



2017年、カップ麺業界もバレンタイン商戦へ参入！



今日、2月14日はバレンタインデー。近年、ハロウィンの勢いに圧倒されてきたバレンタインデーだが、今年のバレンタインは昨秋のハロウィンの市場規模1345億円を上回る結果となりそうだという。日本記念日協会によると、2017年のバレンタインデーの市場規模は推計約1385億円とのこと。前年の約1340億円と比較すると約3%増となり、これは2012年のバレンタインデー史上最高額約1380億円を超えるものだ。

そんな拡大傾向にあるバレンタイン市場に、今年はなんとカップ麺業界の参戦が本格化してきた。

その先陣を切ったのが、明星食品の「明星 一平ちゃん夜店の焼そば チョコソース」。同社は昨年1月に既に第一弾を早くも発売、昨年12月5日にはクリスマスなどのパーティーシーズンに向けた「明星 一平ちゃん夜店の焼そば ショートケーキ味」を発売しており、スイーツ系カップ麺のまさに先駆者的存在だ。今年も「明星 一平ちゃん夜店の焼そば チョコソース」をグレードアップさせ、年明け早々1月9日に発売した。新たにサクサク食感の後のせかやく「謎チョコキューブ」を採用し、麺とソースの甘さと香りをアップさせて、よりスイーツ感の高い商品に仕上げたそう。

さらにその1週間後である1月16日には、まるか食品の「ペヤングチョコレートやきそばギリ」が新登場。こちらは、インターネット上の猛者たちによると、かなりストレートなチョコレート味だそうで、話のタネにはなるかもしれない。

そして、さらにその1週間後である1月23日には、東洋水産から「マルちゃん甘ーいきつねうどん」が発売。定番商品「赤いきつねうどん」のつゆをより甘めの味わいにしたという。

スイーツ系カップ麺が続々登場したのはなぜ？

それにしても、なぜこのような異色のスイーツ系カップ麺がバレンタインデーを目前に続々と登場したのだろうか。

そこには暦との関係がありそうだ。今年は3年ぶりの平日バレンタインデー。つまりは、職場や学校などにおける義理チョコ市場が伸びる見込みが大なのだ。そして、過去最高の推計市場規模を記録した2012年のバレンタインデーも同じ火曜日。そんなゲン担ぎ的な意味でも期待が高まる日程でもある。

本命チョコとしては無理でも、義理チョコならば、こうした遊び心のある商品も話題性があり、ウケ狙いの需要がある。味は賛否両論となっても、「ガリガリ君」で知られる赤城乳業のように、コーンポタージュ味やシチュー味といった変わり種を次々と出すことでカップ麺業界全体の話題作りにもなることは確かだ。実際、SNSやブログなどでもこれらの変わり種カップ麺を食べたという投稿が目立った。

ちなみに2020年まではバレンタインデーは平日続き。今後もしばらくは、こうした奇抜な商品がカップ麺業界だけでなく世間を騒がせる可能性が高そうだ。

