



2009年9月9日
ミニストップ株式会社
(証券コード9946)

ミニストップ、「幸級デザート」の新ブランド「ハピリッチ」が誕生

ミニストップ株式会社(本社:東京都千代田区 社長:阿部信行)は2009年10月27日(火)より、新スイーツブランド「HAPPYRICH SWEETS(ハピリッチ スイーツ)」を立ち上げ、全国のミニストップ(2009年8月末現在:1,973店)にて発売を開始いたします。新ブランドを誕生させることにより、ミニストップの強みであるスイーツを今後も更に確立してまいります。



「ハピリッチ スイーツ」とは

「ハピリッチ」とは、ミニストップのチルドスイーツの新しいオリジナルブランドとして、「**幸級 = ハッピーでちょっとだけリッチな日常のデザート**」をコンセプトに誕生いたしました。ブランドネームは、ブランドコンセプトの要素である「**Happy ~ ハッピーな幸せ ~**」と「**Rich ~ リッチな幸せ**」という2語を組み合わせ、ミニストップのオリジナルデザートを食べ、お客さまの毎日に小さな幸せをご提供できるようにという思いが込められております。

「ハピリッチ スイーツ」のブランド開発

クオリティ・デザートブランド

ミニストップが今回のプロジェクトに参加するにあたり行ったコンビニデザートのユーザーに対する調査によると、コンビニエンスストアで購入する商品としてミニストップのデザート評価は高く、「甘いものに強い(力をいれている)ミニストップ」という評判を受けている事がわかりました。その従来の商品に対する評価を受け継いで、新ブランド「ハピリッチ スイーツ」は、デザートを知り尽くすミニストップが提供する、しっかりしたつくりで手の込んだオリジナリティの高い商品群 = 「クオリティ・デザートブランド」を目指しています。

見た目は高級(ちょっと贅沢)、選んで幸級なデイリーデザート

「甘いもの」に対する上記調査によると、甘いものを食べるきっかけは、疲れている時やくつろげる時、自分へのご褒美が多数を占め、甘いものに対して「癒し」や「明日への活力」を求めていることがわかりました。又、約7割以上の方が「食べてシアワセ」ではなく、「選んでシアワセ」と答えていることから見た目に対しても手の込んだものを求めていることがわかりました。この調査の結果を活かし、ミニストップでは**消費者の立場になって考案する、見た目は高級(ちょっと贅沢)、選んで幸級なデイリーデザート**を提供してまいります。

(新PB「ハピリッチ」に関するお問い合わせ先)
ミニストップ株式会社 経営企画本部 秘書・広報 菅原、佐藤
TEL:043-212-6477

(本件に関するお問い合わせ先)
ミニストップ 新PB「ハピリッチ」PR事務局
(株)アンティル 秋山、吉本、樋口
TEL:03-5572-6064 FAX:03-5572-6065