

2010年1月吉日

バレンタインの新定番 「逆チョコ」 『逆ダース』『逆小枝』発売！！

森永製菓株式会社(東京都港区芝、社長・矢田雅之)は、バレンタインの新トレンド“逆チョコ”(男性から女性へチョコレートを贈る)にちなんだ「逆ダース<ミルク>」・「逆小枝<ミルク>」2品を2010年バレンタインに向けて1月12日(火)より期間限定で発売いたします。

本商品は通常のデザインを反転させたユニークなパッケージになっています。また、今年は「逆ダース」の中身のチョコレート12粒すべてが逆デザインになった“HAPPYダース”が7箱に1箱の割合で登場します。

店頭では、通常品と並べて視覚に訴えることで“逆チョコ”への興味・関心を喚起し、“逆チョコ”を浸透させるとともに、バレンタインそのものを盛り上げます。



【商品特長】

通常のデザインを反転させた『逆』デザインに、「これ、逆チョコです。」のキャッチフレーズが書かれた、思わず手に取りたくなるユニークな“逆チョコ”パッケージ。中身の品質は、それぞれ通常品と同じです。

逆パッケージ



通常品



裏面に“HAPPY”ダース情報を掲載！



逆ダース<ミルク>

- ・ちょっと疲れたとき、上質な口どけが癒しをもたらしてくれる、粒タイプのチョコレート。
- ・生クリームをブレンドした豊かなミルク感となめらかな口どけが特長。
- ・7箱に1箱の割合で12粒のチョコレート全てが逆デザインになった“HAPPYダース”が存在します。

逆パッケージ



通常品



逆小枝<ミルク>

- ・チョコ・パフ・ナッツが作り出す独自の軽快な食感とハーモニーがリラックスした気分させてくれるコンビネーションチョコレート。

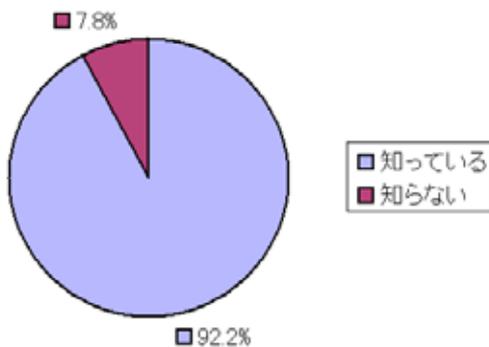
【逆チョコとは】

バレンタイン時期に、通常の“女性から男性”ではなく“男性から女性”へチョコレートを贈ることです。

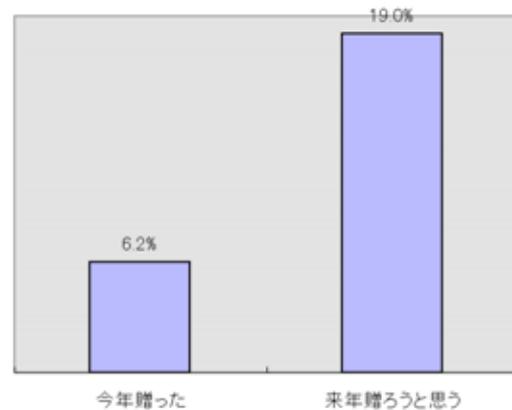
昨今、消費市場を見渡すと、男女の性別の垣根を超えた“ボーダレス消費” 美意識の高まりからコスメ商品が男性に売れたり、機能性重視から男性用シャンプーまでも女性に売れたり が注目されつつあります。そういった市場を背景に、生まれたバレンタインの新トレンド、それが“逆チョコ”です。

< 2009年バレンタインの直後の調査：一部抜粋 > (10～50代の男性 516人)

逆チョコ認知率



逆チョコの参加実態・参加意向



【店頭販促】

白田あさ美さんの男ゴコロくすぐるポスターで、店頭を盛り上げます。



【商品概要】

| | | |
|--------|--------------------|---------------|
| 商品名 | 逆ダース<ミルク> | 逆小枝<ミルク> |
| 種別名称 | チョコレート | |
| 発売日 | 2010年1月12日(火)～2月中旬 | |
| 発売地域 | 全国 | |
| 内容量 | 12粒 | 48本 |
| 参考小売価格 | 105円(税込) | 179円(税込) |
| ターゲット | トレンドに敏感な男性・女性 | |
| JANコード | 4902888115202 | 4902888115493 |