ロングセラー商品に学ぶ、ビジネスの勘所（第30回）

おいし過ぎないおいしさをめざす「サッポロ一番」

2021.05.24



「『サッポロ一番』は何味が好き？」。雑談にこんな話題が出たりするほどおなじみなのが、サンヨー食品の「サッポロ一番」です。第1弾「サッポロ一番
しょうゆ味」が発売されたのは1966年。50年以上にわたって愛され続けている、即席麺のロングセラーです。

1953年、酒類販売業を営んでいた井田文夫と長男の毅が、事業の多角化のため群馬県前橋市に「富士製麺株式会社」を設立したのが、サンヨー食品の歩みの始まりです。富士製麺の麺は品質が高いと評判になりましたが、乾麺の世界は少量生産だったため、毅は事業拡大のきっかけを模索していました。

そんな折、毅はお湯をかけるだけで食べられる即席麺が関西でブームになっていると聞きつけます。サンシー殖産（現・日清食品ホールディングス）の「チキンラーメン」です。即席麺に将来の可能性を見いだした毅は1961年、社名を「サンヨー食品株式会社」に改め、即席麺の製造を本格的に開始します。

1963年に発売した「ピヨピヨラーメン」は会社として初めて打ったテレビCMの影響もあり認知度が一気に高まりました。翌年には「長崎タンメン」を発売します。即席麺といえばしょうゆ味一色だったところ、塩味の「長崎タンメン」は新鮮に受け止められ、生産が間に合わないほどの売れ行きでした。

小売店の棚からすぐなくなり「幻のラーメン」とまでいわれた「長崎タンメン」を見て他社も追随し、塩味の即席麺が大量に出回るようになりました。中には名前もパッケージも「長崎タンメン」とほとんど同じようなものがあり、訴訟を起こさざるを得ないほどでした。

「長崎タンメン」はあまりにも多くの類似品が出回ったため、他社がまねできないオリジナルのブランドを育てる必要性を毅は痛感します。そこで頭に浮かんだのが、札幌出張の度に口にしていたしょうゆラーメンでした。おいしくて現地の若者にも人気がある札幌のしょうゆラーメンの味を即席麺にしたら、ヒットするのではないか──。こう考えた毅は、すぐさま開発にとりかかりました。

他社のしょうゆ味の即席麺と差異化を図るため、毅は徹底的に味にこだわりました。スープは鶏ガラをベースとし、ニンニク、ショウガなどの香味野菜を加えました。さらにコショウをベースとしたトッピング用スパイスの小袋を添えます。当時の即席麺のパッケージは湿気を吸って麺の品質が落ちるものもありましたが、味が劣化しないようにパッケージのフィルムも厳選しました。

こうして1966年に発売した「サッポロ一番 しょうゆ味」はヒットを記録し、小売店から注文が殺到します。

ブランドを確立した、しょうゆに続く新しい味… 続きを読む