



2016年3月28日

スナックの常識をチェンジ！
2倍楽しめる、味チェンスナック
「じゃが味+」新登場！
～コイケヤは味チェン市場を創造します～

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、1つで2種類の味が楽しめる味チェンスナック※1「じゃが味+（じゃがあじプラス）」を2016年3月28日より全国コンビニエンスストアにて先行発売、2016年4月11日より全国スーパーマーケット等、一般チャネルにて発売します。

※1 味チェンとは、「味チェンジ(=味の変化)」の略語。味チェンスナックは「Aの味からBの味へと変化するスナック」を指します



「じゃが味+」ブランドサイト
<http://koikeya.co.jp/jyagaaji/>

【開発背景】

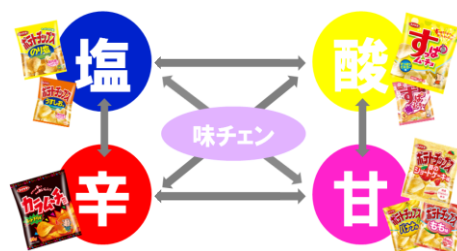
他商品のお客様調査にて「スナックの味が変わるとしたらどう感じるか」に関する質問をしたところ、「ワクワクする」という声が多く挙げられました。その声をヒントに、味が変わり楽しめる「味チェンスナック」の企画をはじめました。スナック業界では、スナックは「ひとつの味」が常識ですが、昨年販売した「ポテトチップスもも味・バナナ味」のように、常識に縛られずワクワクできる楽しさや驚きを追求し、そこから新たなコミュニケーションが生まれるような商品を目指しました。

企画から発売決定までにかかった期間は約6ヵ月間。味に変化をつけるため、通常商品の倍以上の時間を要しました。開発で一番苦労した点は、味が変わる前と後にしっかりと「個性」を出すこと。はじめの味が濃すぎると変化が分かりづらく、逆に薄すぎるとそもそも何味なのかわからないため、どちらもおいしくなければな

りません。そのため、味の改良は約200回近く実施をし、驚きや楽しさの前提として、「おいしさ」をきちんと担保することを徹底しました。

「じゃが味+」のこだわりは主に3つ。1つめは『つながりと意外性』です。味が変わる前と後の味には、チーズとティラミス、ベーコンとカルボナーラ、のように共通の食材が含まれている必要がありますが、そのつながりを最大限楽しいものにするべく「意外性」を追求しました。2つめは『スナック欲求への充足』です。日常のスナック欲求に応えたいという想いを込めて、カロリーを抑え2種類の味をひとつの商品で楽しむことができるように仕上げました。そして3つめは、『驚きと楽しさ』です。「味の変化が分かりやすいフレーバー」を選定し、味の変化だけではなく「あっ!」という『驚き』と、それを共有する『楽しさ』を味わえるような工夫をしました。

今回の味チェンスナックを皮切りに、「おいしさ・おもしろさ」にこだわる湖池屋は「味チェン市場の創造」を目指します。スナック業界において、味チェンは大きな可能性を示唆しています。現在、右図の通りスナックを味で分類すると、大きく4つのカテゴリが存在します。しかし、味チェン市場を創造することで、4つのカテゴリの組み合わせにより色々な味の変化を楽しむことができます。あらゆる可能性に賭け、お客様の心に届く橋を架け、激動の時代を駆けてきた湖池屋だからこそ、「かける」ことで味が変わる、味チェン市場をつくってゆきます。



味の4象限での主力商品のマッピング

【製品概要】

製品名・内容量 : 「じゃが味+ (じゃがあじプラス) チーズ味~ティラミス味」・27g(※2)
「じゃが味+ (じゃがあじプラス) ベーコン味~カルボナーラ味」・27g(※2)
※2 ポテトチップス 25g、味チェンパウダー2g

価格 : オープン価格

発売日・販売先 : 2016年3月28日(月) 全国コンビニエンスストア
2016年4月11日(月) 全国スーパーマーケット等、一般チャネル

「じゃが味+」の最大の特徴は、1つで2種類の味が楽しめる「味チェンパウダー」です。「チーズ味~ティラミス味」では、定番人気のチーズ味が、濃厚なティラミス味に変化。「ベーコン味~カルボナーラ味」では、香ばしいベーコン味がボリューム満点なカルボナーラ味に変化します。



じゃが味+の味チェンイメージ

【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: 山口/小幡
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

