

2018年3月

フィラデルフィアからの新提案
当社独自の“マリアージュ製法(※1)”による二つの味が楽しめる“クリームチーズデザート”
**「フィラデルフィア クリーミーマリアージュ
クリームチーズと贅沢チョコの運命の出会い」**

3月1日(木)より、新発売のお知らせ

森永乳業は、世界中で愛されている「フィラデルフィア」ブランドから、「フィラデルフィア クリーミーマリアージュ クリームチーズと贅沢チョコの運命の出会い」を、3月1日(木)より発売いたします。

130年以上の歴史がある「フィラデルフィア」ブランドは、1970年に日本で初めてクリームチーズを発売して以来、多くのお客さまに愛されているロングセラーブランドです。

2016年度の日本国内チーズ市場は、総消費量が32万t(前年比100.3%)を超え、過去最高を更新しました(※2)。また、クリームチーズポーション市場も直近3年の伸長率が約104%と好調に推移しており(※3)、今後も成長が見込まれております。

「フィラデルフィア クリーミーマリアージュ クリームチーズと贅沢チョコの運命の出会い」は、クリームチーズとチョコレートがマーブル状に交じり合ったポーションタイプのクリームチーズデザートです。

当社独自の“マリアージュ製法”により、クリームチーズとチョコレートの2つのフレーバーを視覚的にも味覚的にもお楽しみいただけるようこだわりました。クリームチーズの濃厚なコクとベルギー産クーベルチュールチョコレートの上品な甘さのハーモニーを「フィラデルフィア クリーミーマリアージュ クリームチーズと贅沢チョコの運命の出会い」でぜひお楽しみください。

※1 流動性を有する二つの食品原料を効率よくマーブル状に混合する製法

※2 農林水産省 牛乳・乳製品 平成28年度チーズの需給表より

※3 インテージSRI クリームポーション市場

2015年1月～12月、2017年1月～12月 各年累計販売金額



1. 商品特長

- ①当社独自の“マリアージュ製法(※1)”により、クリームチーズとチョコレートがマーブル状に交じり合うように仕上げた“クリームチーズデザート”です。
- ②フィラデルフィアクリームチーズならではの濃厚なコクとなめらかな食感がお楽しみいただけます。
- ③上質な甘さのベルギー産クーベルチュールチョコレート(※4)を使用しています。

※4 チョコレート分中 65%使用

2. 商品概要

①商品名	フィラデルフィア クリーミーマリアージュ クリームチーズと贅沢チョコの運命の出会い
②種類別	乳等を主要原料とする食品
③包装形態	紙カルトン
④内容量	60g
⑤カロリー	47kcal (1個 15g 当たり)
⑥保存方法	要冷蔵 10℃以下
⑦賞味期限	6ヶ月
⑧主要ターゲット	30-50代女性
⑨主要売場	スーパーマーケット、一般小売店
⑩希望小売価格	270円(税別)
⑪発売日・地区	3月1日(木)・全国
⑫JANコード	4902720 132824

<参考> 「フィラデルフィアクリームチーズ」シリーズ

世界中で愛されて 130 年以上の歴史を持つ、伝統あるフィラデルフィアブランドです。



フィラデルフィアクリームチーズ

100%北海道産の新鮮な生乳と生クリーム
の贅沢なブレンドが作り出す、ナチュラル
チーズならではのクリーミーでコクのある味
わい。本格的なチーズケーキが作れるた
め、ご家庭だけでなく、お菓子研究家やパ
ティシエにもご愛用いただいております。



フィラデルフィアクリームチーズ 6P プレーン

豊かなコクとクリーミーでまろやかなおい
しき、滑らかな食感が楽しめるひとくちタ
イプの「フィラデルフィアクリームチーズ」
です。



フィラデルフィア 贅沢 3層仕立ての 濃厚クリーミーチーズ

外側にはコクが特長のチェダー、内
側にはクリーミーな味わいのクリーム
チーズが入ったスライスタイプでは日
本初の3層チーズです。

<森永乳業ウェブサイト>

<http://www.morinagamilk.co.jp/>

<クラフトチーズレシピサイト>

<http://kraftcheese.jp/>

<フィラデルフィアブランドサイト>

<http://www.happy-philly.jp/>

* KRAFT は Kraft Foods の商標です。フィラデルフィアはモンデリーズ・インターナショナルグループにより使用許諾されている商標です。

以 上

■「フィラデルフィア」ブランド担当より



■ チーズ商品開発の研究者からマーケッターへ

チーズ・食品マーケティンググループ 白庄司 宣明(しらしょうじ のぶあき)

神奈川県出身。2000年森永乳業入社、別海工場製造課に配属。2003年に食品総合研究所配属、2年間の米国留学後、チーズ製品の開発に携わり、2017年より現職。研究所時代から担当しているフィラデルフィアブランドのマーケティングを担当している。C.P.A認定チーズプロフェッショナル。農学博士。趣味は中国武術。



■ 約6年にわたりフィラデルフィアブランドを支えるマーケッター

チーズ・食品マーケティンググループ 大森 茜子(おおもり あきこ)

宮城県出身。2008年森永乳業入社、東京支社リテール営業部に配属。スーパーマーケットの営業担当を経て、2011年より現職。2012年より約6年間、フィラデルフィアブランドのマーケティングを担当している。趣味は専ら2歳になる息子のこと。

◆ 発売に至るまで5年、苦労を重ね確立させた“マリアージュ製法”

構想から発売までに5年かかりました。現在、国内チーズカテゴリーのポーションタイプにおいて、マーブル状の製品がない理由として、「狭い充填面積・少ない充填量・従来と同じ速い充填速度」で2つの食品を交じり合うように充填することが非常に難しい技術であることが挙げられます。この課題をひとつひとつ解決し、「クリームチーズやチョコレートのような流動性を有する食品を効率よくマーブル状に混合する製法」である“マリアージュ製法”を確立しました。

◆ これまでのポーションタイプのデザートチーズと異なる「クリームチーズデザート」

クリームチーズとチョコレートがマーブル状になって分かれているところが大きな差別化ポイントになります。クリームチーズの濃厚なコクとベルギー産クーベルチュールチョコレートの上品な甘さが口の中で混ぜ合わさり、“マリアージュ”するイメージです。完全に混ぜ合ってしまうとクリームチーズ感が全くなくなってしまうますが、本商品ではクリームチーズ本来のおいしさをしっかり味わえるようにこだわりました。そのため、「クリームチーズ」のシリーズとして捉えており、「クリームチーズデザート」という新たなカテゴリーとして提案していきたいと考えております。

◆ 育成していくためのマーケティング戦略は

差別化された特長であり、これまでにないおいしさを提供する「クリームチーズとチョコレートがマーブル状に混ぜ合っていること」を視覚的に伝えることで、お客さまにまず手に取り、おいしさを実感していただきたいと考えております。

◆ 最後に担当者より一言

(白庄司) 手作りの設備から始めたこのプロジェクト。製造方法確立までの道のりはとても陰しく困難でしたが、試行錯誤して実現できたチームメンバーの汗と涙の結晶です。目で見て、口で感じて、2度うっとり間違えなしです！

(大森) チーム一丸となり、長い期間こだわりをもって開発してきました。私自身も大好きな商品です。クリームチーズとチョコレートのマリアージュ体験、ぜひお楽しみください！