月には唐辛子の強烈な辛さに魚粉の旨味を加えた「激辛マニア 辛爆魚粉(しんぱくぎょふん)」、2023年4月にはハバネロとハラペーニョの2種類の辛味が合わさった「激辛マニア 赤青とうがらし」を発売しました。



【激辛マニア 辛焔猛味噌 開発裏話】

■あまりの辛さに社内では意見衝突も！？激辛ファンの期待の声が支えとなり商品化！

激辛マニアは「スナック史上“最辛”」を追求し、激辛ファンの方々の声に応えるべく様々な味わいの商品を開発してきました。あまりにも辛すぎるため、社内では辛さを弱めたほうが良いのではないかという声もあります。

しかし一方で、激辛ファンのお客様からはこの唯一無二の辛さを求めているという熱狂的なお声を頂いております。激辛ファンの方々からのお声が担当者の支えとなり、今回も「激辛マニア史上“最辛”」を追求した商品を無事発売することが出来ました。

■毎回覚悟とチャレンジ精神必須の試食、辛さの救いは“冷凍バター”！？

担当者は、味覚が敏感になる時間帯や空腹状態などで激辛マニアを試食しています。何度も試食を実施するため、試食のたびに口の中は激痛に襲われますが、激辛ファンの方々が喜んでくださる姿を想像しながら覚悟して挑み、商品の味を開発しています。

激辛マニアを担当して間もない担当者は、辛さを軽減するために水や氷を口の中に入れていたのですが、かえって逆効果で、なすすべもなく「どうしたら辛さを緩和し、より多くの試食を食べることが出来るのだろうか」と悩んでいました。

開発担当者にどのように辛さを軽減しているか尋ねたところ、冷凍バターを口に入れていたとのこと。バターの乳成分と冷凍による冷却効果が辛さを和らげているそうです。※次回以降もチャレンジ精神と対策を練って試食に挑みたいと思います。

■激辛マニアを使用したアレンジレシピの存在？

激辛マニアを料理等に使用する事がファンの方中心に見受けられます。激辛調味料として使用される方や、逆に辛さを緩和してアレンジされる方等、「激辛マニア」をスナック菓子としてだけではなくアレンジレシピの材料として楽しんでいただけている状況に嬉しく思うとともに今後の新たな可能性を感じています。

■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 ブランド3課 若菜 和彦

※辛いものが苦手な方は、無理をせずご自身のペースでお楽しみください。

※対策による効果は、あくまで個人の感想となります。

■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。

