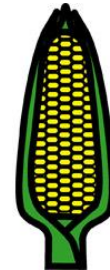


# 甘くないキャラメルコーン

～ 常識を裏切る発想の転換 ～

■お菓子メーカーの東ハトは、1971年にスナック菓子「キャラメルコーン」を発売開始し、2016年に45周年を迎えました。このことを記念してキャラメルコーンのブランド力を生かして、「これまでとは全く異なる路線の商品をつくれなにか。」という発想から、「ウラキャラコーン・チーズ味」の開発・発売にいたりました。



■今までの「キャラメルコーン」は、「赤いパッケージで、ふんわりサクサク、すうっととろけてミルクキャラメルの香りが口いっぱいに広がる優しいおいしさ」という特徴で発売し、子どもから高齢者まで幅広いファンを持つロングセラー商品です。

■「ウラキャラコーン・チーズ味」は、キャラメルコーンの「ふんわりサクサク、すうっととろける」という特徴を生かしながら、キャラメルコーンの常識を「裏切る」おいしさの「甘くない、まろやかでコクのある、しょっぱいチーズ味」となっています。パッケージもキャラメルコーンのイメージカラーの赤と正反対の「青」となっています。

■2016年6月の「ウラキャラコーン」の発売開始時には、SNSを活用した対戦型の販売促進として、「キャラメルコーン」と「ウラキャラコーン」をライバルに見立てたキャンペーンを行いました。以来、キャラメルコーン全体の売り上げが前年比で10%の増加をするとともに、10月には「ウラキャラコーンうましお味」も発売し、さらに新味の開発も進めています。



資料番号：5-104-4

出所：『日経MJ（日経流通新聞）』2017年2月15日付

株式会社東ハト [http://tohato.jp/news/news.php?data\\_number=1356](http://tohato.jp/news/news.php?data_number=1356)