

2022年6月20日

おうち飲みやキャンプにも！より美味しくなる裏技も紹介！

「チョコボールのなかみ〈燻製チーズ味〉」

6月28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しただけの「チョコボールのなかみ〈燻製チーズ味〉」を6月28日(火)より新発売いたします。

「チョコボールのなかみ」は製造工場内での「チョコボールの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、2年前から販売を開始し、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。この度は初夏の気温が上昇してビールがより一層美味しく感じられるこの季節にぴったりな“おつまみ”需要に対応した「チョコボールのなかみ〈燻製チーズ味〉」を発売いたします。アウトドア・キャンプブームも相まって、“燻製”自体も人気になっていることから、カリッとした食感とチーズの風味とスモーキーな香りをきかせました。さらに、裏技でフライパンで少し煽っていただくことにより一層風味が増し美味しく召し上がっていただけます。

“おつまみ”需要はおうち飲みが定番化し、ますます高まっています。特に6月からはビール指数が上がり、キャンプや行楽の季節となります。「チョコボール」ブランドから、「チョコボールのなかみ〈燻製チーズ味〉」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。

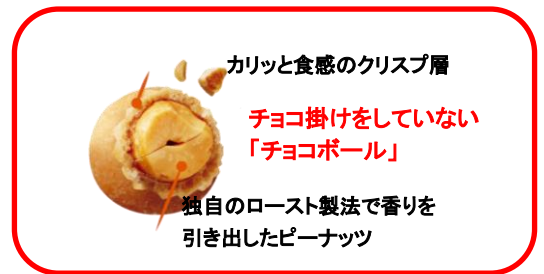


▲パッケージの裏面にはより美味しくなる裏技も紹介

■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 2 年前の 2020 年に生まれました。



■商品概要

商品名	チョコボールのなかみ <燻製チーズ味>
画像	
商品特長	<ul style="list-style-type: none"> ・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（クリスピー層）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。 ・チーズの風味とスモーキーな香りをきかせました。
名称(種類別)	菓子
内容量	43g
希望小売価格	120円(税別)／130円(税込)
発売日	2022年6月28日(火)新発売
発売地区	全国/全ルート
ターゲット	30代~50代男女
JANコード	4902888254741