

2011 年 9 月

『濃厚な味わい』と『ボリューム感』を両立させた新・スタンダードプリン  
「濃いリッチプリン」  
9 月 13 日(火)より新発売

森永乳業は、『濃厚な味わい』と『ボリューム感』を両立させた新・スタンダードプリン「濃いリッチプリン」を 9 月 13 日(火)より全国にて新発売いたします。

また、同日 13 日(火)には、ブランドサイトとして「専門家も思わず伝えたいくなる！濃いリッチプリンのおいしさ(仮)」もオープンいたします。

お客さまに“デザート購入の重視項目”に関して調査した結果、プリンは「容量」「濃厚さ」が他のデザートと比較して強く重視されていることが分かりました\*。

しかし、現在のデザート市場では“濃厚な味わいで小容量”や“さっぱりな味わいで大容量”のプリンが多く、“濃厚な味わいで大容量”のプリンが少ない状況です。

そこで、定番な味わいながらも、これまでにない新しいカテゴリーのプリン“新・スタンダードプリン”として、『濃厚な味わい』と『ボリューム感』を両立させた「濃いリッチプリン」を発売いたします。

※森永乳業調べ、調査時期:2010 年 12 月

#### 1. 商品特長

- ① 脂肪分は乳脂肪のみを使用した濃厚な味わいでとろける食感のカスタードプリンです。国産生クリームを使用し、濃厚な味わいながらもしつこすぎない後味に仕上げました。
- ② 150g と満足感のある容量です。
- ③ リッチ感を表した金色のパッケージは売り場を華やげます。

## <ブランドサイト「専門家も思わず伝えたくなる！濃いリッチプリンのおいしさ(仮)」もオープン>

ブランドサイトでは、商品コピー『伝えたくなる、おいしさ。』をキーワードに、「濃いリッチプリン」の魅力を精神科医・名越康文氏、商品ジャーナリスト・北村森氏の2名の専門家に伝えて頂きます。名越氏は“心理学的な視点”、北村氏は“商品トレンドの視点”、そして弊社の商品担当も登場し、開発の“こだわり視点”と、様々な角度から魅力を解説します。

名越氏は同商品を「男の本能をくすぐるプリン」と評価。また、北村氏は、現在のトレンドにマッチした商品として「濃いリッチプリン」の魅力を語っています。

### 【専門家 プロフィール】

#### ■名越康文さん(精神科医)

専門は思春期精神医学、精神療法。

臨床に携わる一方で、テレビ・ラジオでコメンテーター、映画評論、漫画分析など様々な分野でも活躍中。

著書に「14歳の子を持つ親たちへ」(新潮社・内田樹氏との共著、「心がフッと軽くなる【瞬間の心理学】」(角川SSC新書)など。



#### ■北村森さん(商品ジャーナリスト)

「日経トレンドィ」編集長時代から、テレビ・ラジオ番組のコメンテーターとしても活動。退職後、商品ジャーナリストとして活動。原稿執筆、テレビ、ラジオ番組への出演、講演活動などとともに地方自治体と連携する形で地域おこしのアドバイザー業務にも携わる。著書に『ヒット商品航海記』(日本経済新聞出版社 共著)



## 2. 商品概要

① 商品名	濃いリッチプリン
② 種類別	生菓子
③ 包装形態	プラカップ、アルミフタ
④ 内容量	150g
⑤ カロリー	209kcal
⑥ 保存方法	要冷蔵 10℃以下
⑦ 賞味期限	70 日間
⑧ 主要ターゲット	20～30 代男性
⑨ 主要売場	CVS、量販店、一般小売店
⑩ 希望小売価格	130 円(税別)
⑪ 発売日・地区	9 月 13 日(火)・全国
⑫ JANコード	4902720 095709

以上