

## パッケージ前面カロリー表示(FoP)について

モンデリーズ、2016年中に全世界における全製品を対象にFoPを導入

モンデリーズ・インターナショナル・インクは消費者の皆様の Well-Being を考え、2016年中に全世界におけるモンデリーズ全製品のパッケージ前面にカロリー表示(FoP: Front-of-Pack)を導入します。世界中で消費者の皆様のカロリーへの関心は高く\*、パッケージ前面の目立つ位置にカロリー表示をすることで、皆さまの健康や栄養への配慮を促すことを目的としています。

\*自社調べ

モンデリーズ・インターナショナル・インクでは、人々の健康や、地域社会、地球環境への取り組みを Well-Being としてより包括的に捉え、“The call for Well-Being” (Well-Being を呼びかけよう)を2013年より展開。“The call for Well-Being”戦略では、4つの柱として「健康に配慮したスナック」、「地域社会」、「サステナビリティ」、「安全性」を掲げ、様々な取り組みを行っています。

消費者の Well-Being を考えた活動を世界規模で実施する中、柱のひとつである「健康に配慮したスナック」を実現するため、モンデリーズ・インターナショナル・インクは一つの具体的な目標として「2016年中に全世界におけるモンデリーズ全製品のパッケージ前面にカロリー表示する」ことを掲げ、2014年時点で全世界の全製品46%までカロリー表示を完了しています。

これに伴い、モンデリーズ・ジャパン株式会社でも日本で展開しているガム・キャンディの全製品において、2016年中にパッケージ前面にカロリー表示を導入していきます。2016年2月29日から発売開始するリカルデントが、国内で初のFoP導入となります。



### ◆モンデリーズ・ジャパン株式会社について

モンデリーズ・ジャパン株式会社は、世界165カ国で親しまれるお菓子会社であるモンデリーズ・インターナショナル・インクの一員です。1960年に事業をスタートし、半世紀以上に渡り、日本市場に照準を合わせた、革新的な製品開発力、優れたマーケティングで、日本の市場で愛されるブランドを送りだしてきました。ガムでは「クロレッツ」、「リカルデント」、「ストライド」、キャンディでは「キシリクリスタル」、「ホールズ」といったブランドが日本の消費者の皆様から親しまれています。[www.mondelezjapan.com](http://www.mondelezjapan.com)

### ◆モンデリーズ・インターナショナル・インクについて

モンデリーズ・インターナショナル・インクは、スナックのグローバルパワーハウス企業であり、2014年の売上高は300億米ドル以上を達成しています。世界165カ国の人々に「おいしい喜びのひとつ」を提供しているビスケット、チョコレート、ガム、キャンディ、粉末飲料において世界トップクラスのメーカーです。ビスケットの「オレオ」、「ルー・ビスケット」、「ナビスコ」、チョコレートの「キヤドバリー」、「キヤドバリー・デリー・ミルク」、「ミルカ」、ガムの「トライデント」、粉末ジュースの「タンゲ」など10億米ドル規模の売上を誇るブランドを有しています。モンデリーズ・インターナショナル・インクは Standard & Poor's 500、NASDAQ 100、Dow Jones Sustainability Index の構成銘柄に選定されています。モンデリーズ・インターナショナル・インクに関する詳しい情報は、[www.mondelezinternational.com](http://www.mondelezinternational.com) (英語) をご覧いただくか、ツイッター [www.twitter.com/MDLZ](http://www.twitter.com/MDLZ) (英語) をフォローしてください。

## 新ボトル「次世代 2 WAY キャップ」について

モンデリーズ・インターナショナル、世界共通の定型デザイン「新グローバル・ボトル」を展開用途に合わせて大口・小口のキャップが選べる、新しい形状の「次世代 2 WAY キャップ」を採用

モンデリーズ・インターナショナル・インクは、消費者の利便性や店頭における視認性などの向上を図るため、ガムボトルのデザインを刷新。全世界で定型デザインを用意し、各国の市場環境に適したボトルデザインを採用する「新グローバル・ボトル」を展開しています。

これに伴い、モンデリーズ・ジャパン株式会社は、世界共通の定型デザインの中から、日本の消費者のニーズに応えるべく利便性を高め、かつ店頭での視認性が高いボトルデザインとして、ボトルのキャップが大口・小口の 2 タイプある画期的な形状の「次世代 2 WAY キャップ」ボトルを採用。2 つのキャップは、粒ガムをまとめて取り出すことのできる大口と、少量を取り出す時に便利な小口の 2 方向に開きます。2016 年 2 月 29 日から発売開始するリカルデントが、国内で初の「新グローバル・ボトル」展開となります。

### 消費者の反応も好評

調査結果によると、消費者は新ボトル「次世代 2 WAY キャップ」を好意的に受け入れている上、利便性やデザイン性の評価も高い結果となりました。(GMOリサーチ株式会社調べ、2015年10月、都内在住の30～59歳の男女100名を対象に実施)

- 約70%が新ボトルを「好ましい」と回答
- 約75%が新ボトルの有用性について「とても良い」、「良い」と回答
- 80%が新ボトルの見た目について「とても良い」、「良い」と回答

### 新ボトルの特徴

- 用途に合わせて大口・小口のキャップが選べる「次世代 2 WAY キャップ」  
小さいキャップからは少量のガムが出せるようになり、より衛生的に
- くびれがあり、持ちやすく、スタイリッシュなデザイン



#### ◆モンデリーズ・ジャパン株式会社について

モンデリーズ・ジャパン株式会社は、世界 165 カ国で親しまれるお菓子会社であるモンデリーズ・インターナショナル・インクの一員です。1960 年に事業をスタートし、半世紀以上に渡り、日本市場に照準を合わせた、革新的な製品開発力、優れたマーケティングで、日本の市場で愛されるブランドを送りだしてきました。ガムでは「クロレッツ」、「リカルデント」、「スライド」、キャンディでは「キシリクリスタル」、「ホールズ」といったブランドが日本の消費者の皆様にも親しまれています。[www.mondelezjapan.com](http://www.mondelezjapan.com)

#### ◆モンデリーズ・インターナショナル・インクについて

モンデリーズ・インターナショナル・インクは、スナックのグローバルパワーハウス企業であり、2014 年の売上高は 300 億米ドル以上を達成しています。世界 165 カ国の人々に「おいしい喜びのひとつ」を提供しているビスケット、チョコレート、ガム、キャンディ、粉末飲料において世界トップクラスのメーカーです。ビスケットの「オレオ」「ルー・ビスケット」「ナビスコ」、チョコレートの「キヤドバリー」「キヤドバリーデリー・ミルク」「ミルカ」、ガムの「トライデント」、粉末ジュースの「タンゲ」など 10 億米ドル規模の売上を誇るブランドを有しています。モンデリーズ・インターナショナル・インクは Standard & Poor's 500、NASDAQ 100、Dow Jones Sustainability Index の構成銘柄に選定されています。モンデリーズ・インターナショナル・インクに関する詳しい情報は、[www.mondelezinternational.com](http://www.mondelezinternational.com) (英語) をご覧いただくか、ツイッター [www.twitter.com/MDLZ](https://twitter.com/MDLZ) (英語) をフォローしてください。