



おいしく たのしく すこやかに



森永製菓株式会社

NEWS RELEASE

2025 年 12 月 23 日

今だけ冬にぴったりのコク深いクリーミーな味わい
「カレ・ド・ショコラ＜冬のモンブラン＞」

2026 年 1 月 6 日（火）から期間限定で新発売
「カレ・ド・ショコラ＜カカオ 70＞」の喫食体験が消費者にもたらす
情緒価値についての研究も実施

森永製菓株式会社（東京都港区芝浦、代表取締役社長 COO・森 信也）は、味わい・香り・くどけにこだわった本格的なチョコレート「カレ・ド・ショコラ」ブランドから、冬にぴったりのコク深いクリーミーなモンブランの味わいに仕立てた「カレ・ド・ショコラ＜冬のモンブラン＞」を 2026 年 1 月 6 日（火）から期間限定で新発売します。

「カレ・ド・ショコラ」は、日本のチョコレート製造のパイオニアである当社が、原料・製法・形など細部までこだわり抜いたチョコレートです。家事や仕事など忙しい現実から離れてつかの間の休息も、優雅なひとときにする大人のためのご自愛ショコラです。

今回の新商品では、優しい甘さの栗の味わいとクリーミーなミルクをあわせて、冬にぴったりのコク深いモンブランの味わいに仕立てました。上品な甘さに包まれる贅沢なひとときをお愉しみいただけます。チョコレート最需要期であるバレンタインに向け、上質で優雅な時間を彩る「カレ・ド・ショコラ＜冬のモンブラン＞」を発売することで、チョコレート市場を活性化するとともに、お客様に笑顔をお届けしてまいります。



■ 商品概要

商品名	カレ・ド・ショコラ＜冬のモンブラン＞
内容量	87g（18 枚）
参考小売価格	オープン価格
発売日	2026 年 1 月 6 日（火）
発売地区	全国／全ルート
ターゲット	自分向けご褒美チョコ購入者

■ 商品特長

- ・イタリア産の栗を原料とした 2 種類の栗パウダーを使用
- ・やさしい甘さの栗の味わいとクリーミーなミルクをあわせて、冬にぴったりのコク深いモンブランの味わい
- ・くつろぎのひとときや自分へのご褒美に最適

パッケージの開封体験が、チョコレートの体験価値や安らぎの気持ちを高める可能性があることが判明

■研究背景と目的

先行研究によると、チョコレートの美味しさだけでなく、パッケージのデザインや開封体験など、喫食にまつわる一連の体験が消費者の情緒的価値や商品価値に影響を与える可能性が示唆されています。

そこで本研究では、チョコレートの美味しさに加え、パッケージの開封から味わい、食べ終えた後の余韻までの「喫食体験」が与える心理的・生理的な影響を科学的に検証するため、生体計測技術を有する株式会社島津製作所と共同研究を実施しました。

■研究手法

森永製菓製「カレ・ド・ショコラ<カカオ70>」を含む市販チョコレート3品を対象に、喫食体験価値を生理指標と主観評価（WTP^{※1}・アンケート評価）を組み合わせ評価しました。生体指標の測定には、株式会社島津製作所製のマルチデバイス生体計測システム「HuME（ヒューム）」を使用しました。なお、本研究は40歳以上60歳未満の健常な女性22名を対象に実施しました。

※1 ある商品を購入する際に支払っても良いと思う最大価格のこと。本研究では、被験者に一粒のチョコレートの喫食体験に対するWTPを回答してもらう事により、体験価値を数値化し、評価サンプルを比較する指標としました。

■研究概要

まず被験者の状態を一定に揃えるため、計算課題によるストレスを与えた後、チョコレートの喫食体験価値の測定を開始しました。その結果、パッケージを視認した時点からLF/HF比（心電信号に基づく生理指標）が有意に上昇し、交感神経活動の亢進による心理的な覚醒、すなわち「期待感」が喚起されていることが示唆されました。また、パッケージの視認や開封体験と情緒価値との関係性についても検討したところ、開封時間が長いほど「安らぎ」の主観評価やWTP（金額）が高くなる可能性が示唆されました（図1）。これは、パッケージを眺めながらゆっくりと開封する時間やその空間が安らぎをもたらし、体験価値を高めていることを示しています。特に「カレ・ド・ショコラ<カカオ70>」は、他の2品と比べて開封時間とWTPのいずれも有意に高い値を示し、期待感を抱きながら開封するひとときが高く評価されていることが示唆されました。

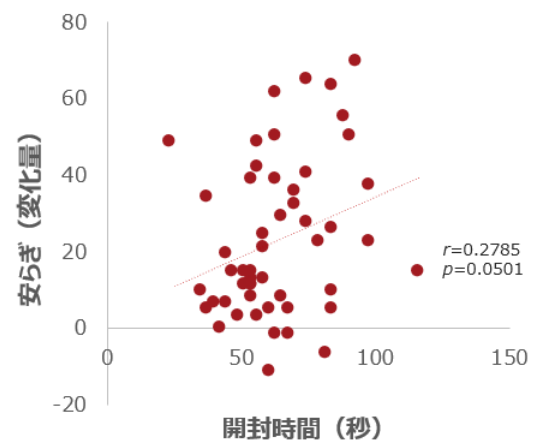


図1：開封時間と「安らぎ」の変化量との相関

本研究は、2025年9月17～19日に開催された第27回日本感性工学会大会において株式会社島津製作所と共同で発表し、優秀発表賞を受賞しました。

■今後に向けて

本研究の結果から、チョコレートの価値は「品質」だけでなく、開封体験がもたらす情緒的価値も重要であることが明らかとなりました。喫食体験がもたらす情緒的価値や幸福感についてさらに探求し、その成果を通じてお客様に豊かな時間をお届けできるよう努めてまいります。

■ 株式会社島津製作所 感性計測グループ 古田雅史グループ長コメント

チョコレートの喫食体験が消費者の情緒的価値に与える影響を、心理尺度と生理指標の両面から科学的に検証しました。チョコレート菓子を食べている時間だけでなく、手に取ってから始まる体験全体での心理的・生理的な反応に着目し、実験コンセプトとしました。結果として、チョコレートを食べる体験では「パッケージを眺め、開封して口に運ぶことも含めた一連の体験」も体験価値を高めていることを、主観評価と客観データを基に示すことができました。この結果が、「カレ・ド・ショコラくカカオ70%」がそのパッケージや包装も含めた製品全体で"ほっと一息つく特別な時間"を演出しているという知見は大変興味深く、今後のチョコレート喫食体験の提供に活用されていくことを楽しみにしています。



■ 株式会社島津製作所の生体情報計測技術について

島津製作所は、1980年代から近赤外光を用いた生体組織の酸素動態計測を研究しており、1991年には国産初の無侵襲酸素モニタを発売しています。その後も脳機能計測に特化した光脳機能イメージング装置を発売してきました。

本研究で用いられたマルチデバイス生体計測システム HuME (Human Metrics Explorer)™ は、筋電位、心拍や心電、脳波、行動などの複数の生体信号と動画データを統合し、人の心理状態や感性、感情の解釈を支援するシステムです。「HuME」は様々な共同研究に用いられるなど、顧客との共創の中で生体計測実験・研究のトータルサポートツールとして開発を進めてきました。

<https://www.shimadzu.co.jp/products/sic/hume/index.html>

島津製作所は、これからも感性・情動反応の研究開発を支援する生体情報計測技術を通じて、より良い社会づくりに貢献していきます。