

2019年12月10日

研究員直販プロジェクト「森永新研究所^{※1}」から生まれた商品
ピーナッツバターがひとくちサイズのお菓子になりました！
「東京ピーナッツマニア」
東京土産^{※2}として12月17日(火)から先行発売！

森永製菓株式会社（東京都港区芝 代表取締役社長・太田 栄二郎）は、ピーナッツバターが大好きな研究員が自ら開発し製造、テスト販売を実施し商品化した「東京ピーナッツマニア」をリニューアルして12月17日(火)より先行発売いたします。

「東京ピーナッツマニア」は、研究員自身がお客様との接点を増やし、生の声をモノづくりに反映させるべく、2016年に立ち上げた研究所有志による直販プロジェクト「森永新研究所」から生まれた商品です。

その「東京ピーナッツマニア」が、30,000人のお客様とのコミュニケーションによる品質改良を経て、東京土産として2品の新商品を追加し全4品体制で、12月17日(火)より一部店舗で先行発売いたします。なお20年2月より順次取り扱い店の拡大を進めてまいります。

■「東京ピーナッツマニア」とは？

- ・ピーナッツバターそのものの素材感と濃厚さが味わえる、つまめるひとくちサイズのお菓子です。
- ・ピーナッツバターを独自の製法で焼き固めたことで、口に入れた瞬間は香ばしさとほろっと繊細な食感を、中盤からはねっとり広がるピーナッツバターの濃厚な味わいを楽しんでいただけます。
- ・森永製菓のファンサイト「エンゼルプラス」の会員30,000人と意見交換などを実施し改良を重ねた商品です。



▲10粒入り ボトル



▲5粒入り ボックス



▲15粒入り ボックス



▲24粒入り ボックス

■販売スケジュール・店舗

12月17日(火)～ 日本百貨店各店

12月18日(水)～ 個人向けインターネット通販「LOHACO」

2月4日(火)～ おかしなおかしやさん（東京駅）他、順次拡大予定

※1 森永新研究所とは

SNSの発展等により企業とお客様との距離が縮まってきている中で、研究者自身もお客様との接点を増やし、生の声をモノづくりに反映させようと研究員が立ち上げたプロジェクトです。お客様の嗜好が多岐に広がりを見せ、商品サイクルが短くなっている中で、今までの量産化モデルでは、新しいアイデアを思いついても、大量生産のハードルや、設備投資回収への課題があり、アイデアの良し悪しをお客様に問う前に開発を断念することが多くありました。しかし、独自の製品を少量生産し対面販売する新しい商品投入の仕方であれば、お客様の反応を活かすすぐに改良を加えられることや、販売動向を投資判断の材料として活かすことができることから、より精度の高い商品を提供できるようになると考え、プロジェクトの発足に至りました。

このプロジェクトを通じて、開発者のモノづくりの力を養うと共に、より新しく面白いアイデアあふれる商品を開発してまいります。

※2 東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県

■商品概要

商品名	東京ピーナツマニア			
開発者	 <p>【研究員 鈴木みく】 ピーナツバターを瓶からすくって食べたい… でも、お行儀が悪いし、太りそうで、躊躇してしまう… そんな罪悪感をなくしてピーナツバターの美味しさを楽しんでいただきたいという想いから、ほろりと繊細にほどけて濃厚な味が広がる、つまめる一粒のお菓子に仕立てました。</p>			
内容量	10粒	5粒	15粒	24粒
画像				
参考小売価格 (税別)	850円	350円	1,000円	1,600円
商品概要	さっくり&ほろりと繊細に崩れながらも、濃厚なピーナツバターの満足感が手軽に楽しめるキューブ状の一粒です。			
先行販売店	日本百貨店各店、LOHACO ※5粒、24粒は首都圏エリアのお土産品として日本百貨店で販売			

<ご参考>

■販売先について

1) 日本百貨店とは

作り手と使い手の出会いの場を提供することをコンセプトとして、2010年12月10日、東京・上野御徒町にオープンしたセレクトショップ。日本全国から知る人ぞ知る、こだわりの雑貨や食品が集められています。

「東京ピーナツマニア」の立ち上げから一貫して協力をいただきました。

<「東京ピーナツマニア」販売店リスト>

- ・日本百貨店しよひんかん (秋葉原ちゃばら)
- ・日本百貨店おかちまち (2k540 AKI-OKA ARTISAN)
- ・日本百貨店とうきょう (東京駅グランスタ)
- ・日本百貨店にほんばし總本店 (室町テラス)
- ・日本百貨店あかれんが (横浜赤レンガ倉庫)
- ・日本百貨店しよひんかん いちかわ (シャポー市川)
- ・となりに。日本百貨店 (町田東急ツインズ)
- ・となりに。日本百貨店 八王子オーパ店 (八王子オーパ)
- ・日本百貨店おみや (エキュート大宮)

※詳細は <http://nippon-dept.jp/> をご確認ください。

2) LOHACOとは

「LOHACO」 <https://lohaco.jp/>

「LOHACO」は2012年10月にサービス開始した日用品ショッピングサイト。2019年5月期には売上高513億円を達成、今年11月には累計お客様数が600万人を達成し多くのお客様にご支持いただいています。

「LOHACO」の由来は、Lots of Happy Communities。“暮らしをかるくする”をコンセプトに、飲料・食品、キッチン用品、医薬品、コスメなどの日用品から、「ここでしか買えない」ロハコのオリジナル商品まで、幅広いラインナップの商品をいつでもリーズナブルかつスピーディーにお届けします。

アスクル株式会社が事業所向け通販で培ったノウハウを生かし、ヤフー株式会社の協力のもと、圧倒的な集客力、商品調達力、最短当日配送の物流力を活かし、メーカーとの共創による新しい日用品ECを目指しています。