

2020年12月2日

**おうち飲みやオンライン忘年会を楽しもう！**

**あの「チョコボール」のなかみが、塩バター味のおつまみに！  
「チョコボールのなかみ <塩バター味>」**

**12月8日(火) 新発売**

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、「チョコボール」\*ブランドから、通常の「チョコボール<ピーナツ>」のチョコ掛けをしていない、ピーナツにおのろけ掛けをただけの「チョコボールのなかみ<塩バター味>」を12月8日（火）より新発売いたします。

製造工場内での「チョコボールにチョコレートを掛ける前の状態が美味しい」という声から生まれ、6月に発売した「チョコボールのなかみ」は、30代～50代男性から「お酒のおつまみに良い」と大変好評です。そこで、クリスマスや年末年始など、家でお酒を飲む機会が増えるこの季節に、さらに“おつまみ”需要に適した新しい商品を提供したいと考えました。このたび、新たに発売するのは、ピーナツと相性がよく、おつまみの定番である、塩バター味です。クリスピー層とピーナツの心地いい食感と、バターのほのかな風味に塩味を利かせた味わいが、お酒のお供に最適です。

“おつまみ”需要は昨今のオンライン飲み会や家飲み、増税の影響から、ますます高まっています。「チョコボール」ブランドから、「チョコボールのなかみ<塩バター味>」を発売することで、お客様に驚きと楽しさを提供し、新たな需要の喚起を行ってまいります。



**カリッと食感のクリスピー層**



**チョコ掛けをしていない  
「チョコボール」**

**独自のロースト製法で香りを  
引き出したピーナツ**

※「チョコボール」は1967年発売。ピーナツやキャラメルをセンターにチョコ掛けしたお菓子です。「チョコボール」は森永製菓の登録商標です

## ■ チョコボールのなかみ 開発背景

「チョコボール」ブランドの中でも、「チョコボール<ピーナツ>」「大玉チョコボール<ピーナツ>」は、男性 30 代～50 代の需要が全体の約 30%と高く、自身のための購入目的の割合が高いという実態があります。

こうした 30 代～50 代男性の更なる接点拡大として、大人になってチョコレート等甘いものを敬遠しがちな男性にとっても「チョコボール」を楽しんでいただけるよう、従来品の「大玉チョコボール<ピーナツ>」のピーナツに小麦粉と糖蜜をまぶし焼き上げ（おのろけ掛け）、チョコ掛けをせずに商品化したのが「チョコボールのなかみ」です。本商品はかねてより製造工場内にて、このおのろけ掛けの状態がとても美味しく、おつまみにも合うという声が多く上がっていたことから生まれました。

## ■ 商品概要

商品名	チョコボールのなかみ <塩バター味>
画像	
商品特長	<ul style="list-style-type: none"><li>・ピーナツに小麦粉・糖蜜をまぶし、カリッと焼き上げた心地よい軽い食感のスナック菓子（「大玉チョコボール&lt;ピーナツ&gt;」のチョコ掛けをしない状態）です。</li><li>・なかみのピーナツは、こだわりの独自のロースト製法で苦みを抑え、香りを引き出しました。</li><li>・おのろけ掛け部分（クリスピー層）は、ピーナツに何度も糖蜜と小麦粉をまぶし焼き上げ、さくとした食感でピーナツのおいしさをより引き立たせました。</li><li>・バターのほのかな風味に塩味を利かせた味わい。</li></ul>
名称（種類別）	菓子
内容量	38g
想定希望小売価格	100 円（税別） / 108 円（税込）
発売日	2020 年 12 月 8 日（火）新発売
発売地区	全国/コンビニエンスストア、駅売店
ターゲット	30 代～50 代男性
JAN コード	4902888247996