

2016年9月27日



森永チョコレート「小枝」45周年特別企画

小枝×ゴスペラーズ スペシャル Web ムービー9月27日公開！

抽選で45名様に「小枝<ミルク>」1ケースをプレゼントする「#小枝45」Instagram 投稿キャンペーン実施中

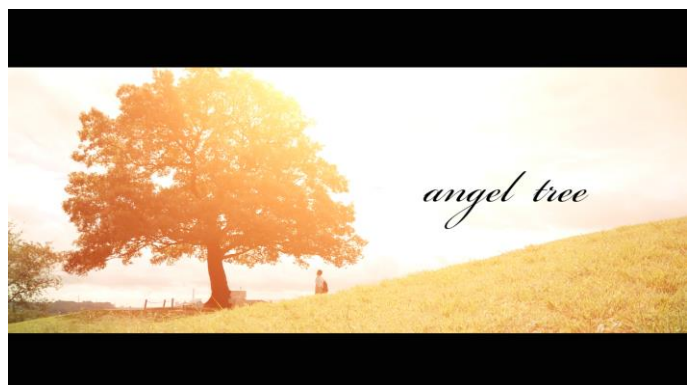
森永製菓株式会社（東京都港区芝 代表取締役社長・新井 徹）は、今年9月に「小枝」が発売から45周年を迎えるにあたり、特別企画としてゴスペラーズとのスペシャル Web ムービー『angel tree』を9月27日（火）より公開いたします。

「小枝」は“高原の小枝を大切に”のキャッチフレーズで1971年に発売以来、45年の長きにわたり、お客様にご愛顧いただけてまいりました。この度、45周年を記念し、ゴスペラーズのメンバーの村上てつやさんと黒沢 薫さんがともに45年（歳）を迎えることをきっかけに、今回このスペシャル Web ムービー企画が実現しました。

このスペシャル Web ムービーは、ゴスペラーズの歌う楽曲『angel tree』を背景に、45年前に「小枝」が誕生したいきさつや、現在の「小枝」にまで受け継がれた商品開発への情熱や精神を家族の絆とともにイメージとして表現したミュージックビデオ仕立てになっています。

合わせて、45周年を記念し、抽選で45名様に「小枝<ミルク>」1ケース（80個入り）をプレゼントする「#小枝45」Instagram 投稿キャンペーン実施中です。 ※尚、『angel tree』のリリースは未定です。

<http://www.morinaga.co.jp/koeda/gospellers/>



■45周年を迎える「小枝」

「小枝」が発売された1970年代は、高度経済成長期は終焉をむかえ、世の中は工業化の進む人間社会をもう一同見直そうという社会傾向が強くなり、自然回帰の考え方が芽生えてきた時代です。

こうした中“高原の小枝を大切に”のメッセージとともに、1971年「小枝」が誕生し、菓子の形状からヒントを得て「小枝」とネーミングしました。現在まで「小枝」は100種類以上の味バリエーションを展開し、親から子、孫へと受け継がれご愛顧いただく商品に成長いたしました。

■スペシャルWebムービー『angel tree』内容

ゴスペラーズの歌う楽曲『angel tree』を背景に、45年前に「小枝」が誕生したいきさつや、現在の「小枝」にまで受け継がれた商品開発への情熱や精神を家族の絆とともにイメージとして表現したミュージックビデオ仕立てのショートドラマです。ドラマにはゴスペラーズのメンバーの村上てつやさんと黒沢薫さんにも研究員として出演していただきました。また、ショートドラマの中には、ハウススタジオで歌うゴスペラーズのリップシンクシーンも出てきます。※Webムービーの内容はフィクションです。

◆場面写真



① チョコレートの試作中



④ ゴスペラーズのリップシンクシーン



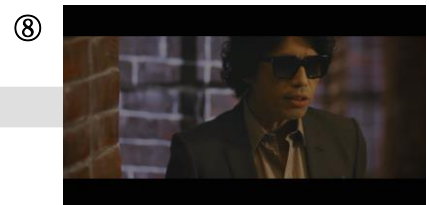
⑦ 現代に戻り、やる気を取り戻す。



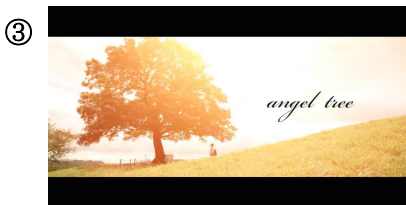
② 祖父を知る2人との会議



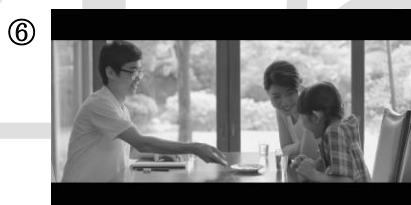
⑤ 過去にタイムスリップ



⑧ 村上てつやさん



③ タイトル



⑥ 一生懸命に取り組む祖父の姿を目にする。



⑨ 黒沢 薫さん

◆ゴスペラーズ 村上てつやさんと黒沢 薫さんからのコメント

* オファーを頂いた時の感想

村上さん：自分の45歳と“小枝”というメジャーな商品との45（周年）が一緒になるって、何だか、本当に申し訳ないなって思います(笑)。「オレ、世界で一番好きなチョコが小枝なんだよ。」ってレコーディングスタジオでちょうど話してた時にこの話しを頂いて、最高ですね。

* スペシャルムービーに関して

黒沢さん：今回のスペシャルムービーは歌のシーン以外に、お芝居にも村上と出演しているんですけど、最近とある映画評論家の人の話を聞いたら、俳優っていうのはまばたきをコントロールする。まばたきをしすぎている役者はダメなんだと。だから自分でコントロールして、こうしたらいい、こうしたらいけないっていうのをね。で、それを今回の撮影でトライしてみたら、すごい大変だった(笑)。作品的にはよく出来たと思います！自信作です！

*森永製菓鶴見工場の研究所に行った感想

村上さん：今回、黒沢と2人で研究員の上司という役で出演させてもらいまして…。部下に商品開発のアドバイスをするっていうシーン。撮影は実際の研究所で行ったんですけど、研究所にいて、ほのかにお菓子の香りがしてきましたね。

そういう実際の温度感も経験させてもらったので、もう演技じゃないですね。

ただ、僕は薄めでしたがサングラスしたままだったので、まあまあおかしな役作りでしたね（笑）。リアルな場所の空気を感じながら演じたんで迫真の演技です（笑）。

■小枝 45周年インスタグラム投稿キャンペーン実施中

Instagramに「小枝」もしくは「45」に関係する写真を「#小枝45」をつけて投稿すると、抽選で45名様に「小枝<ミルク>」1ケース（80個入り）をプレゼントいたします。

・実施期間：～2016年11月23日（水）23：59

■「小枝<ミルク>」

◆商品特長

- ・ミルクチョコレートのマイルドさとクラッシュアーモンド、パフの香ばしさが絶妙なバランスで味わえるコンビネーションチョコレートです。
- ・高原の小枝を模した菓子型です。
- ・食べやすく、小分けしやすい4本で1個包装入りです。

◆商品概要

商品名	小枝<ミルク>	
名称	準チョコレート	
画像		
内容量	44本（4本×11袋）	133g
参考小売価格	180円（税別）/194円（税込）	オープンプライス
発売日	既発売	
発売地区	全国・全ルート	
ターゲット	30-40代女性	
JANコード	4902888219498	4902888216039

■ご参考「小枝」45年の歩み（抜粋）とネーミングこぼれ話

1971年高度成長期終焉を迎え自然回帰の世相の中、“高原の小枝を大切に”のメッセージとともに、菓子の形状からヒントを得てネーミングされ誕生した「小枝」は和名、筆文字で表現されています。当時は、チョコレートの商品名はアルファベット文字全盛期時代で、「小枝」の和名、漢字表記は画期的なことでしたが、それが却って斬新でスタイリッシュということで採用しました。そして「小枝」を核とする「自然シリーズ」がスタート。現在、シリーズは終了し、「小枝」のみの販売です。尚、現在まで「小枝」は100種類以上の味バリエーションを展開しています。

発売年	商品	画像	備考
1971年	小枝（100円）誕生		小森のおばちゃまの「高原の小枝を大切に・・・」のキャッチフレーズとともに登場。 当時は、カシューナッツ入り。
1974年	自然シリーズスタート （「栗」（'72）「くさ花」（'74）、「チョコの樹」（'74）など）		現在は販売終了
1977年	小枝（150円）		新価格・デザイン変更。
2004年	小枝（150円）		デザイン・パッケージを大幅リニューアル。トレー形態から個包装パッケージに。
2009年	逆小枝（170円）		バレンタインの特別パッケージ。男性からも感謝の気持ちを込めてを訴求。
2014年	小枝（170円）		「小枝」らしさをテーマにした原点回帰デザインへ変更。
現在	小枝（180円）		45周年を迎え、よりサクサク食感に品質を変更。

※「小枝」45年の歩み（抜粋）※詳細はこちら <http://www.morinaga.co.jp/koeda/>