



2015年8月20日

“既食スルー”できるほどのさりげなさ 新携帯ハッシュドポテトスナック「ハッシュ」 ついに“スナック迷彩”の菓子化に成功

株式会社フレンテの事業会社である株式会社湖池屋（本社：板橋区／社長：田子忠）は、いつでも、どこでも一粒ぱくっ！新携帯ハッシュドポテトスナック「ハッシュ」を2015年9月7日より全国コンビニエンスストア、2015年9月21日より全国スーパーマーケット等、一般チャンネルにて発売します。



【開発背景】

単身世帯の増加や女性の社会進出などを背景に様々なカテゴリーにおいて“個食化”が進んでおり、特に女性を中心に携帯性に優れたコンパクトなサイズの商品を求められる傾向が見られます。湖池屋では、女性を中心に流行の兆しのある“個食化”をテーマにした新商品を開発しました。

新商品を開発するにあたり、20～30代女性500名にアンケートを実施したところ、アンケートに回答した500名全員が仕事中心にお菓子を『毎日食べる』と回答し、オフィスにおいてひとりでおやつを食べる“個食化”が浸透していることが浮かび上がってきましたが、上記の結果と同時に『こっそり食べる』と回答した方が約40%に上るなど、『周囲の目が気になる』、『何となく罪悪感がある』など、女性特有の心理がそこに存在することもあきらかになりました。

【実は私も…こっそり〇〇しちゃってます！働く女性のおやつ事情を大公開！！】

アンケート結果はこちら↓↓↓

<http://koikeya.co.jp/hash/>

以上の結果を踏まえ、湖池屋では、オフィスなどで『他人にバレずにおやつを食べたい』という女性特有の心理と欲求に対応できる新商品の開発に着手しました。オフィスのデスクに置かれていても、スナック菓子と気づかれずに“既食スルー”されるほどに周辺環境と一体化しながら、ハッシュドポテトスナックという名前に相応しい、じゃがいもの味わいをしっかりと楽しめる味に仕上げつつ、一粒でも食べ応えのある食感を実現。度重なる試行錯誤の末、湖池屋はついにスナック迷彩の菓子化に成功しました。

この度の新携帯ハッシュドポテトスナック「ハッシュ」の発売を起点として、女性たちの心と小腹のスキマにアプローチする“コバラケーション活動”を推進し、湖池屋ではスナック菓子を通じて、今後も流行の兆しをみせる個食化マーケットに対応する新商品を投入していきます。

【商品特徴】

- ・ハッシュドポテトをイメージしたスナック菓子。
- ・一粒でも満足できるしっかりとした噛み心地と味わい。
- ・食べやすい一口サイズで、口紅も安心。
- ・オフィスにあっても違和感のない、お洒落なパッケージ。
- ・シーンにあわせて3つの開け方が選べる紙素材のパッケージ。
- ・牛乳パックのように開けるとちょこちょこ食べができる。
- ・カバンや引出しにもしまえるコンパクトサイズ。

【商品概要】

- 商品名：「ハッシュ オリジナルソルト」
「ハッシュ タルタルディップ味」
- 内容量：35g
- 価格：オープン価格
- 発売日・販売先：2015年9月7日（月）全国コンビニエンスストア先行
2015年9月21日（月）全国スーパーマーケット等、一般チャネル

【読者からのお問い合わせ先】

株式会社湖池屋 お客様センター
Tel.0120-941-751
受付：月～金 9：00～17：00
(祝日除く)

【報道関係者からのお問い合わせ先】

株式会社湖池屋 広報課：小幡/山口
Tel.03-3979-2112 Fax. 03-3979-2156
〒175-0094 東京都板橋区成増 5-9-7
E-mail. pr@frente.co.jp

