

# 湖池屋新聞

第30号

2022年7月25日(月)

編集長兼カラムーチョ担当の

小林です！**埼玉・久喜にある全**

**国唯一の湖池屋アンテナショッ**

**プ**「別邸湖池屋」発、社員の声が

聴けるオリジナル新聞です。

なんにもしたくないとき

て、ありますよね。人としやべ

りたいとも思わず、テレビ

もスマホも見る気にならず、

本も漫画も手に取らず、かとい

眠いわけでもなく、とにかくだ

ぼーとして、無我の境地のよう

な時間。あれ、実はまんざら無

駄な時間ではないらしい

です。ぼーとしていても脳は完

全にス

トップしているわけではなく、

むしろ集中

しているときは違った働き方

をしていて、それが案外自由な

ひらめきの源泉にな

るんだとか。知り合いの漫画

家も言っていました

が、一番しんどいのはカリカリ

と絵

を描いている時間よりも、ス

トーリーを構

想している時間で、傍目には

ホントに「腕

を組んでぼーとしていて

湖池屋新聞 編集長 小林 重文  
(株)湖池屋 マーケティング部  
カラムーチョ担当



## 新商品

7月25日(月)

※全国スーパーマーケット等 発売日

## すっぱチルムーチョ マリンライム

### チルのしかたは十人十色!?

**小林** 「チルムーチョ」という攻めたネーミングですが、たしか意外とマジメに考えたんですね。

**矢野** すっぱムーチョを今時の若い人にもっと食べてもらうには、というのがもともとの課題でした。たまたま自社調査を紐解いていたら、「休日のリラックスタイムにすっぱムーチョを食べる」とい

「チルアウト」って言葉ご存知ですか？ 元々はアメリカのヒッピーたちのスラングで「冷静になる」「落ち着く」みたいな意味だったのが、ダウン

系の音楽ジャンルにも使われ、最近では日本の若者たちも「カフェでチルってるなう」とか普通に使用したりするようです（セリフは適当です）。「映え」や「盛り」を追求してSNSで友人とつながるのも楽しいけれど、やっぱり疲れてしまう。その反動で、一人でもたり過ぎる内省的な「癒しの時間」を求める人が増えているのかもしれない。まあ難しいことはともかく、「チル」という言葉の響きからして、なんか涼しそうでいいですね。そんな「癒しの時間を求める若者たち」にお届けする、**新感覚「癒し**の甘すっぱ体験」が味わえる「すっぱチルムーチョ」。ライムの爽やかな味わいに、ハーブの穏やかでく



げる香りをブレンド。あまり聞いたことない味かもしれませんが、すっぱ過ぎないライムの柑橘感が心地よく、香りもおだやかで、ほんとに心が落ち着くような一品に仕上がっています。アイデアの発案者である、ムーチョチームの元後輩の矢野さんと、思い出を語り合ってみました！

う人がすごく増えていて、なぜだろう、という話題になって。コロナ禍でストレスが溜まっている中、アクティブなストレス発散だけではなく、家でぼーっとしながら気持ちを癒したい、というニーズがひそかに増えてきたのでは、と考えたんですね。その仮説が、たまたま若者のトレンドワードである「チル」と結びつき、アイデアにつながりました。

**小林** ちょうど「チル」を売りにしたエナジードリンクなんかも発売されて、矢野くんもめちゃめちゃ飲んでたような。

**矢野** 小林さんもハマってたじゃないですか(笑)。とにかくそうやって、いろいろ世の中の「チル」を探りつつ開発につなげていったのですが、イメージが人によってまちまちで、方向性には悩みました。「東南アジアのビーチで食べるエスニック料理のイメージ」もあれば、「真夜中の街のネオンサインのイメージ」もあれば、「ヒップホップなどのストリートカルチャー」の文脈を連想する人もいたり……最終的には、酸味のきつすぎない穏やかな甘すっぱさで、しかもしっかりおいしいライム味に仕上がりましたし、パッケージもすごく気に入っています。

**小林** デザインを依頼するときの資料を今見返しているけど、キーワードが「Z世代の女子が夜に一人部屋の中でチルアウトミュージックを聴いている感じ、異世界、没入感、トリップ」……ですって。

**矢野** かなり攻めましたね(笑)。いい意味で、他のポテトチップスでは真似できない「尖った」デザインになったんじゃないでしょうか。

**小林** 矢野くんは自分にとってお気に入りの「チルい」時間はありますか？  
**矢野** 最近、観葉植物を眺めるのにハマっています。アボカドの種を水に付けておくと芽が出てきて小さな木に育つんですけど、その成長を毎日、ぼーっと眺めていますね……あとトカゲも飼っているので、それもぼーっと眺めたり……。

**小林** なかなかディープなチルですね……。

流行り言葉に乗っかるだけじゃなく、その深層心理を解きほぐしながら商品作りをするのは、大変ですが楽しいものです。アボカドとトカゲじゃなくてもいいですが(笑)、皆さんそれぞれお気に入りの「チルい」ひとときの演出に、「すっぱチルムーチョ」を加えてみてはいかが？



(株)湖池屋 マーケティング部  
矢野 匠