

「ドritス」喫食シーン拡大を目指し、定番ラインナップを強化！  
 2種の新商品『ドritス アボカド&チーズ味』と  
 料理にも最適な『ドritス ARRANGE Style マイルドソルト味』を  
 2024年3月11日(月)より順次発売

「バリエエティスナック」を軸にスナック菓子を製造・販売するジャパンフリトレ株式会社(カルビーグループ、本社：茨城県古河市、代表取締役社長：松田 光弘)は、世界 NO.1(※1)トルティーヤチップスブランド「ドritス」の新ラインナップとして『ドritス アボカド&チーズ味』を2024年3月11日(月)よりコンビニエンスストア先行で発売します。なお、コンビニエンスストア以外の店舗では、4月22日(月)より発売します。

また、軽食や料理アレンジにも使いやすい『ドritス ARRANGE Style マイルドソルト味』が新たに登場。さらに、ドritス専用ディップソース『ドritス DIP サルサ』がリニューアルし、両商品ともに2024年4月1日(月)から、全国で発売します。



「ドritス」は、1987年に日本で発売され、日本のスナック市場でトルティーヤチップスカテゴリーを確立し、35年以上の長きにわたって愛され続けているロングセラーブランドです。

ドritスの定番である「メキシカン・タコス味」「ナチョ・チーズ味」「マイルドソルト味」に加え、新たなフレーバーとして『ドritス アボカド&チーズ味』と、料理にも最適な『ドritス ARRANGE Style マイルドソルト味』が登場します。「マイルドソルト味」は、よりコーンの甘みと旨みを引き立てるマイルドな塩味をイメージさせるブルーのパッケージに一新。また、ドritス専用ディップソース『ドritス DIP サルサ』も併せてリニューアルし、トマトの濃厚な旨みをより感じられる味わいに仕上げました。

【定番ラインナップ商品一覧】



## ■『ドritス アボカド&チーズ味』商品特長

これまでも期間限定で発売し、特に女性層や若年層に支持を得たフレーバーが定番ラインナップとして登場。アボカドの特徴的な爽やかな香りと、トロっと溶けたCHEDDARチーズをイメージした風味がくせになる濃厚な味わいです。

### 【商品規格】

商品名：『ドritス アボカド&チーズ味』

内容量(エネルギー)	希望小売価格	発売日	販売エリア
55g(1袋当たり 282kcal)	オープン (想定価格 税込 145 円前後)	コンビニエンスストア： 2024年3月11日(月) コンビニエンスストア以外の店舗： 2024年4月22日(月)	全国

## ■『ドritス ARRANGE Style マイルドソルト味』商品特長

ドritスの喫食シーンを拡大する商品として、軽食や料理アレンジにも使いやすい「ドritス ARRANGE Style」が誕生。レギュラーの生地サイズに比べて一回り小さくし、ひと口でも食べやすく、料理にもそのままのサイズで使いやすい形状にしました。そのまま食べても美味しいのはもちろん、DIP や料理に合わせやすい味わいです。チャック付きのパッケージで、ストックにも便利です。いろんな料理とのアレンジをお楽しみいただけます。

### 【商品規格】

商品名：『ドritス ARRANGE Style マイルドソルト味』

内容量(エネルギー)	希望小売価格	発売日	販売エリア
130g(1袋当たり 504kcal)	オープン (想定価格 税込 237 円前後)	2024年4月1日(月)	全国

## ■『ドritス DIP サルサ』リニューアルについて

2種のトマト(カット・ペースト)を使用することで、濃厚な味わいかつディップがしやすくなりました。具材のたっぷり感はそのままだ、トマトの酸味、ハラペーニョの辛味、玉ねぎの旨味でドritスをもっとおいしく、楽しく味わうことができます。

### 【商品規格】

商品名：『ドritス DIP サルサ』

内容量(エネルギー)	希望小売価格	発売日	販売エリア
100g (1カップ当たり 36kcal)	オープン (想定価格 税込 248 円前後)	2024年4月1日(月)	全国

## 【『ドリトス』定番ラインナップ拡大の裏側】

### ■定番ラインナップ拡大の背景

コロナ禍のおうち需要に伴い SNS 上で食シーンをシェアする機会が増加したことをきっかけに、「ドリトス」はスナック菓子としてだけでなく、食事として楽しむことが受け入れられるようになりました。このような食シーンの拡大を背景に、『ドリトス DIP サルサ』を活用した新たな楽しみ方の提案を強化したところ、ドリトスとDIPサルサを併売で購入されるお客様が増え、「ドリトス メキシカン・タコス味」の販売金額はコロナ禍の巣ごもり需要を上回る約169%※2の伸張率となりました。さらには、ブランド全体の販売規模においても伸張が続いており、176%※3と拡大しています。

そして今回、より幅広いお客様にドリトスを楽しんでいただくため定番の強化を図り、テスト販売時に特に女性層や若年層に支持を得た『アボカド&チーズ味』と、ドリトスブランドとして喫食シーンの拡大を目指した新商品『ドリトス ARRANGE Style マイルドソルト味』の日本での限定発売に至りました。ドリトスは日本でのトルティーヤ食文化の更なる定着を目指していきます。

### ■おすすめの食べ方

1人で過ごすリラックスタイムはもちろん、親しい友人との集まりやスポーツ観戦など、気分を盛り上げたいときのおともにドリトスは最適です。お菓子としてだけでなく、袋のまま簡単に調理ができる「トルティーヤ・ロコス」はアウトドアシーンにもぴったりです。また、春に向けて暖くなる時期でもあるので、若い世代の中で広がっている「夜ピク」にもおすすめです。

また「ドリトス ナチョ・チーズ味」に、炒めた挽き肉とドリトス DIP サルサ、チーズをかけて食べる「ナチョス」も簡単に美味しく作ることが出来るおつまみとしておすすめです。実家に帰った際に家族にふるまったところ大喜びでした。

### ■担当者のプロフィール

ジャパンフリトレ株式会社 マーケティング本部 マーケティング部 ブランド2課 松本 夏実

### ■ドリトスについて

ドリトスは、世界最大級のスナックメーカーであるフリトレが1966年にアメリカで発売した世界NO.1※1のトルティーヤチップスブランドです。日本では1987年に発売され、日本スナック市場でトルティーヤチップスカテゴリーを確立。コーンをまるごとすりつぶして薄くのばしたオリジナル生地を、オーブンで焼いてから油で揚げた、パリッとした独特の食感と香ばしい風味が特長のトルティーヤチップスです。

ドリトスブランドページ：<https://www.fritolay.co.jp/ourbrands/doritos/>



### ■Valuetly snack(バリュエティスナック)について

「バリュー(価値)」+「バラエティ」を組み合わせた、当社が2022年3月に発表したブランド戦略です。ライフスタイルの変化とともに食生活が多様化する中、お客様の価値観に寄り添い、スナック菓子に新たな価値をプラスした「the snack」「snack food」「fine snack」の3つをテーマとして、ひとつ上のワクワクを提供します。



※1) ユーロモニターインターナショナル調べ;スナック菓子2024年版;トルティーヤチップスの定義によるナチョチップス;2023年総小売売上額

※2) インテージ SRI+全国 全業態 1月~12月 ドリトスタコス 推定販売規模(金額)2019年対2023年伸長率

※3) インテージ SRI+全国 全業態 1月~12月 推定販売規模(金額)2019年対2023年伸張率