



エスコック

2014年11月26日

ACECOOK NEWS RELEASE

大盛りカップめんのパイオニアがさらなる食べごたえを追求しリニューアル！
独自開発した“カドメン”で商品をさらに進化させ市場を牽引
スーパーカップ1.5倍 シリーズ 売上好調！！
～リニューアル後1ヶ月で前年比150%増！3ヶ月連続前年比超えを記録～

平素は、格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

エスコック株式会社(本社:大阪府吹田市 社長:村岡寛)では、大型カップめんのパイオニアである「スーパーカップ1.5倍シリーズ」を2014年8月25日にさらなる食べごたえを追求し、リニューアル発売いたしました。本年は、消費税増税の影響が懸念されておりましたが、リニューアル発売後、8月～10月の3ヵ月間の売上が前年を上回り、特に発売月の8月単月で150%以上を記録するなど、好調な売上に推移いたしましたのでご報告いたします。

【商品名】

スーパーカップ1.5倍
しょうゆラーメン/みそラーメン/とんこつラーメン/ちゃんぽん



大盛りカップめんのパイオニアであるスーパーカップは、発売以来ターゲットである若者を意識し、量だけでなく味わいでも満足感を得ることができる、食べごたえのあるカップめんを追求しております。一口食べたただけでクセになるスープへと進化させた昨年に引き続き、今年はさらなる食べごたえを感じられるよう、独自配合によるもちもちとした弾力と厚みのあるめん、角の立った食感を加えることで「口の中で踊るような新食感」を味わうことができる「カドメン」を開発し、中身の質をさらに高めました。

今回の「スーパーカップ」のリニューアルは、今までにない食感を実現した「カドメン」をニュースに、ターゲットである10-20代若者から絶大な支持を得ている三代目 J Soul Brothers from EXILE TRIBE のボーカリストとしても大人気の登坂広臣さんを新CMに起用いたしました。

その結果、リニューアル月で前年比150%以上の売上が記録、その後も前年比を上回るペースで推移しております。また、2014年1～8月のカップめんブランド別ランキング※において、スーパーカップブランドは前年比約110%増と競合品を上回る好調な進捗で推移しております。

エスコックでは、今後もその時々のお客様のニーズにお応えした商品を提案してまいります。

※自社調べ

【カドメンとは？】

独自配合によるもちもちとした弾力と厚みのあるめんには、角の立った食感を加えることで“口の中で踊るような新食感”を味わうことができるのと同時に、スーパーカップ史上最強の「シゲキ的噛みごたえ」を体感していただくことができます。

【CM 詳細】

今回の「スーパーカップ」のリニューアルは、今までにない食感を実現した『カドメン』をニュースに、ターゲットである10-20代若者から絶大な支持を得ている三代目 J Soul Brothers from EXILE TRIBE のボーカリスト登坂広臣さんを起用し、『カドメン』の魅力を訴求。エッジが効いた弾力と食感の特徴を表現するために、廃墟を舞台に、彼の自然体でクールなカッコよさを全面に映し出しながら、今までのスーパーカップにはないエッジの効いた CM を目指しました。誕生以来、「若者を応援するカップめん」として培ってきたブランドイメージを、現代の若者へ、今の時代に合ったエールを登坂広臣さんが届けております。

《カドメン・眼差し篇》

大人に近づくにつれて、世の中の視線が気になったりして、子どもの頃のようにまっすぐ生きていけない。そんな心の葛藤を持つ、10～20代に向けて、登坂広臣さんがエールをおくります。

舞台は、強さと弱さが入り混じった、心の葛藤を表す廃墟ビル。まっすぐに伸びる通路を何かを見据えてまっすぐに歩く登坂広臣さんを映し出し、ターゲットが共感するメッセージを伝えるストーリーで新しく生まれ変わったスーパーカップ『カドメン』の魅力と、若者を応援するスーパーカップのイメージを訴求します。

放送開始 : 2014年8月24日(日)
放送エリア : 全国
CMタイプ : カドメン・眼差し篇