

2021 年 8 月 10 日

スポーツ観戦も、おうち飲みも！

暑さを乗り切る！すっぱしょっぱい「チョコボールのなかみ」
「チョコボールのなかみ＜梅味＞」

8 月 17 日（火） 新発売

～食べると、飛ぶのか！？長州力さんと武藤敬司さんのリモート飲み動画も配信～

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＜ピーナッツ＞」のチョコ掛けをしていない、ピーナッツにおのろけ掛けをただけの「チョコボールのなかみ＜梅味＞」を 8 月 17 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、昨年 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、残暑でまだまだ気温が高くビールやお酒が美味しく、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、ピーナッツと相性がよく、おつまみの定番である、梅味です。クリスピー層とピーナッツの心地いい食感と、梅のすっぱしょっぱい風味と、塩気の効いたしょっぱい風味が、夏の暑さを乗り切るお酒のお供に最適です。

また、合わせて長州力さんと武藤敬司さんのリモート飲み動画も8月16日より配信いたします。おうち飲みで長州力さんと武藤敬司さんののんびりトークをお供に「チョコボールのなかみ」とお酒をお楽しみください。(https://www.morinaga.co.jp/kyorochan/nakamispecial/)

“おつまみ”需要は昨今のおうち飲み、家でのスポーツ観戦の影響から、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＜梅味＞」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。



■動画:長州力 & 武藤敬司「チョコボールのなかみでタッグ飲み」

・配信日:8月16日(月)

・URL:<https://www.morinaga.co.jp/kyorochan/nakamispecial/>

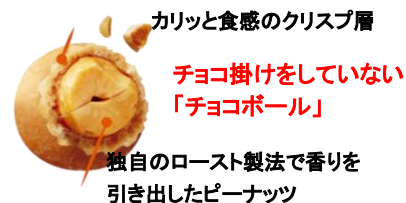
・内容:長州力さんと武藤敬司さんが「チョコボールのなかみ」をおつまみにリモート飲みを実施。二人の渾身の食レポがぶつかり合う、酔いどれガチンコマッチはまさに死闘です。ビデオチャットのリングに、家飲みのゴングが今響き渡ります。

■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<ピーナッツ>」「大玉チョコボール<ピーナッツ>」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<ピーナッツ>」のピーナッ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 ＜梅味＞
画像	
商品特長	・ピーナッツに小麦粉・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<ピーナッツ>」のチョコ掛けをしない状態)です。 ・なかみのピーナッツは、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。 ・おのろけ掛け部分(クリスプ層)は、ピーナッツに何度も糖蜜と小麦粉をまぶし焼き上げ、さくっとした食感でピーナッツのおいしさをより引き立たせました。 ・塩味に梅風味のすっぱしょっぱい味わいです。
名称(種類別)	菓子
内容量	36g
想定希望 小売価格	100円(税別)/108円(税込)
発売日	2021年8月17日(火)新発売
発売地区	全国/全ルート
ターゲット	30代~50代男性
JANコード	4902888249792