

2020年7月7日

～「クノール® カップスープ」全26品種をリニューアル～ 生まれ変わった「クノール® カップスープ」で ココロとカラダの健康に貢献！

2020年8月下旬より全国で順次販売開始

味の素株式会社（社長：西井孝明 本社：東京都中央区）は、「クノール® カップスープ」全26品種を全面リニューアルし、2020年8月下旬より全国で順次販売開始します。圧倒的シェアNo.1※¹を誇る「クノール® カップスープ」が、2016年以来4年ぶりとなる今回の全面リニューアルによってさらなる向上を図り、こだわり抜いた素材と製法によって生み出された【栄養価値】と、ほっとするひとときや安らぎといった【ココロの充足感】をお届けします。主なリニューアルポイントは下記2点です。

1. おいしさNo.1を目指し、独自原料を最大活用して品質アップ

- (1)原料(トマト・かぼちゃ等)の増量による素材感の向上
- (2)当社独自原料によるミルクの濃厚感の向上
- (3)<コーンクリーム> (3袋入)北海道指定農場栽培スーパースイートコーン100%
使用へリニューアル※²

※¹ 当社調べ※² <コーンクリーム> 8袋入、16袋入、30袋入については北海道およびアメリカの当社指定農場栽培のスーパースイートコーン100%使用

2. “おいしさ”を伝えるパッケージデザインへの全面リニューアル



<コーンクリーム>
3袋入

また、リニューアルについての認知拡大を図るため、下記の通り広告および消費者キャンペーンを実施します。

- “とろ～り、栄養、いただきます。”を新キャッチコピーとして、TVCM・デジタル広告を一新、CMキャラクターには引き続き永野芽郁さんを起用

【新広告キャッチコピー、対象品種】

とろ～り、栄養、いただきます。

【CMキャラクター】



<永野芽郁さん>



<コーンクリーム>



<ほうれん草のポタージュ>

- <コーンクリーム> に使用している北海道指定農場栽培のスーパースイートコーンを3,000名(予定)にプレゼントする消費者キャンペーン実施



<北海道当社指定農場>

朝は1日の中で最も体温が低い状態、温かい朝食をしっかりと摂り、体温を上げる事が大切だということがわかっています。また直近では、新型コロナウイルス感染拡大防止に伴い、生活者の価値観が大きく変化し、これまで以上に自身や家族のカラダを気遣うようになったという人が増えています(当社調べ)。

いろいろな素材がたっぷりと溶け込んでいて栄養が摂れることに加え、とろみがあって冷めにくく、カラダが温まる「クノール® カップスープ」によって、おいしさや栄養価値、安らぎをお届けすることで、生活者の日々のココロとカラダの健康に貢献していきます。

2020年度の「クノール® カップスープ」の売上目標は、合計で約260億円(消費者購入ベース)です。

1. 製品概要:

(1)製品名:「クノール® カップスープ」

(2)リニューアルポイント:

- ・スープのベースのうま味や素材の風味を引き出す新規独自開発の原料を使用し、配合を変更するとともに、煮込まれたあらかし食感のあるトマト原料の使用や産地・甘みを徹底管理したパンプキンパウダーの増量等により素材感の向上を図りました。また、ミルクの濃厚感を向上させました。
- ・各品種が持つ個別価値が、より見やすく伝わりやすいパッケージデザインにリニューアルしました。



(3)価格: オープン価格

(4)賞味期間: 13カ月~15カ月(常温未開封)

(5)賞味期限: 年月表示

2. 発売日: 2020年8月下旬以降(自然切替)

3. 発売地域: 全国

4. 販促計画:

(1)“とろ〜り、栄養、いただきます。”を新キャッチコピーとして、TVCM・デジタル広告を一新

“とろ〜り、栄養、いただきます。”を新キャッチコピーとした永野芽郁さん出演の新TVCM(対象品種: <コーンクリーム> <ほうれん草>)を、2020年10月より放映します(スポット・番組広告計: 約5,700GRP)。

また、20代を中心とした若年層や既存ユーザーなど、各ターゲットへ最適なデジタル媒体を通じて、一人ひとりの好みや気分に合わせて選べる楽しさも同時に伝えていきます。

(2)北海道産【採れたて! フレッシュスーパースイートコーンプレゼントキャンペーン】実施

2020年8月上旬~9月上旬の期間、「クノール® カップスープ」に使用している北海道指定農場栽培の、収穫したてのスーパースイートコーンを3,000名様(予定)にプレゼントします。本施策を通じて、お客様とのつながりを強めると共に、「クノール® カップスープ」の素材へのこだわりを実感していただきます。

お客様向けお問い合わせ先: フリーダイヤル 0120-40-5656

味の素グループは、“アミノ酸のはたらき”で食習慣や高齢化に伴う課題を解決し、人々のウェルネスを共創する、食と健康の課題解決企業を目指しています。

私たちは、“Eat Well, Live Well.”をコーポレートメッセージに、アミノ酸が持つ可能性を科学的に追求し、事業を通じて地域や社会とともに新しい価値を創出することで、さらなる成長を実現してまいります。

味の素グループの2019年度の売上高は1兆1,000億円。世界35の国・地域を拠点に置き、商品を販売している国・地域は130以上にのびます(2020年現在)。詳しくは、www.ajinomoto.co.jpをご覧ください。

本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先: Pr_media