

スナック史上“最辛”を追求し続ける「激辛マニア」から新フレーバー誕生
『激辛マニア 赤赤とうがらし味』6月6日(月)より発売開始
 ～製造可能なギリギリのラインまで辛味成分を配合～

2022年3月に発表した新戦略「バリュエティスナック」を軸にスナック菓子を製造・販売するジャパンフリトレ株式会社（カルビーグループ、本社：茨城県古河市、代表取締役社長：松田 光弘）は、純粋な赤唐辛子の辛さを極限まで追求したコーンスナック『激辛マニア 赤赤とうがらし味』を、2022年6月6日（月）より全国のコンビニエンスストアにて先行発売します。なお、全国の量販店・スーパーなどのお菓子売り場では、2022年7月4日（月）より発売します。



「激辛マニア」シリーズは、2006年初代『激辛マニア 赤とうがらし味』の期間限定発売以来、突き抜けた猛烈な辛さにより、熱狂的なファンの皆さまからのリクエストが絶えない商品です。

その後、常に最強の辛さを楽しんでいただくため、製造できる限界の辛さを追い求めて商品を開発し、ハバネロ種の約3倍*のカプサイシンを含む唐辛子「辛富士」を使用した『激辛マニア 禁断の唐辛子味』や、唐辛子・花椒・胡椒の3つの異なる辛さが特徴の『激辛マニア 辛味の三連獄』などの商品を発売し、好評を博しました。

その一方で、製造現場では、あまりの辛さによる目やのどへの刺激に対応するため、防塵ゴーグル・マスクを備えるなど、完全防備体制をとってきました。しかし、一部の激辛ファンからは「発売当初の激辛マニアの方が辛かった」「初代の激辛マニアを再販して欲しい」という声をいただく事もありました。

そういったお客様からの声にこたえるため、このたび、初代激辛マニアの味を再現した『激辛マニア 赤赤とうがらし味』を発売します。今とは生地や食感が異なる初代「赤とうがらし味」から、現在の生地に合わせて味の設計を見直し、製造可能なギリギリのラインまで辛味成分を配合することで、“これぞ激辛マニア”といえる圧倒的な辛さに仕上げる事ができました。激辛好き以外には連食不可能な、挑戦状とも言える渾身の一品となっています。

※分析：自社調べ



初代『激辛マニア 赤とうがらし味』
 パッケージデザイン

■『激辛マニア 赤赤とうがらし味』

【商品特徴】

- ① 人気を博した「初代激辛マニア」の味をベースに再設計した、激辛ファン待望の「これぞ激辛マニア」の味わい。
- ② 強烈な辛味としっかりとした肉の旨味で、やみつきに。
- ③ 「初代激辛マニア」にも使用していた、赤唐辛子の粉文字をデザインに使用。衝撃的な辛さを表現したパッケージ。



【商品規格】商品名：『激辛マニア 赤赤とうがらし味』

内容量（エネルギー）	希望小売価格	発売日	販売エリア
50g（1袋当たり283kcal）	オープン価格	CVS先行発売：2022年6月6日（月） 全国発売：2022年7月4日（月）	全国

■マニアシリーズについて

商品名の通り“マニアのための衝撃的な味わい”が特徴のシリーズ。2006年の期間限定発売以来、SNS上での再販リクエストが絶えず2021年6月に代表商品『激辛マニア 禁断の唐辛子味』が再登場しました。

その後、鼻に抜ける強烈なわさび味の『激辛マニア 禁断のわさび味』など、マニアの方へ向けた強烈なフレーバーが登場しています。さらに、2022年3月には“絶叫スナック”にパワーアップし、唐辛子・花椒・胡椒による『激辛マニア 辛味の三煉獄』を発売しました。



■Valuetty snack(バリュエティスナック)について

「バリュー(価値)」+「バラエティ」を組み合わせせた、ジャパンフリトレーが掲げる新戦略です。ライフスタイルの変化とともに食生活が多様化する中、ジャパンフリトレーはお客様の価値観に寄り添い、スナック菓자에新たな価値をプラスした「the snack」「snack food」「fine snack」の3つをテーマとして、ひとつ上のわくわくを提供します。



【激辛マニア 赤赤とうがらし味 開発裏話】

■初代激辛マニア「赤とうがらし味」超えを目指した渾身の激辛フレーバー

初代激辛マニアとして発売した『激辛マニア 赤とうがらし味』は、リング状のコーンスナックとして登場し、その衝撃的な辛さとクセになる味わいで、多くの激辛ファンから好評をいただきました。

その後、激辛マニアシリーズは現在の形状へと姿を変え様々なフレーバーが登場。ファンの期待に応えるため、更なる激辛フレーバーを開発してきました。

一方で、いまだに「初代激辛マニアの方が辛かった」や「初代の激辛マニアを再販して欲しい」といった声を頂く事があります。この事実はお客様からの期待に応えられない申し訳なさと共に、「これだけ辛さにこだわっているのに、どうして昔を超える事ができないのか。」という悔しい思いが膨らみました。

初代激辛マニアの辛さが好きだった方にも満足していただきたいという強い思いから、初代激辛マニアのレシピをベースにしつつ、今の生地に合わせて調整し、赤とうがらしの純粋な味わいを最大限に引き出した「これぞ激辛マニアの味わい」を完成させる事ができました。初代「赤とうがらし味」を再現するだけでなく、それを超えるという思いを込めて「“赤赤”とうがらし味」と名付けた、渾身の一品です。

■更なる激辛を目指して今回も苦難続きの製造現場、激辛マニアを食べ続ける業務がある！？

激辛マニアの製造現場では、あまりの辛さ成分の強さから、防塵マスク・ゴーグルを完備のうえ製造をしていますが、同じ工場内でも、激辛マニアによって最も大変な思いをする事になった業務の一つが「品質検査部門」です。品質検査は、生産された商品を実際に食べて品質を確認する業務を行っています。そのため、担当者は激辛マニアの製造が入るたびに、試食を続ける必要があります。製造現場のように、マスクによって辛味成分を防ぐのではなく、しっかりと味わう必要がある事に加え、品質検査担当者は繊細な味覚が求められるため、非常に過酷な業務となってしまいました。しかし、お客様に安心、安全に激辛を楽しんでいただくために、日々奮闘しております。

■本商品の担当者

ジャパンフリトレー株式会社 マーケティング本部 マーケティング部 ブランド課 藤本 征児