



報道関係者各位

2018年11月吉日

株式会社湖池屋「私立 スコーン学園」PR 事務局

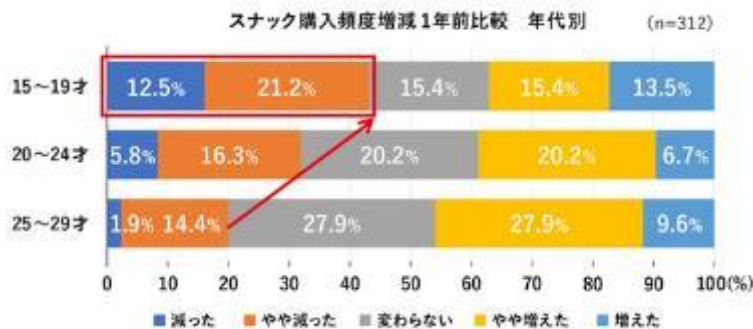
湖池屋「スコーン」32年ぶりのフルリニューアル発表記念 「私立 スコーン学園」2019年2月の開校を発表

株式会社湖池屋(本社:板橋区/社長:佐藤章/以下、湖池屋)のロングセラーブランド「スコーン」は、近年の“若者のスナック離れ”を受け、若者に寄り添う“青春のパワースナック”を目指し、「私立スコーン学園」(以下、スコ学)を設立し、2019年に開校することを、11月29日(木)、アーツ千代田 3331(旧千代田区立練成中学校)体育館での「私立スコーン学園入学説明会」にて発表いたしました。



●スコ学設立の背景となった、“若者のスナック離れ”とは？

ロングセラーブランドである「スコーン」を取り巻く課題、それは“若者のスナック離れ”。湖池屋の調査結果^{※1}によると、1年前と比べてスナックの購入頻度が10代は全体の約34%が「減った・やや減った」と回答。20代前半は約22%、20代後半は約16%と、若年層になるほどスナック購入頻度が減っていることが明らかになりました。



●スコ学は若者に対し湖池屋が本気で臨む一大プロジェクト

スコ学は、この若者向け調査で明らかになった“若者のスナック離れ”に対し、ブランドとして真摯に向き合い、スコーンが“青春のパワースナック”となって若者に寄り添い、支えたい…という湖池屋の本気の想いから生まれたプロジェクト。入学説明会当日は、来年開校するスコ学に関する以下のコンテンツが発表されました。

1. スコ学生のマストアイテム「新生スコーン」
2. スコ学生活を彩る制服やジャージ、カバンなどのグッズ
3. スコ学のマスコットとなる新ブランドキャラクター「ハラペコング」
4. スコ学開校予告ムービー「スコーン熱血物語 OP(KOIKEYA ALL STAR MIX)」
5. スコ学生がスコーンを楽しむための最新鋭デバイス開発計画
6. スコ学在校生代表の野性爆弾 くつきーさん(実写版ハラペコング)による「若者たちに贈る言葉」のスピーチ



●スコ学生のマストアイテム「新生スコーン」

新パッケージではロゴを縦書きにし、さらに新キャラクターを加えることでアイキャッチのある強いデザインに刷新。生地にもスーパースイートコーンを練りこむことで、とうもろこし本来の甘さと香ばしさを強化。フレーバーも原材料から丁寧に見直し、若者たちに愛されるより「濃い」美味しさを実現しました。“カリッと、ザクッと”これまで以上にパワフルな食べ応えが楽しめます。



憧れのクアトロチーズ味



がっつきバーベキュー味



どはまり濃いもろこし味

●スコ学生生活を彩る制服、ジャージ、カバンなどのグッズ

入学説明会では、スコ学開校にあたり、学園の制服やジャージ、カバンなどのグッズも紹介されました。さらには、湖池屋社員が教科ごとに専任教員となることも発表され、湖池屋全社一丸となったプロジェクトに対する熱量をPRしました。



●スコ学のマスコットとなる新ブランドキャラクター「ハラペコング」

湖池屋ブランドの中で唯一、キャラクターが不在だったスコーン。より若者に寄り添った「青春のパワースナック」の象徴として、新キャラ「ハラペコング」が発表されました。若者たちとの情緒的な結びつきを強化する「燃え」キャラとして、「ガツガツ食欲で、好きなことには熱く燃える、ちょっとおバカでいいヤツ。」そんな濃いキャラが今の若者に共感されるとの考えから誕生しました。

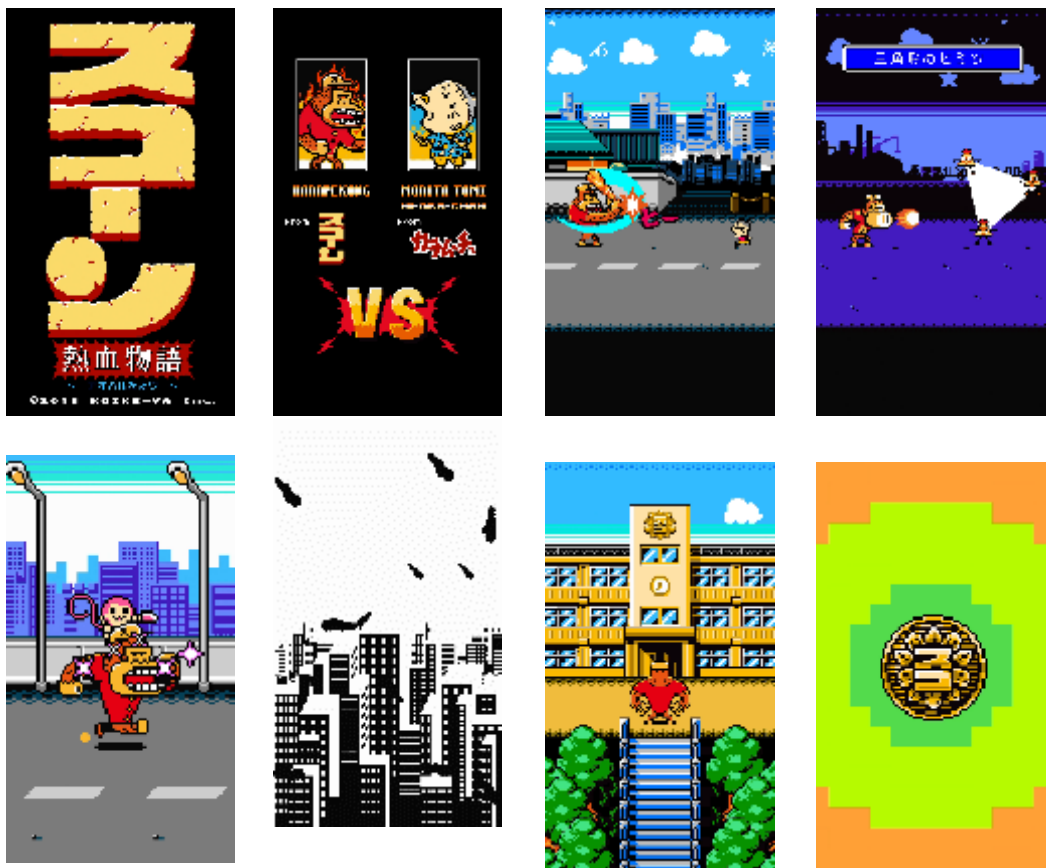




●スコ学開校予告ムービー「スコーン熱血物語 OP(KOIKEYA ALL STAR MIX)」

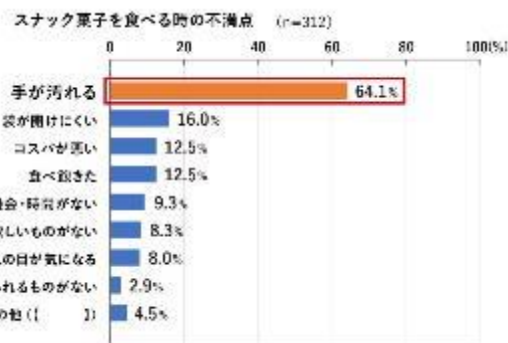
スコ学設立の発表時には、特別予告映像も公開しました。ハラペコングがスコ学に登校する様子をアクションゲーム風の映像で表現。道中で登場する歴代の湖池屋キャラクターをハラペコングがバツバツとなぎ倒していく、まさに湖池屋の本気が現れた映像です。ムービーのダイジェスト版は、湖池屋公式 SNS でも公開されています。

湖池屋 公式 Twitter アカウント : https://twitter.com/koikeya_cp



●スコ学生がスコーンを楽しむための最新鋭デバイス開発計画

入学説明会の後半では、スコ学が注力する教育テーマを発表。現代社会のテーマでは意識調査※1の結果から若者のスナック離れの要因を発表。「スマホを使用しながら食べている」という回答が全体の 34%、「手が汚れる」という不満を持ち合わせている回答は全体の約 64%という結果から、「スマホを使用しながらスナック菓子を食べると手が汚れること」に不満を感じていることが読み取れる結果となりました。そのソリューションとして、手が汚れないための最新鋭デバイス「指サック」を開発するなど、若者のスナック離れへの対策方針を発表しました。





●スコ学在校生代表の野性爆弾 くっきーさん(実写版ハラペコング)によるスピーチで“迷言”連発

最後に、スコ学の在校生代表でありハラペコングの化身となった野性爆弾のくっきーさんより、若者に向けて激励？のスピーチが行われました。くっきーさんは、最近の若者に対し「空も見ず、地べた地べた、下ばかりを見て…」と嘆く一方で、スコ学については「若者たちのひん曲がった背中を正すような学園」と紹介すると「下を向いたような姿勢にはさせない！」と宣言し、学園の代表として現代の若者たちとコミュニケーションを取る意気込みをアピールしました。

さらにはスコ学の motto について“大いに遊べ、大いに恋せよ。そして、大いに動物たちに愛を注いで…”という、一部アンオフィシャルな motto を宣言するなど珍発言を連発。最後は最近流行らせようと思っているギャグで“スコーンを…きゃないきゃない！ 食べるっきゃない！”という号令で締めくり、会場を大いに沸かせました。



●「私立 スコーン学園」理事長からのご挨拶
～勉強は、ホドホドに。～

この度、私ども湖池屋は若者たちのスナック離れに全力で向き合った結果、32年ぶりに基幹ブランド「スコーン」を刷新し、同時にこの私立スコーン学園を設立する運びとなりました。校訓である「勉強は、ホドホドに。」を礎に、カリッとザクッと小気味良い食感と、飽きのこない、いやむしろアクの強い学園ライフを提供し、学園生たちを育成して参ります。来たる2019年の開校に向けては、入学説明会を皮切りに、ザクザクッと準備を進めて参ります。私は、若者の成長は、常にスコーンと共にあることを信じて疑いません。May the Sucorn be with you!



※1…調査概要

調査名称	: 若者のスナック菓子に対する意識調査
調査方法	: インターネットによる調査
調査期間	: 2018年11月16日(金)～2018年11月18日(日)
調査対象	: 12-29歳の男女
調査対象エリア条件	: 東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県在住
有効回答数	: 312人
調査委託会社	: 株式会社マクロミル

本件に関する報道関係者様のお問い合わせ先

「私立 スコーン学園」PR 事務局 アウル株式会社

TEL: 03-5545-3888 FAX: 03-5545-3887 MAIL: sucorn-ml@aur.co.jp