ロングセラー商品に学ぶ、ビジネスの勘所（第12回）

世界的ベストセラー「カップヌードル」が芽吹いた日

2019.11.19



お湯を注げば3分で食べられる「カップヌードル」。残業時の腹ごしらえなどに利用しているビジネスパーソンもいるかもしれません。日清食品のカップヌードルは1971年に発売を開始し、2016年には世界累計販売食数が400億食を突破。世界中で売れ続けている商品です。

カップヌードル開発のきっかけは、当時、同社の看板商品だった「チキンラーメン」の海外展開でした。

繊維業を手がけるなど戦前から事業家としての資質を見せていた安藤百福（あんどう・ももふく）は、終戦後、闇市のラーメン店に人々が長い行列ができるのを見ます。そこで、家庭ですぐに食べられるラーメンの開発を決意。早朝から深夜まで自宅裏庭の小屋にこもって研究を続け、「天ぷら」の原理を応用して即席麺の製造に成功。1958年、世界初のインスタントラーメン、チキンラーメンを発売しました。

「お湯をかけて2分でできるラーメン」をキャッチフレーズにしたチキンラーメンは、その便利さとおいしさで大ヒット商品になります。そして1966年、チキンラーメンを世界に広めようと考えた安藤は、アメリカへ視察旅行に出掛けました。

ロサンゼルスのスーパーを訪れたときのこと。担当者にチキンラーメンを紹介すると、彼らはラーメンを小さく割り、紙コップに入れました。そしてお湯を注ぎ、紙コップを手で持って、フォークで食べはじめました。

この光景を見て、安藤は驚きました。日本では、ラーメンは丼で食べるのが常識です。チキンラーメンも、日本では丼に入れて、箸で食べられていました。しかし、ラーメン文化がないアメリカにはそうした常識はありません。そもそも、アメリカには丼が存在しません。

またアメリカでは、ハンバーガーなどを手で持って歩きながら食べている光景も見かけました。インスタント麺を世界展開するには、丼と箸で食べるという日本の食習慣にとらわれていてはいけない……。ここから、カップを手で持ちながら食べられる、新しい形のインスタント麺の開発が始まります。

試行錯誤を経て、世界に通用するロングセラーに… 続きを読む