



発行所
〒543-0062 大阪市天王寺区逢坂1-3-2
週刊製菓時報 誌
電話 06-6771-7093(代)
FAX 06-6771-9435
振替口座 大阪120755番
本紙加盟団体
社団法人日本専門新聞協会
全国製菓新聞協会



秋の需要期へチョコ商戦スタート

九月に入り、まだ日中の暑さが少し残っているものの、気温も下がり菓子業界にとって本格的な菓子の需要期を迎え、百貨店の食料品売り場にも活気が出てきた。また、量販店の菓子売り場のチョココレートの棚には大手チョココレートメーカーが秋に向けて発売する新製品が並び、テレビCMの露出度が高まるなかで、秋商戦に向けた各社の動きを探ってみた。

江崎グリコ

ポッキー3品増量

江崎グリコは、「かしこコレート」は、発売してこたのしく、くらしを彩る」をテーマに「ステック菓子」「チョコレート」「ガム・錠菓」「洋風おつまみ」の四つのカテゴリーを中心に秋商戦を展開する。

スティックグループは、今年で11回目を迎える「ポッキー&プリッツの日」をセールスチャンスととらえて、商品の持つ楽しさや元気の良さをインパクトをもって伝えることで需要のさらなる拡大を図っていく。

主力の「ポッキーチョコレート」は、発売して今年で44年目を迎えるが、赤箱中心に三品体制で展開。この秋は、ポッキーチョコレート(63g↓70g)／メンスポッキー(62g↓69g)／ポッキー極細(61g↓68g)をそれぞれ増量するとともに、パッケージも、①開けやすい②食べやすい③保存しやすい④捨てやすい形態に改良した。

さらに、一一一一人に一一一円分の図書カードが当たるキャンペーンを十一月末まで実施し、拡売を図る。

「1パックポッキー」は、新味「みるくホイ」を投入。発売20周年の「クラッシュポッキー」は、リニューアルするとともに、「1袋増量キャンペーン」を実施。新製品として「ココアクッキーランチ」を投入。

「デザートポッキー」は、昨年、一四五・五％と大幅に伸長し、この秋は、モンブランショコラ、ダブルショコラの二品体制で展開する。

「アーモンドプレミオ」は、艶と香りのキャラメリゼアーモンドを使用し、なお一層、カリカリ感がアップした。また、チョコスナックとして好評な「ミルクチョコレート」は、大正十五年九月十三日に誕生して以来、今年で八十三年を迎える。新しいロゴマークは、小文字を使うことで全体的にふくよかさを感じさせ、「e」は人がほほ笑み、「iji」は人が寄り添うイメージを表現している。

明治製菓

最重要 チップチョコ

明治製菓は、明治乳業との経営統合(今年四月)により、38年間親しまれてきたロゴマークが大きく変わり、日本を代表する「明治チョコレート」の象徴であるパッケージがこの秋から新しく生まれ変わる。

「ミルクチョコレート」は、大正十五年九月十三日に誕生して以来、今年で八十三年を迎える。新しいロゴマークは、小文字を使うことで全体的にふくよかさを感じさせ、「e」は人がほほ笑み、「iji」は人が寄り添うイメージを表現している。

ブル

小箱

ブルは、この秋の重点商品は「チップチョコ」。チョコとうま塩のやみつきチップスで、サクサク軽い食感の三角形のスナックにまるやかなミルクチョコレートを充填したスナックチョコ。テレビCMは二〇〇〇GRPを投入し、「ガルボチップス」以上の売上を目指す。

高岡食品工業

主力3品、増量へ

高岡食品工業では、09年秋冬の新製品が出揃った。今年、主力商品のファミリータイプの「きな(チョコレート)」「シヨコラ生チョコ仕立て」「あずきチョコレート」の三品を価格据え置きで中身を増量し、八月に開催された御問屋主催の見本市でも売上が前年を大

大きく上回るなど、好調なすべり出しを見た。新製品としては、「ナイスショット(ゴルフボールチョコ)」「カフェールチョコ」「カフェールチョコ玉」「チョコレート」「ベジチョコ」「わたしのちっちゃなお星さま」「ネットイン(ゴルフボール)」「ピュアキッス」「チョコ

いずれも、味・品質を最重視して、同社独自の製法で生産された逸品。このほか、「ビッグミルクチョコレート」(新規格)「ビッグホワイトチョコレート」(同)「きな(チョコレート)」(袋)の三品も増量するなど、充実したラインアップで秋商戦を展開していく。

この秋の重点商品は「チップチョコ」。チョコとうま塩のやみつきチップスで、サクサク軽い食感の三角形のスナックにまるやかなミルクチョコレート

謙二郎副理事長▽理事長
▽第三号議案IIその他
中小企業団体中央