

2022年3月1日

冷凍麺がお手軽・本格派で昼食の新たな救世主！？

『ランチで楽しんでご麺なさい』企画を実施

株式会社日本アクセス（所在地：東京都品川区、代表取締役社長：佐々木淳一）は、2022年3月1日より冷凍麺販促企画『ランチで楽しんでご麺なさい』を実施いたします。

<企画趣旨>

コロナ禍で注目されている冷凍食品の中で、主力のカテゴリーである冷凍麺。本キャンペーンにより、より多くの方々に冷凍麺のおいしさやバラエティーの豊富さ、利便性、特性を知っていただきます。また冷凍食品の価格改定が相次いでいる中、本企画を通じて来店機会の創出や買い上げ点数UPなど消費を促し、冷凍麺市場のさらなる伸長を図ります。

<本企画3つのポイント> 昼食・簡便訴求を強くアピール

1. 素材として、調理品として、救世主食材として冷凍麺の利便性をアピール
2. ランチの冷凍麺需要が伸びる市場へさらなるアプローチ
3. 麺の“お気に入り”を増やすきっかけの提供

冷凍麺は直近一年間の市販冷食の構成比において約 1/4 を占めており、前年のコロナ特需がありながらも前年比を超えました。(*1)そんな冷凍麺の喫食動機として、「手間がかからない」「さっとすませられる」「メニュー数が少なくてすむ」と簡便性が多数。また、家庭での喫食（全体）の伸長が鈍化している一方、昼食需要は2年連続で伸長。コロナ禍を背景に、昼食需要が拡大・定着していると考えられます。(*2)

これらの理由からランチ訴求に特化し、『ラクしたいから、簡単だから、楽の先には、冷凍麺』をコンセプトに本企画を押し進めていきます。

*1：対象期間 2020年10月～2021年9月。 *2：いずれも当社調べ。

<企画内容> 『ランチで楽しんでご麺なさい』

企画名は、ランチ訴求、簡便訴求をアピールするため『ランチで楽しんでご麺なさい』。
興味、立ち寄り率、購買数を恣意的に上げるため消費者を対象にしたキャンペーンを実施します。
一口 350 円（税抜）からの応募金額を設定。キャンペーンをモチベーションとした「あと一点」
の購入を後押しします。また特設サイトでは各協賛メーカー商品の「〇〇でご麺なさい」を掲載。
WEB からでも連動して冷凍麺の魅力をお届けます。



<『買って当てよう・もっと当てよう』キャンペーン概要>

- ・対象商品 : 協賛メーカー 9 社の市販用冷凍麺
- ・応募期間 : 2022 年 3 月 1 日 (火) ~ 3 月 31 日 (木)

【応募方法】

対象商品を 2 個以上同時購入かつ合計金額 350 円（税抜）以上のレシートで応募

- ・WEB : 対象レシート画像をキャンペーンサイトの応募フォームよりアップロード
- ・ハガキ : 対象レシートをキャンペーン専用応募ハガキに貼付し、郵送

【賞品】

- 1 口応募 : 抽選で 500 名様に 1,000 円（選べる電子マネーG・Point ギフト）※
 - 3 口応募 : 抽選で 10 名様に 5,000 円（選べる電子マネーG・Point ギフト）※
- 条件達成で 3 口応募に自動エントリー
※約 120 種類のポイントに交換ができる、G・Point ギフトを予定

<NEW Twitter (ツイッター) フォロー&リツイートキャンペーン概要>

- ・期間 : 2022 年 3 月 1 日 (火) ~ 3 月 31 日 (木)
- ・応募方法 : 日本アクセス公式 Twitter を①フォロー②リツイート
(https://twitter.com/access_foods)
- ・賞品 : 抽選で 3 名様に『ストウブ ダイニングライン オーバルプレート 25cm』ペアセット

<NEW キャンペーン特設サイト>

協賛メーカー商品のこだわりや特徴を、消費者に向けて発信するメインコンテンツ。キャンペーンタイトルの「ご麺なさい」にひっかけ、「うつわ要らずでご麺なさい」「簡単すぎてご麺なさい」など、生活者に嬉しい“ご麺なさいポイント”を商品ごとに紹介します。

▼特設サイト URL

<https://promotion.nippon-access.co.jp/frozen/frozennoodle/2022/>

<販促ツール一例>



▲トップボード (W750×H250)

A 3 ポスター▶



<協賛メーカー9社 (50音順)>

イトアンドフーズ、テーブルマーク、東洋水産、ニチレイフーズ、日清食品冷凍、日清製粉ウェルナ、ニッポン、日本水産、マルハニチロ



おいしいの その先へ。



日清製粉



MARUHA NICHIRO
海といのちの未来をつくる

以上