NEWS RELEASE
かがやく“笑顔”のために
森永乳業株式会社
〒105-7122 東京都港区東新橋1-5-2

2025年8月28日

今度は人生ゲームとコラボ！目指せピノ万長者！

「ピノ チョコアソート（人生ゲームパッケージ）」

9月8日（月）より全国にて数量限定発売

「ピノ いちごのアソート（人生ゲームパッケージ）」

10月27日（月）より全国にて数量限定発売

森永乳業株式会社（社長：大貫陽一、本社：東京都港区）は、ロングセラーブランド**「ピノ」シリーズ**から、「人生ゲーム」※1（発売元：株式会社タカラトミー）とコラボした、**「ピノ チョコアソート（人生ゲームパッケージ）」**を9月8日（月）より、**「ピノ いちごのアソート（人生ゲームパッケージ）」**を、10月27日（月）より、全国にて数量限定発売いたします。

※1「人生ゲーム」は1960年に米国で生まれ、大手玩具・ゲーム会社ハズブロ社のライセンスを受けてタカラトミー（当時：タカラ）が発売

「ピノ」は、チョコとアイスの絶妙なバランスのおいしさが楽しめ、ひとつぶ食べると笑顔になれるひとくちアイスのロングセラーブランドです。1976年の発売以来たくさんのお客さまからご愛顧いただき、2025年10月には発売50年目に突入します。

この秋の**「ピノ」**は、**「ピノ」**と同様に幅広い世代から長く親しまれている国民的盤ゲーム**『人生ゲーム』**とコラボレーション！専用デザインのパッケージ2箱※2で、ピノオリジナルの『人生ゲーム』を作って遊べます。また、盤面は2箱以上使ってスタートとゴールをつなげることで、さらにマスを増やして遊ぶこともできます。

※2 1箱はパーツ（ルーレット、コマ、職業カード、ピノカード）用、もう1箱は盤面用に使用します。チョコアソート1箱といちごのアソート1箱でも作れます。

ルーレットを回してマス目を進むと、ピノにちなんだオリジナルの出来事が体験できます。ピノカードを集めてピノ万長者を目指します。使用するコマにもピノがデザインされており、**『人生ゲーム』**の世界観を通じて、**「ピノ」**が持つワクワクや楽しさをパワーアップしてお届けしてまいります。

Licensed by:
© 1968,2025 Hasbro. All Rights Reserved.
© TOMY

家族や友達と、ピノにちなんだ山あり谷ありのイベントを、ドキドキワクワクしながらお楽しみください。

1. 商品特長

①<ピノ アソート(人生ゲームパッケージ)>シリーズ共通

・対象パッケージを 2 箱使用してピノオリジナルの『人生ゲーム』を作って遊べます。
・盤面は 2 箱以上使ってスタートとゴールをつなげることで、さらにマスを増やして遊ぶこともできます。
・数量限定発売です。

② <ピノ いちごのアソート(人生ゲームパッケージ)>

・「いちご」「いちごミルク」「ダブルいちご」の 3 種類のいちごフレーバーが楽しめるいちご尽くしの限定アソートです。
・「いちご」はセミスイートチョコといちごアイス、「いちごミルク」はいちごチョコとミルクアイス、「ダブルいちご」はいちごチョコといちごアイスの組み合わせが楽しめます。
・「いちご」「いちごミルク」「ダブルいちご」の 3 種類各 7 粒で合計 21 粒入りです。

③<ピノ チョコアソート(人生ゲームパッケージ)>

・「バニラ」、「アーモンド味」、「チョコ」の 3 種類各 7 粒で合計 21 粒入りです。

2. 商品概要

①商品名	ピノ チョコアソート (人生ゲームパッケージ)	ピノ いちごのアソート (人生ゲームパッケージ)
②種類別/名称	アイスクリーム	アイスミルク
③包装形態	紙カルトン、ピロー包装	
④内容量	210ml(10ml×21 粒)	
⑤保存方法	要冷凍(−18℃以下)	
⑥エネルギー	31kcal/1 粒(10ml)当たり(バニラ) 30kcal/1 粒(10ml)当たり(アーモンド味) 32kcal/1 粒(10ml)当たり(チョコ)	31kcal/1 粒(10ml)当たり(いちご) 31kcal/1 粒(10ml)当たり(いちごミルク) 31kcal/1 粒(10ml)当たり(ダブルいちご)
⑦主要ターゲット	ファミリー	
⑧主要売場	コンビニエンスストア、スーパーマーケット、一般小売店	
⑨希望小売価格	650 円(税別)	
⑩発売日・地区	9 月 8 日(月)より全国にて発売	10 月 27 日(月)より全国にて発売
⑪JANコード	4902720 165471	4902720 164566

3. 参考情報

「人生ゲーム」は、ルーレットを回してマス目を進み、人生の様々なイベントを経て億万長者を目指す盤ゲームです。

「人生山あり谷あり～」のコピーで始まるテレビコマーシャルと共に、高度経済成長期の1968年9月に発売されました。

初代「人生ゲーム」は、1960年にアメリカで発売された『THE GAME OF LIFE』の直訳版に近いものでした。

その後、1983年に発売した3代目から日本オリジナルの内容となり、時代の世相やトレンドを反映させながら常に話題性のあるゲームとして展開してきました。

「人生ゲーム」は大きくわけて2つのカテゴリーで展開しており、フラッグシップモデルである①「スタンダード版」と、キャラクターコラボレーションやトレンドイベントなどを取り入れた②「テーマライン版」があります。

「スタンダード版」は 8 代目(2023 年 4 月発売)が発売中で、歴代の累計販売個数は 1,600 万個を超えています。

© 1968,2023 Hasbro. All Rights Reserved.
© TOMY

＜関連 URL＞

タカラトミー公式サイト ： www.takaratomy.co.jp/products/jinsei/

【ハズブロについて】

ハズブロ(Hasbro)は、「遊びの魔法で、よろこびとつながりを」をミッションに掲げる、世界有数のゲーム、IP、トイカンパニーです。164 年以上にわたる歴史と専門性を活かし、玩具・ボードゲーム・ビデオゲーム・デジタルゲーム・ライセンス商品・映像・ロケーション型エンターテインメントなど、多彩な形で革新的なプレイ体験を提供。世界中の子どもたち、ファミリー、そしてファン、年間 5 億人以上にリーチしています。

「フランチャイズ・ファースト」のアプローチを軸に、MAGIC: THE GATHERING(マジック:ザ・ギャザリング)、DUNGEONS & DRAGONS(ダンジョンズ&ドラゴンズ)、MONOPOLY(モノポリー)、HASBRO GAMES、NERF(ナーフ)、TRANSFORMERS(トランスフォーマー)、PLAY-DOH(プレイドー)、PEPPA PIG(ペッパピッグ)など、革新と伝統を融合した数々のブランドを展開。多彩なパートナーやグループスタジオとのネットワークと、数千におよぶ象徴的な IP のポートフォリオを通じて、テーブルトップからスクリーンまで、あらゆる場所でファンを魅了し続けています。

また、ハズブロは 10 年以上にわたり、企業市民としての取り組みも高く評価されており、3BL Media の「100 Best Corporate Citizens」、「2025 JUST Capital Industry Leader」、Civic 50 による「50 Most Community-Minded Companies in the U.S.」、Fast Company の「a Brand that Matters」に選出されています。

詳細は公式サイト https://corporate.hasbro.com または LinkedIn 公式アカウント(@Hasbro)をご覧ください。

お客さまからのお問い合わせ先　お客さま相談室 フリーダイヤル　0120-082-749
＜森永乳業ウェブサイト＞　https://www.morinagamilk.co.jp
＜「ピノ」ブランドサイト＞　https://www.pinoice.com/
＜「ピノ」公式 SNS＞　https://x.com/morinaga_pino

【クレジット表記記載のお願い】

商品画像をご使用の際は必ず下記クレジット表記を記載していただきますようお願いいたします。

© 1968,2025 Hasbro. All Rights Reserved.
© TOMY

以上