

カップヌードル “らしさ” を追求するマーケティング

～守るべきもの、変えるべきもの～



2022年10月17日

日清食品 マーケティング部 第1Gブランドマネージャー

白澤 勉

BRANDING CORPORATION



ブランディング・コーポレーションを目指す！



打倒！カップヌードル

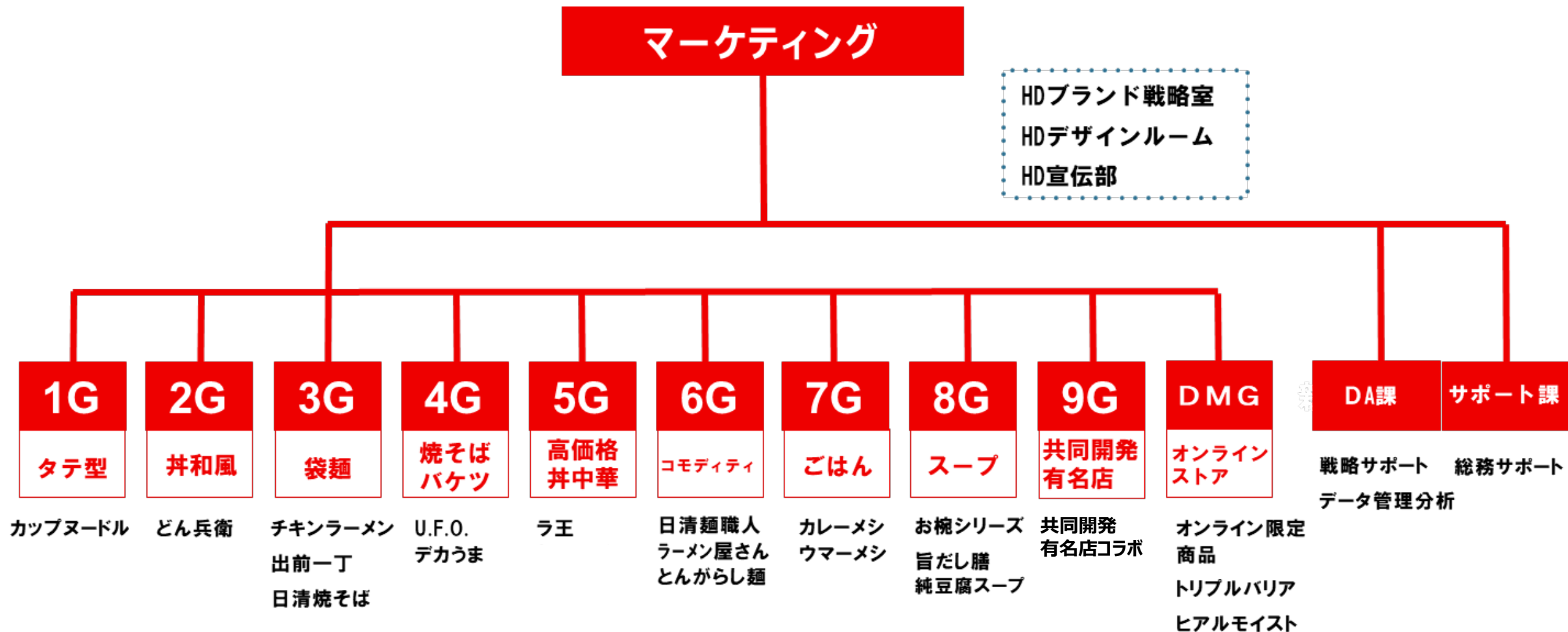


（社内競争の徹底）

社内で勝てないで、

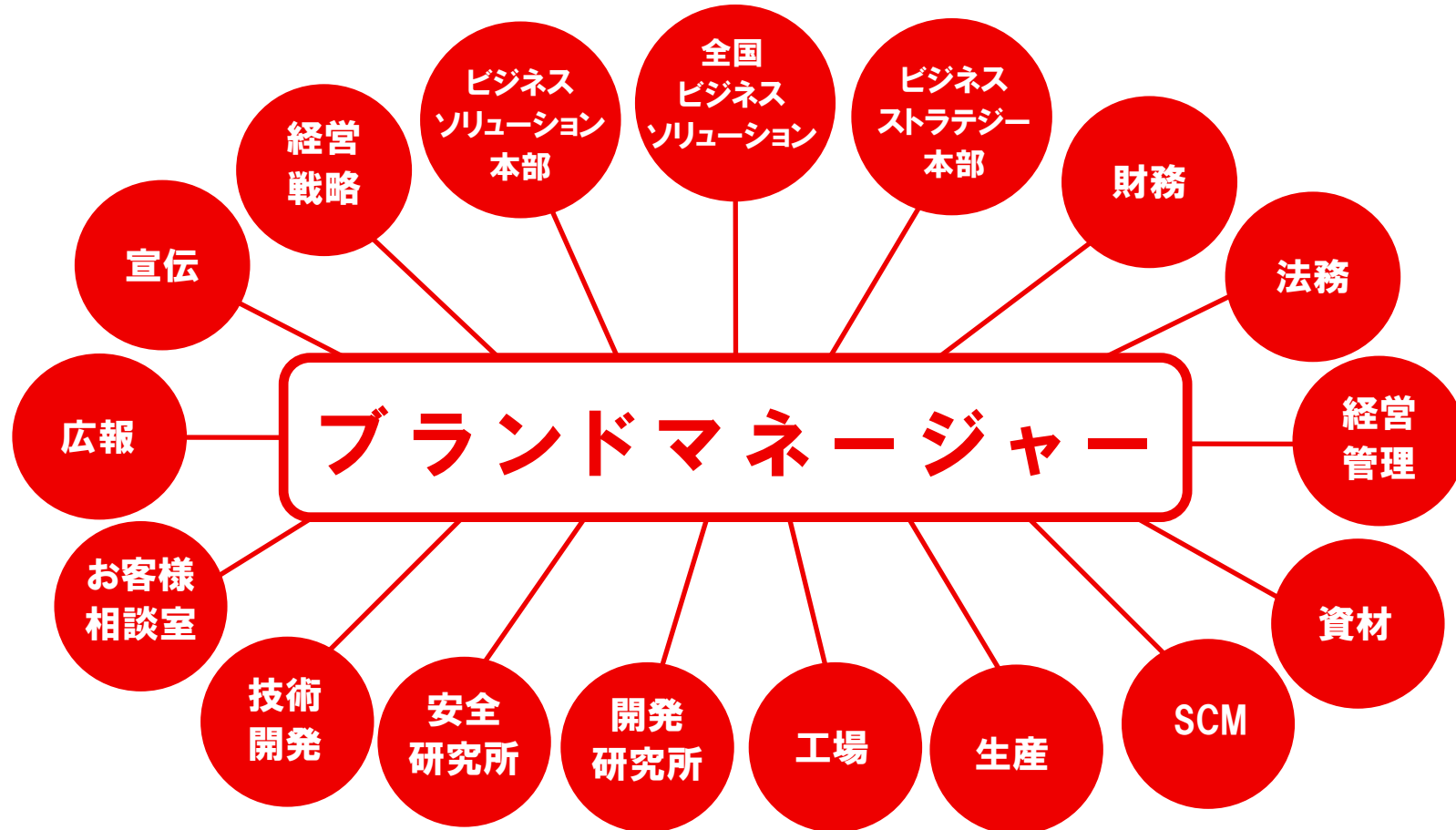
社外で勝てるか？

日清食品マーケティング部組織



各部署との関わり

ブランドマネージャーはブランドを運営する会社の社長、すべてに責任を持つ。



カップヌードル（＝日清食品）の4つの大切な思考

HAPPY
にしろ！

我々は世界を幸せに
出来ているか？

GLOBAL
にいけ！

世界企業としての感覚を
持っているか？



CREATIVE
であれ！

日々新しいモノを
創造しているか？

UNIQUE
であれ！

独創性・個性を
失っていないか？

カップヌードルは世界初のカップ麺

着想：アメリカでの出来事

「チキンラーメン」を世界に広めようと考えた安藤が、欧米で訪れたスーパーで見たのは、担当者たちが、「チキンラーメン」を小さく割って紙コップに入れ、お湯を注ぎフォークで食べる光景でした。

それを見た若き頃の安藤百福



海外にはどんぶりも箸もない
食習慣の違いを乗り越えなければ

開発：すべては初めて。イノベーションはひらめきと執念

容器やフタの開発、長期保存できる具材、麺の揚げ方など、大量生産ライン開発、沢山の課題を乗り越えた。さまざまな知恵や工夫が詰め込まれた「カップヌードル」が1971年9月18日誕生しました。

それを見た若き頃の安藤百福



ひらめきは執念から生まれる！
いろんな「初めて」は
360度の視点から

“カップヌードル”発明のヒントを得たアメリカ視察
ホリデーマジック社にて 1966(昭和41)年頃



マカデミアナッツでひらめいた
高性能なフタ。



持ち帰ったマカデミアナッツの容器

めんをカップに
まっすぐ入れるテクニック。



長期保存できる具は
フリーズドライ製法で。



銀座歩行者天国での
試食販売。



パッケージ+調理器+食器
3つの機能をもつ
新発想のカップ。



発泡スチロールで作られた発売当時のパッケージ

カップの中で、
めんを宙吊りにするアイデア。



お湯の出る自動販売機。





カップめん発明
50th
ANNIVERSARY

世界累計販売数



2021年
世界累計
500億食

日本で誕生した世界初のカップ麺「カップヌードル」が
世界100カ国で販売・世界累計販売500億食を達成!!



2018年
世界累計
450億食

2015年
世界累計
400億食

1971年
発売



近年の売上推移

2021年度も！ **カップヌードルブランド最高売上更新**を達成！

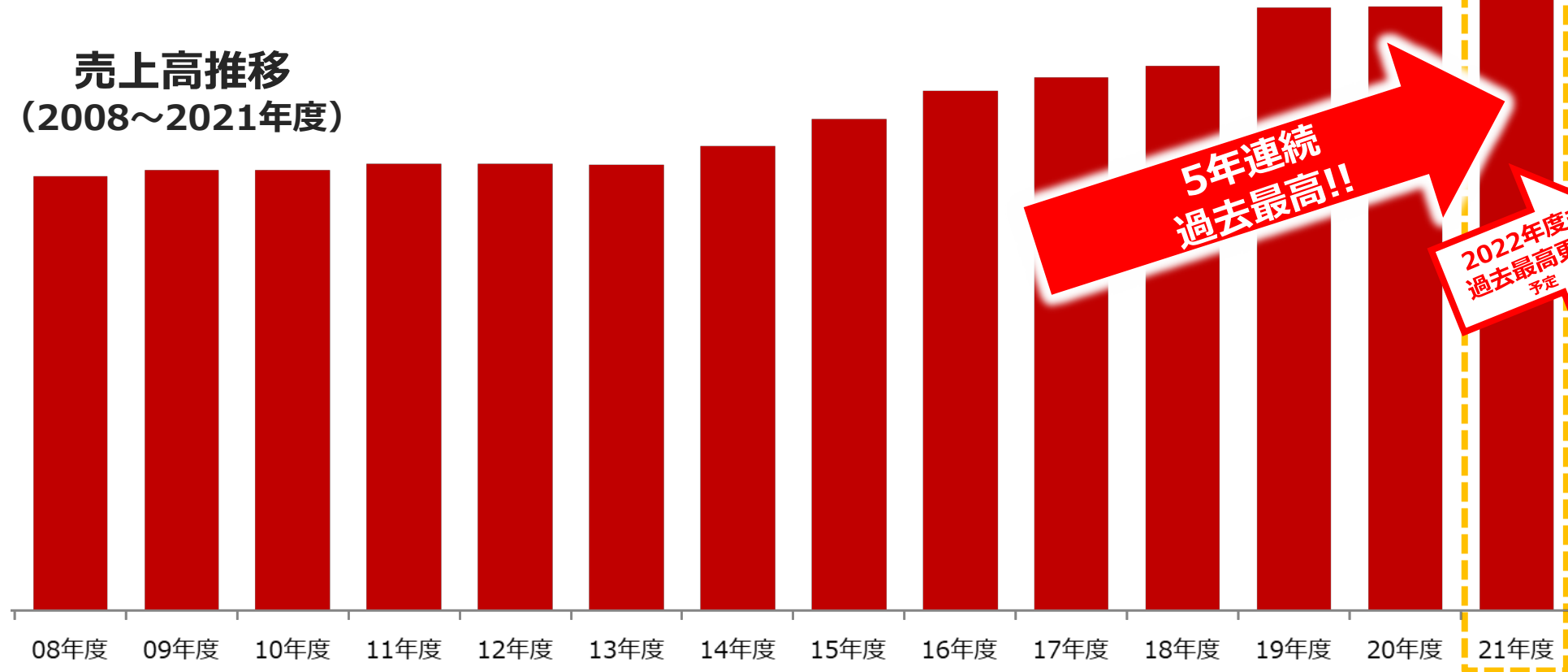
5年連続!!

年間ブランド売上 1,000億円！

市場売価ベース：日清食品試算



売上高推移
(2008～2021年度)



ロングセラーのキーワード

守るべきものを守る！
(安全・安心・安定感)



発売当時



現在

味・パッケージなど

線引が重要

変えるべきものを变える！
(時代対応・鮮度維持)



プロモーション・製品など

4つの大切な思考

CREATIVE
であれ！

日々新しいモノを
創造しているか？

UNIQUE
であれ！

独創性・個性を
失っていないか？

HAPPY
にしる！

我々は世界を幸せに
出来ているか？

GLOBAL
にいけ！

世界企業としての感覚を
持っているか？

カップヌードルにおけるマーケティング

1. 時代に適応したハード変更

- ・変えるべきところ
- ・変えてはいけないところ

!
見極めが重要
変えるときは慎重に、そして思い切る

2. ターゲットに合わせたブランド拡張

- ・ますます細分化するニーズを捉え、
全方位的に商品を配置する

!
ターゲットインサイトをしっかりと捉える
潜在的な意識まで追及をする

3. 買いたくなる、試したくなる仕掛け エンターテイメント 楽しさで話題作り

!
商品だけでなく、プロモーションでも
ものは動く やり切ることが重要

!
最も重要なのはカップヌードルらしさを忘れないこと
「らしさ = 個性」とは何かと徹底的に考える
!

カップヌードルにおけるマーケティング

1. 時代に適応したハード変更

- ・変えるべきところ
- ・変えてはいけないところ



見極めが重要
変えるときは慎重に、そして思い切る

2. ターゲットに合わせたブランド拡張

- ・ますます細分化するニーズを捉え、
全方位的に商品を配置する



ターゲットインサイトをしっかりと捉える
潜在的な意識まで追及をする

3. 買いたくなる、試したくなる仕掛け エンターテイメント 楽しさで話題作り



商品だけでなく、プロモーションでも
ものは動く やり切ることが重要



最も重要なのはカップヌードルらしさを忘れないこと
「らしさ = 個性」とは何かと徹底的に考える



1. 時代に適応したハード変更

地球と人の未来のために、すぐやろう。

DO IT NOW!

10年先、一人ひとりに、もっと自由に、もっとハッピーに、生きていてほしいから。
100年先、あらゆる生命が、もっと健やかに、もっと豊かに、育まれていてほしいから。誕生から48年、世界中で累計450億食。愛され続けてきた地球食として、この惑星の課題と向き合っ。今すべきことを、すぐやろう。今できることを、すぐやろう。カップヌードルを通して、地球の未来を、地球に暮らすみんなの未来を、今この瞬間からひとつずつおいしく変えていく。それが、「DO IT NOW!」です。



DO IT NOW! これまでの取り組み



環境
バイオマスECOカップへ
切替え



健康
カップヌードル
Salt off誕生



安全安心
ローリングストックセット
発売



環境
RSPO認証パーム油へ
切替え



社会
3秒OPENケース
FCS認証ケース
導入



安全安心
「カップヌードルの裏側」
サイト開設



健康
高たんぱく&低糖質
カップヌードルPRO



1. 時代に適応したハード変更

目的：プラスチック削減

(年間33トンのプラスチック削減の実現)

30年以上カップヌードルに付いていた



思い切ってやめよう、という思いからスタート

ふた止めシール廃止にあたり、考えたこと

! ユーザーの約 7 割がふた止めシールを使用 (自社調査より)

→取ることは簡単だが、利便性は極力落とすべきではない

!! 50周年 時代の新たな1歩として分かりやすいことが大切

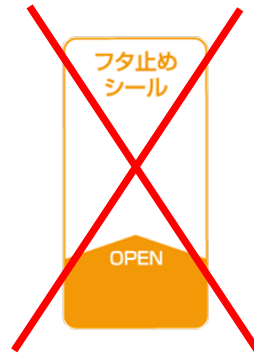
→分かりやすい変化で話題化を狙う

!!! ユーザーは環境配慮のために「我慢」してくれるのか？

→カップヌードルらしく「楽しみ」に転換することが必要

ふた止め力が強化されたフタの導入

少しでも止まりやすい
ダブルタブへ



ネコの絵を入れることで
食べる瞬間の癒しを

食べてニャー！

オレ
出現確立6%！



今までのふた



新形状



環境配慮→楽しみへ転換
6%出現率チベツトスナギツネを仕込む

カップヌードルにおけるマーケティング

1. 時代に適応したハード変更

- ・変えるべきところ
- ・変えてはいけないところ



見極めが重要
変えるときは慎重に、そして思い切る

2. ターゲットに合わせたブランド拡張

- ・ますます細分化するニーズを捉え、
全方位的に商品を配置する



ターゲットインサイトをしっかりと捉える
潜在的な意識まで追及をする

3. 買いたくなる、試したくなる仕掛け エンターテイメント 楽しさで話題作り



商品だけでなく、プロモーションでも
ものは動く やり切ることが重要



最も重要なのはカップヌードルらしさを忘れないこと
「らしさ = 個性」とは何かと徹底的に考える



カップヌードル全方位戦略 幅広いユーザー層に届く商品ラインナップ



コンセプト



おいしさ そのまま

高たんぱく&低糖質

カップヌードルプロ

たんぱく質 **15g** / 糖質 **50%** / 食物繊維 **1日分**

レタス6個分相当!



3月21日
新発売

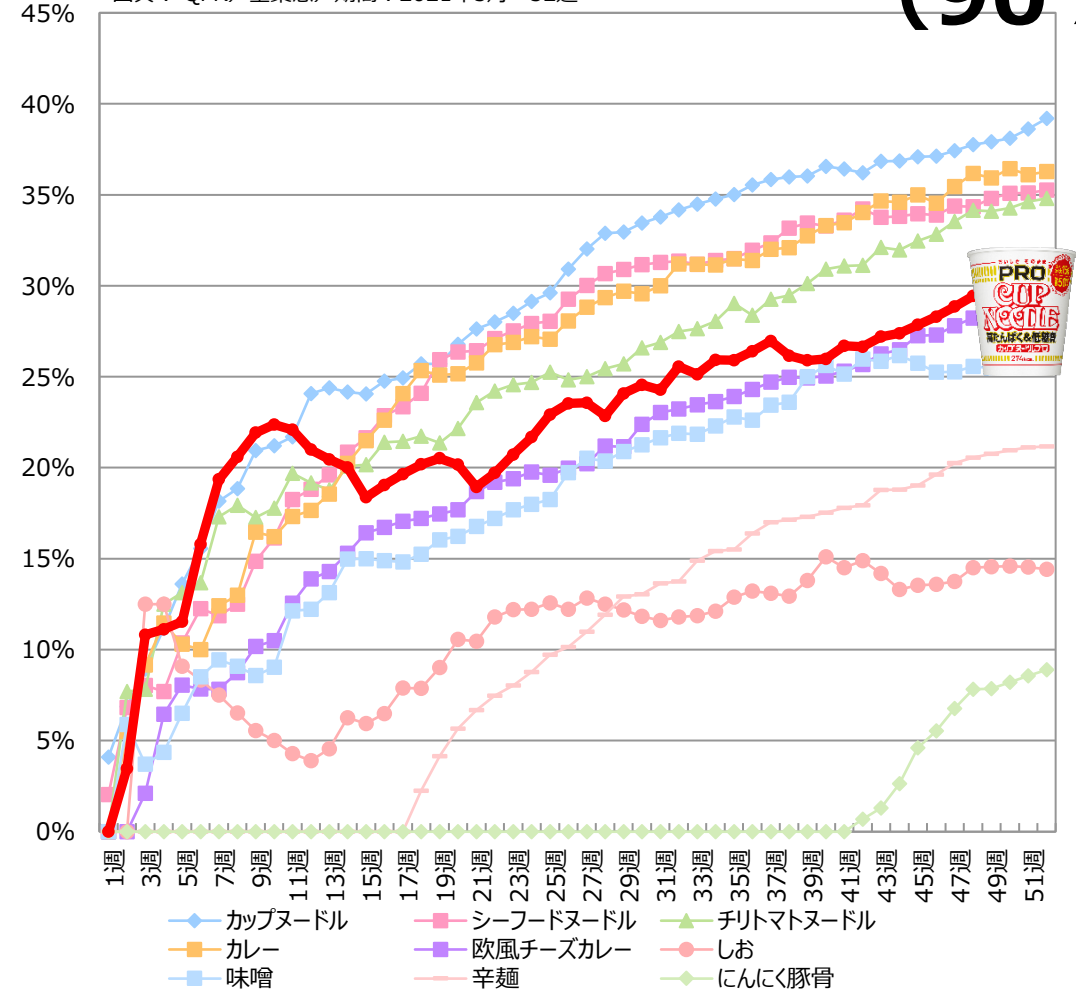
※1 カップヌードル/シーフードヌードル/チリトマトヌードル1食当たりに対して
※2 実際に商品にはレタスは入っておりません。レタス1個の重さを300gとし、日本食品成分表2020を元にレタス1個あたりの食物繊維量を算出しています。

PRO好調のポイント

「おいしさそのまま」が大ヒット！

(90%がポジティブ)

出典：QPR/全業態/期間：2021年5月～52週



だから

高いリピート率！

ファンがついてきている証拠です。
ECサイトでの指名買い・ケース買いが多いのが特長

カップヌードルにおけるマーケティング

1. 時代に適応したハード変更

- ・変えるべきところ
- ・変えてはいけないところ



見極めが重要
変えるときは慎重に、そして思い切る

2. ターゲットに合わせたブランド拡張

- ・ますます細分化するニーズを捉え、
全方位的に商品を配置する



ターゲットインサイトをしっかりと捉える
潜在的な意識まで追及をする

3. 買いたくなる、試したくなる仕掛け エンターテイメント 楽しさで話題作り



商品だけでなく、プロモーションでも
ものは動く やり切ることが重要



最も重要なのはカップヌードルらしさを忘れないこと
「らしさ = 個性」とは何かと徹底的に考える



おいしい、の その先へ。



スパ合体シリーズ2

去年話題になった
スーパー合体シリーズ
第2弾が登場!!

カップヌードルは **混ぜるとウマイ**



欧風チーズカレー & みそ

チーズカレー×味噌が
相性抜群!



シーフードヌードル & カップヌードル

いざ、禁断の
TOP2合体!



チリトマト & トムヤムクン

合体した2種の
辛味と酸味がクセになる!



辛麺 & にんにく豚骨

ガツンと! 旨辛にんにく豚骨!
社内人気 No.1!



50周年は、定番 8 フレーバー 推し

バースデー商品ももちろん・・・

8 フレーバー を 激推し !!!

効率的に 8 福神 の 露出 を 図れる コンセプト の 商品 を ...
話題 も 取れて ...

二番煎じ合体もウマイ理由



合体第1弾



28
パターン

4/28パターン→採用率14%

合体第2弾



45
パターン

4/45パターン→採用率9%

おいしい、の その先へ。



スープ合体シリーズ2

去年話題になった
スーパー合体シリーズ
第2弾が登場!!

カップヌードルは **混ぜるとウマイ**



欧風チズカレー & みそ
チーズカレー×味噌が
相性抜群!



シーフードヌードル & カップヌードル
いざ、禁断の
TOP2合体!



チリトマト & トムヤムクン
合体した2種の
辛味と酸味がクセになる!



辛麺 & にんにく豚骨
ガツンと! 旨辛にんにく豚骨!
社内人気 No.1!

食べれば食べるほどチャンス広がる!

カップヌードルクエスト

プレゼントキャンペーン

応募期間 2022.9.16 ~ 2023.1.31

抽選で
2500名様に
当たる!

豪華賞品
全18種

二次元バーコードから
簡単応募!



カップヌードル全体テーマ「選べる楽しさ」



豊富なラインナップ＝カップヌードルらしさ



キャンペーンの目的



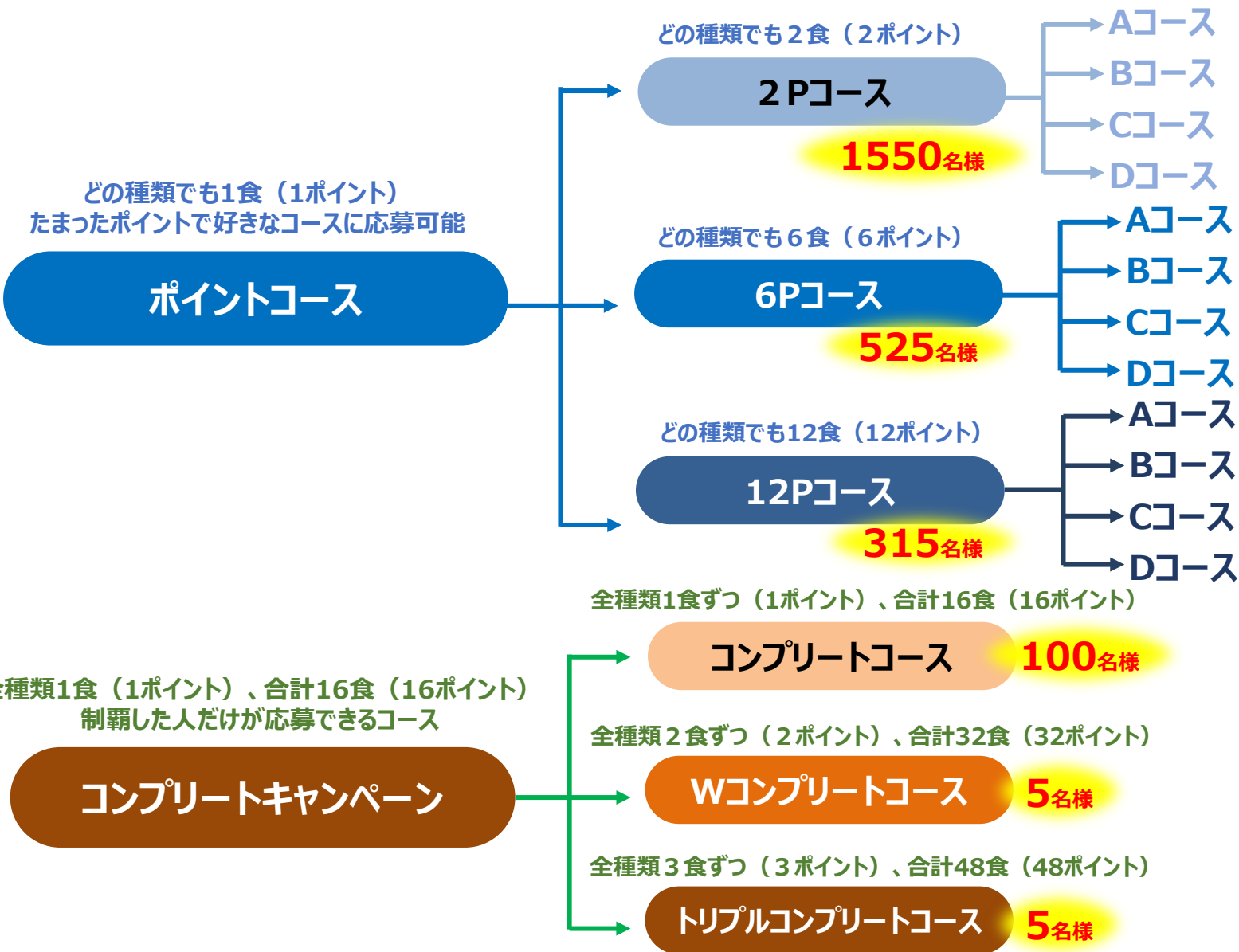
1. シリーズの全フレーバーを知ってもらう



2. たくさん買ってもらおう、食べてもらおう

複数購買を促進するため、全18コースを用意

TOTAL
2500名様に
抽選で当たる!!



コースの先でさらに
景品の選択が可能

商品も、賞品も、“選んで楽しい”

ここでしか手に入らない、ユニークな景品だらけ！



コンプリートキャンペーン賞品一覧

シングルコンプリート：
キャンペーン限定カップヌードル

100名様

京都の料亭「祇園さゝ木」監修。
高級食材を使ったぜいたくなキャンペーン限定フレーバー



祇園
さゝ木



Wコンプリート：
初音ミク ねんどろいど

5名様



ねんどろいど
NENDOROID-SERIES

初音ミク 誰もいないセカイ
カップヌードルコラボVer.(仮)

トリプルコンプリート：
テントサウナ

アツアツのカップヌードル型サウナで整い体験を！ 5名様



ポイントキャンペーン賞品一覧

<p>2P コース</p>	<p>① 謎肉1.5kg 200名様</p> 	<p>② リポートチケット 300名様</p> 	<p>③ カップヌードル四駆 500名様</p> 	<p>④ カップヌードル水筒 400名様</p> 	<p>⑤ 黒毛和牛400g 150名様</p> 
<p>6P コース</p>	<p>① カップヌードル麻雀牌 100名様</p> 	<p>② BEAMSコラボ ファッショングッズ 100名様</p> 	<p>③ 謎肉クッション 200名様</p> 	<p>④ 八村塁サイン入りボール 10名様</p> 	<p>⑤ キヤビア20g 115名様</p> 
<p>12PT コース</p>	<p>① カップヌードルゴルフバック 50名様</p> 	<p>② ZETA サイン入りユニフォーム 10名様</p> 	<p>③ ジャッカルコラボカップヌードルルアー 5名様</p> 	<p>④ オリジナルヘッドセット 200名様</p> 	<p>⑤ カップヌードルスケートボード (デッキ) 50名様</p> 

地球と人の未来のために、すぐやろう。

DO IT NOW!

**50周年は通過点、目指すは100年ブランド
あらゆることに対応、変化し、守るべきことは守り抜く。**

**ただのカップラーメン（食事）としての枠を超え
消費者を驚かせ、楽しませる。
ブランドとしてなくてはならない存在を目指します。**





ご清聴ありがとうございました。