

2009年8月25日

ミルクココア発売 90 周年 ココアはやっぱりモリナガ

～テレビCMに郷ひろみさんを起用～

森永製菓株式会社（東京都港区芝 社長・矢田雅之）は、1919（大正8）年、日本で初めての飲用ココア「森永ミルクココア」を発売しました。以来、森永ミルクココアは長年にわたり愛され続け、つねにNo.1ココアとして市場をリードしてきました。そしてこのたび発売90周年を迎えるにあたり、その90年間培われてきた伝統の味を守りながらも、さらに深くまるやかな味わいに品質を改良しました。

また、記念すべき90周年のテレビCMには、ミルクココアのターゲット世代にとってトップスターであり続ける郷ひろみさんを起用し、森永ミルクココアの魅力を存分に伝えていきます。森永ミルクココアは100周年に向け、今までもこれからも進化し続けていきます。



【商品特長】

- ・ 伝統の森永ミルクココアの味を守りつつ、さらにミルクの深い味わいを実現し、一層まるやかに became.
- ・ お湯で飲めば、コクのあるスタンダードなココア
- ・ 牛乳で飲めば、さらに濃厚でリッチな味わいのココア
- ・ ココアの自然な香りと飲み終わった後味までも楽しめます。
- ・ パッケージには90周年マークを加刷し、消費者へアピール。
- ・ 08年、09年と2年連続モンドセレクション金賞を受賞した“世界に認められた味”です。

モンドセレクションとは・・・

1961年にベルギー政府とECが共同して食品の品質評価会として発足、世界各地から選りすぐられた品質の製品を広く募り、その製品の品質や安全性を分析し表彰する世界的に権威のあるコンテストで、「食品のオリンピック」とも言われています。

【広告計画】

永遠のスター、郷ひろみさんをCMに起用。
エネルギーに歌い踊る、という圧倒的なステージパフォーマンスで、「みんなが大好き=みんなのNo.1ココア」を強烈に、そして圧倒的に訴求します。



【商品概要】

商品名	ミルクココア
種類別名称	調整ココア
内容量	300g
参考小売価格	546円(税込)
発売日	2009年8月25日(火)
発売地区	全国
ターゲット	未就学児童、小学生とその親
食シーン	ホッとひと息ついて、リラックスしたい時に、お子様のおやつと共に
JANコード	4902888543739

家族形態・シーンに合わせて



ミルクココア
大人の贅沢仕立て

ミルクココア
120g

ミルクココア
(2カップ入)

ミルクココア
(7袋入)

ミルクココア
カカオ2倍
(7袋入)

ミルクココア
カロリー35
(7袋入)

ミルクココア
ドリンク

【ご参考】

日本のココアの歴史は森永ココアの歴史

欧米で昔から飲まれてきた栄養豊富なココアを日本に広めたい、高級品で手の出なかったココアを日本人にも飲んでもらいたい。そんな願いをこめて1919(大正8)年、当社は国産初のミルクココアを発売しました。しかし発売当時、ココアは、なじみがない時代だったためなかなか受け入れてもらえませんでした。当時はなんとか栄養豊富でおいしい飲み物として広めようと、いろいろな広告・パブリシティ活動を積極的に展開して、マーケットを育成していきました。

ココアが一般的な飲み物として定着した後も、様々な飲み方やレシピの提案、広告やマスコットにマンガを使用することによる子供市場の拡大、受験用飲料としての訴求、一家団欒やリラックス効果の訴求、幅広い年代(大人の男性、ハイティーン、若い女性向けなど)を意識した数々の新製品の発売など、市場拡大に向けて様々な取り組みをしてきました。ココアのパイオニアメーカーである当社は他社の追従を許さず、不動のトップシェアを保っています。

ココア市場動向 (小売ベース 当社調べ)

