



おいしく たのしく すこやかに



森永製菓株式会社

NEWS RELEASE

2026年4月7日

小枝発売 55 周年 上品な紅茶の香りとサクサク食感 「小枝<ロイヤルミルクティー>」 4月21日(火) 新発売

～「小枝といっしょにサクッとひとやすみ」キャンペーン実施～

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、発売 55 周年を迎えるロングセラーチョコレート「小枝」から、紅茶が上品に香り立つ味わいが楽しめる「小枝<ロイヤルミルクティー>」を4月21日(火)より期間限定で発売いたします。ミルキーなホワイトチョコレートに紅茶パウダーを練り込み、ひとくちごとにふわっと広がるロイヤルミルクティーの香りを実現しました。さらに、パフとビスケットの2種類の具材を組み合わせたコンビネーションにより、軽やかなサクサク食感とチョコレートのハーモニーを楽しめます。また、発売に合わせて、お好きな小枝でひとやすみクッション(1名様)や、選べる電子ポイント「デジコ」500円分(70名様)を小枝の購入者から抽選でプレゼントする「小枝といっしょにサクッとひとやすみ」キャンペーンを実施します。ミルキーなチョコと紅茶の香りがやさしく広がる春のティータイムにぴったりの「小枝<ロイヤルミルクティー>」の発売とキャンペーンにより、お客様に笑顔を提供してまいります。



小枝を2個買ったレシートでWEBから応募しよう!

小枝といっしょに
サクッとひとやすみ
キャンペーン

抽選で総計
71名様に当たる!

Aコース
お好きな小枝で
ひとやすみクッション
1名様

Bコース
選べる電子ポイント
(デジコ) 500円分
70名様

デジコ 500円分
選べる電子ポイント デジコ交換先
PayPay amazon
PayPayモバイル Amazonギフトカード
そのほか最大6000種類以上の
デジタルポイントに交換可能!

小枝の箱
約19個分
の長さ!

小枝<ロイヤルミルクティー>

- ・ミルキーなホワイトチョコレートに紅茶パウダーを練り込んだ、紅茶がふわっと香り立つ上品なロイヤルミルクティー風味のチョコレート。
- ・具材としてパフとビスケットを使用することで、軽やかなサクサク食感を実現。
- ・枝の形のひとくちサイズで、ティータイムや小腹満たしに食べやすい設計。

小枝といっしょにサクッとひとやすみ キャンペーンについて

小枝の対象商品をご購入の方に、抽選で豪華プレゼントがあたるキャンペーンを実施します。

■応募方法

対象商品を2個以上お買い上げいただいたレシートを撮影し、特設サイトからアップロードしてご応募ください。対象商品のうち、必ず1個は小枝<ミルク>を含めてご応募ください。※<ミルク>であれば44本、ティータイムパックいずれも可です。

ご応募いただいた方の中から抽選で、

Aコース：おおきな小枝でひとやすみクッション（1名様）、Bコース：選べる電子ポイント「デジコ」500円分（70名様）をプレゼントいたします。

■対象商品

44本 小枝<ミルク>

101g 小枝<ミルク>ティータイムパック

44本 小枝<ロイヤルミルクティー>

100g 小枝<ロイヤルミルクティー>ティータイムパック

■応募期間

2026年4月21日（火）～2026年6月22日（月）

23：59まで

■レシート有効期間

2026年4月21日（火）～2026年6月22日（月）購入分まで

■キャンペーン特設サイト

URL：<https://www.morinaga.co.jp/koeda/spring-cp2026>



「小枝」55周年（1971年の誕生と現在）

目指せ！スナックタイプの新感覚チョコレート「小枝」誕生（1971年）

1960年代、チョコレートの主流は板チョコレートでした。一方で、カラーテレビを見ながらポテトチップスをつまむような“ながら族”のライフスタイルが広がり、森永製菓では「スナック感覚で食べられるチョコレート」の開発に挑戦。研究所でナッツやパフ等の具材を入れて絞り出したチョコの開発試作を行っていました。ちょうどその頃、研究所長がヨーロッパで見つけた具材入りスティック状のチョコレートにヒントを得て、「これは面白い！」と本格的な開発が前進。日本人の嗜好にあう具材や組み合わせ、味わいは何かを考え、歯ごたえと舌触りに特徴のあるパフやナッツをたっぷり配合した、サクサク軽い食感とチョコ感を楽しめる「小枝」が誕生しました。



和名「小枝」と筆文字ロゴ、赤いパッケージの理由

商品名は、菓子が小枝に見えることから名付けられました。当時、西洋風がかっこ良いとされ、アルファベットを使うことが“カッコ良く”、日本語を必要事項として入れるのすら“カッコ悪い”と感じられることも。そうした時代に、あえて和名「小枝」を選ぶことは、大きな挑戦でした。デザインでは、軽やかさと可愛らしさ、新規性を感じるパッケージにするために工夫を重ね、悩んだ末、和名であることを強調できて、洋菓子とのミスマッチによるインパクトを狙えるように、「小枝」を筆文字にすることを思いついたそうです。筆文字は当時のデザイナーのお母様（書家）によるもので、印象的で個性的な文字に仕上げるべく何度も書き直しました。

小さな枝に込めた大きな願い

高度経済成長の陰で環境破壊が進む時代に、自然に目を向けてほしいという願いを込め、「高原の小枝を大切に」というキャッチコピーで発売しました。和名のチョコレート、そして道徳的ともいえるメッセージを掲げることには、社内で賛否もありましたが、結果として大きな共感を生みました。

55周年、原点の“サクサク感”をさらに進化（2026年）

発売当時は実はカシューナッツを使っていましたが今はアーモンドを使っていたり、飴がけしたアーモンドを使ったり焙煎アーモンドを使ったり、パフの種類を変えたり、具材の量を変えたりと、ロングセラーにあぐらをかくことなく、具材とチョコの絶妙なバランスを50年以上追求してきました。2026年には発売55周年を迎え、3月下旬より「小枝<ミルク>」を品質リニューアル。小枝ならではのサクサク感を一段と高め、カカオ感のある味わい設計へアップデートしました。



■商品概要

商品名	小枝<ロイヤルミルクティー>	小枝<ロイヤルミルクティー>ティータイムパック
内容量	44本	100g
参考小売価格	オープンプライス	
発売日	2026年4月21日～11月予定	2026年4月21日～無くなり次第終了
発売地区	全国/全ルート	
ターゲット	30～50代女性	

商品名	小枝<ミルク>	小枝<ミルク>ティータイムパック
内容量	44本	101g
参考小売価格	オープンプライス	
発売日	既発売	
発売地区	全国/全ルート	
ターゲット	30～50代女性	