

**「PARM(パルム) ピュレコーティング オレンジ&バニラ」発売1カ月 710万本販売達成記念**

この夏、リゾートに行きたくても行けない人、1,000人に聞きました

**8割以上の方が「家で手軽にリゾート気分を楽しむ方法を実践したい」と**

## “イエナカ・リゾート”に関心

リゾートに行けない事情は様々でも

リゾートに行きたい理由は「リラックスしたい」・「日常を忘れたい」と精神的な目的が上位  
家でのリゾート気分を楽しむ方法として「食」で楽しむ事を重要視！

森永乳業は、大人世代に人気のアイスクリーム・ブランド「PARM(パルム)」に、なめらかなオレンジアイスとしっとりしたバニラアイスを、噛みだしやわらかな、オレンジ果肉とオレンジピールを含む果汁で包んだアイスバー「PARM(パルム) ピュレコーティング オレンジ&バニラ」を5月28日に発売いたしました。

「PARM(パルム)」のコンセプトである『デイリープレミアム』(日常のちょっとした贅沢)に、『リゾート』の要素を取り入れた新商品であり、実際に「PARM(パルム) ピュレコーティング オレンジ&バニラ」を食べた70%以上の方にリゾート地に出かけたようなちょっとした贅沢な気分を楽しんでいただいています(※2012年6月当社調べ/参考資料添付)。

同商品は今までにない新タイプのアイスバーとして好評をいただき、発売からわずか1ヶ月で、年間販売目標である1,215万本の半数以上の710万本を達成いたしました。

これを機に、この夏、リゾートに行きたくても行けない方たちが「リゾート」についてどのように捉えているのか、1,000名の方を対象に意識調査を実施いたしました。

### 【調査結果概要】

#### ■リゾートに行けない理由は、世代や性別によって様々

全体での理由は「経済的負担が大きい」「忙しくて時間がない」「家族の予定が合わない」の順でしたが、20代・40代・50代の男性に限ってみると「忙しくて時間がない」が1位、また30代～50代では「子供が勉強や部活で忙しくて一緒に行けない」という回答も多くありました。

#### ■リゾートに行きたい理由は「リラックスしたい」「日常を忘れたい」が圧倒的

続いて「普段より少し贅沢気分を味わいたい」と、行動面より精神面の回答が上位に来ている中、行動面では「おいしいものを食べたい」という回答も目立ちました。

#### ■「もしリゾートに行けるとしたら行きたい場所」は「沖縄」など国内が約7割

1位「沖縄」、2位「北海道」、3位「ハワイ」、続いて「軽井沢」「東京ディズニーリゾート®」と、比較的身近な場所の回答が多く見られました。

#### ■8割以上の方が「家で手軽にリゾート気分を楽しめるとしたら、実践してみたい」

家の中でのリゾート気分＝“イエナカ・リゾート”への関心の高さがうかがえます。

#### ■家でリゾート気分を楽しむ方法としては「食事や飲み物でちょっと贅沢をする」が1位

2位「ゆっくり食事をする」、3位「アイスなどのデザートを食べる」など、「食」で楽しむ事を重要視していることが分かります。

#### ■家でリゾート気分を楽しむ食べ物では「アイス」が1位

2位「トロピカルフルーツ」、3位「焼き肉・バーベキュー」など、身近な食べ物が人気を集めました。

この夏、リゾートに行きたくても行けない人、1,000人に聞きました

## リゾートについての意識調査 結果詳細

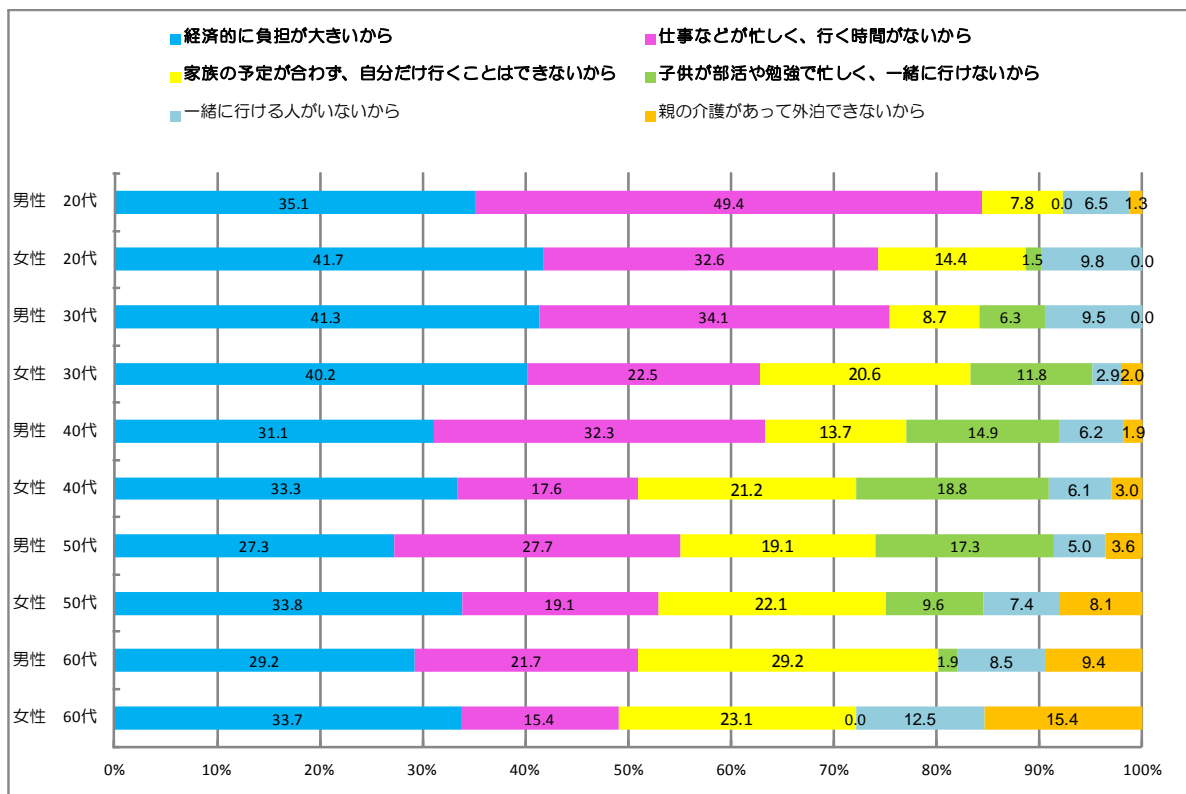
### Q. リゾートに行けない理由は何ですか（複数回答）

行けない理由は、経済事情だけでなく、「忙しさ」や「家族・子どもとの関わり」など、性別や年代の生活を反映

この夏、リゾートに行きたくても「行けない理由」を尋ねたところ、「経済的負担」「忙しくて時間がない」「家族の予定が合わない」といった回答が多く寄せられました。

これを年齢・男女別でみたところ（下記グラフ参照）、20代・40代・50代男性の理由1位は「忙しくて時間がない」でした。また、育ち盛りの子供がいるであろう年代の30～50代男女では「子供が部活などで忙しく一緒に行けない」の比重が高く、年代が高くなるに連れて「家族の予定が合わない」との回答が増える傾向が見られました。

リゾートに行けない理由（回答者全体）	
1位	経済的負担が大きい
2位	忙しくて時間がない
3位	家族の予定が合わず 自分だけいくことはできない



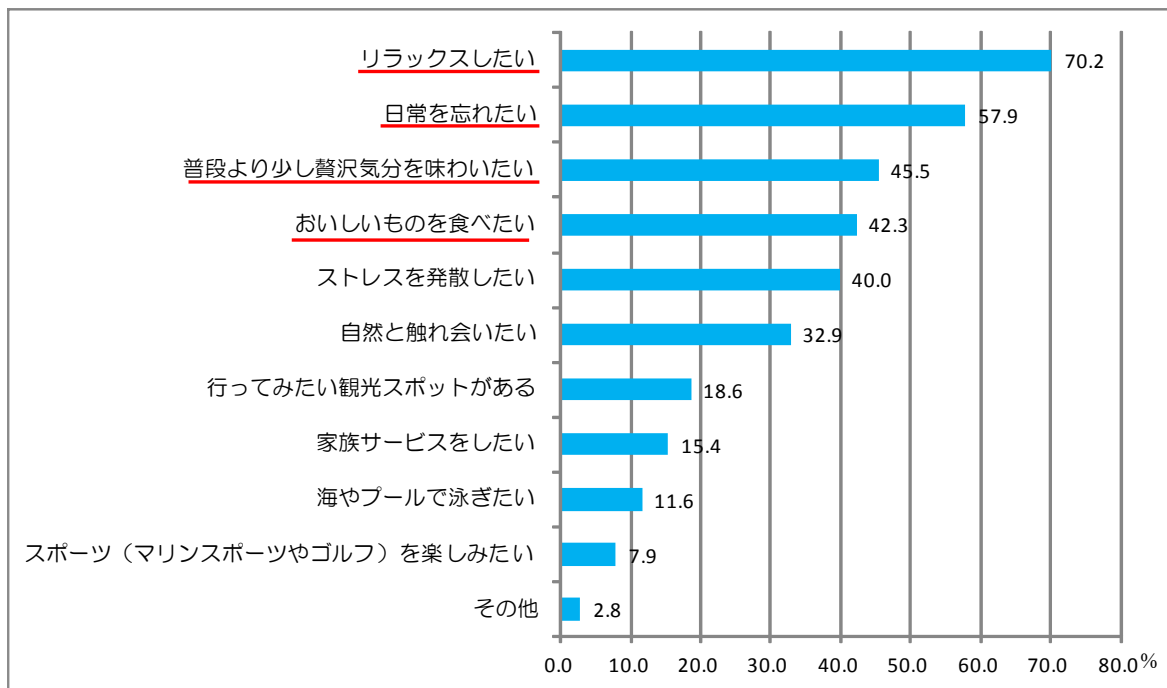
※数値は複数回答の合計を100%としたときの回答比率を表しています

## Q. リゾートに行きたい理由は何ですか（複数回答）

### リゾートに行きたい理由は、精神的な目的

リゾートに行きたい理由は「リラックスしたい」が最も多く、続いて「日常を忘れたい」「普段より少し贅沢気分を味わいたい」など、精神的な目的を意識している人が多く、「リゾート」の概念が「心の充足の場」となっていることがうかがえます。また、行動面では「おいしいものを食べたい」という回答が多いことから、リゾートにおいて「食」は重要なテーマであることが分かります。

1位	リラックスしたい
2位	日常を忘れたい
3位	普段より少し贅沢気分を味わいたい
4位	おいしいものを食べたい
5位	ストレスを発散したい



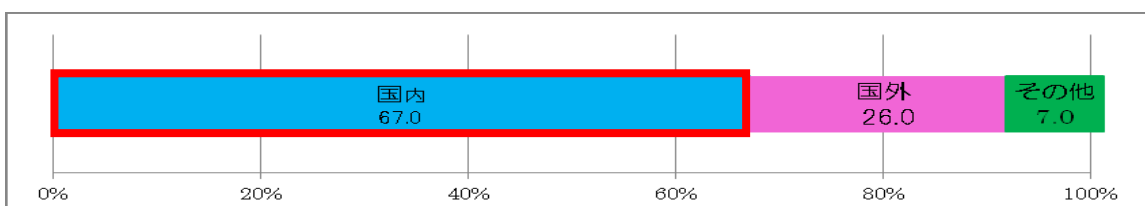
## Q. リゾートにもし行けるとしたらどこに行きたいですか

### 行きたいリゾート地は国内が約7割

もし行けるとしたら行きたいリゾート地は「沖縄」が最も支持を集め、「北海道」「軽井沢」「東京ディズニーリゾート®」と、5位までに4箇所、全体でも7割近くが国内との回答結果になりました。

比較的身近な場所が多く、手軽さを求めていることが伺えます。

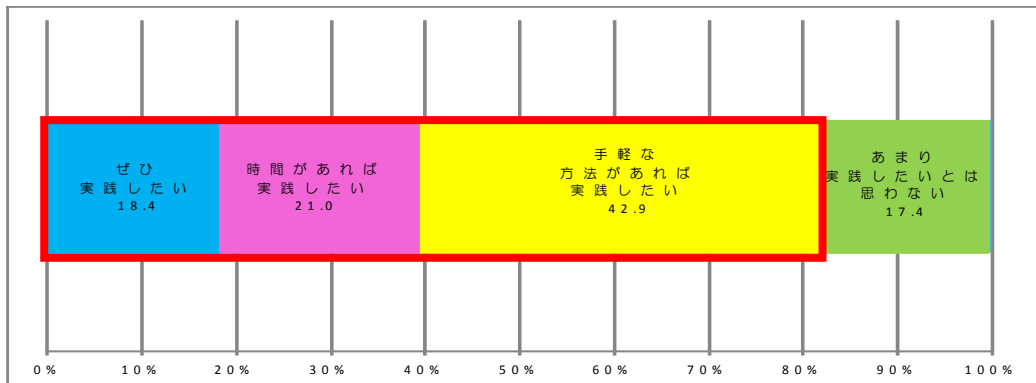
1位	沖縄
2位	北海道
3位	ハワイ
4位	軽井沢
5位	東京ディズニーリゾート®



## Q. リゾートに行けない代わりに、家で手軽にリゾート気分を楽しめるとしたら実践してみたいですか

### 8割以上の方が、家で手軽にリゾート気分を楽しむ＝“イエナカ・リゾート”に関心

全体の82%の方が「『ぜひ』・『時間があれば』・『手軽な方法があれば』実践したい」と回答していることから、家の中でのリゾート気分＝“イエナカ・リゾート”への関心の高さがうかがえます。



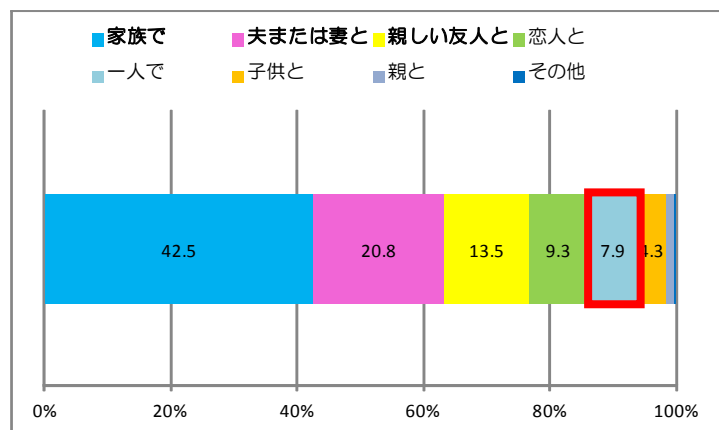
## Q. リゾートに行くとしたら誰と行きたいですか

## Q. 家でリゾート気分を楽しめる“イエナカ・リゾート”をするとしたら、誰と一緒に楽しみたいですか

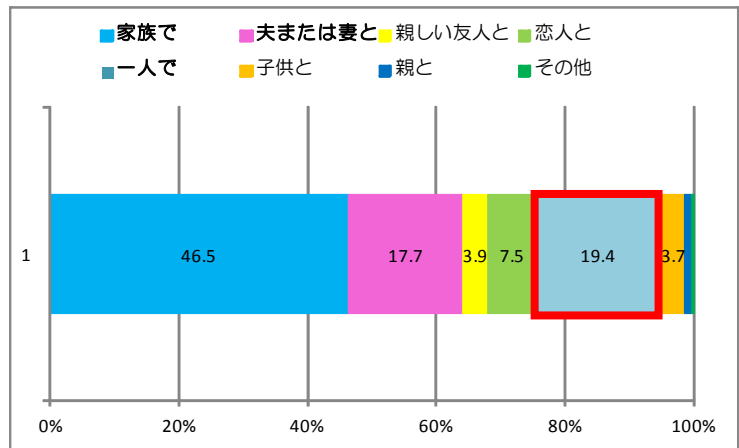
### リゾートと一緒にいきたいのも、“イエナカ・リゾート”を楽しみたいのも「家族と」が1位

リゾートと一緒にいく人、“イエナカ・リゾート”を楽しみたい人を聞いたところ共に「家族で」という回答が1位でした。特徴的なのは、リゾートの場合は「一人で」という回答が5位でしたが、“イエナカ・リゾート”では「家族で」に次ぐ2位となり、場合によっては1人でも楽しみたい、と考えていることがうかがえます。

リゾートに行くとしたら	
1位	家族で
2位	夫または妻と
3位	親しい友人と
4位	恋人と
5位	一人で



イエナカ・リゾートするとしたら	
1位	家族で
2位	一人で
3位	夫または妻と
4位	恋人と
5位	親しい友人と

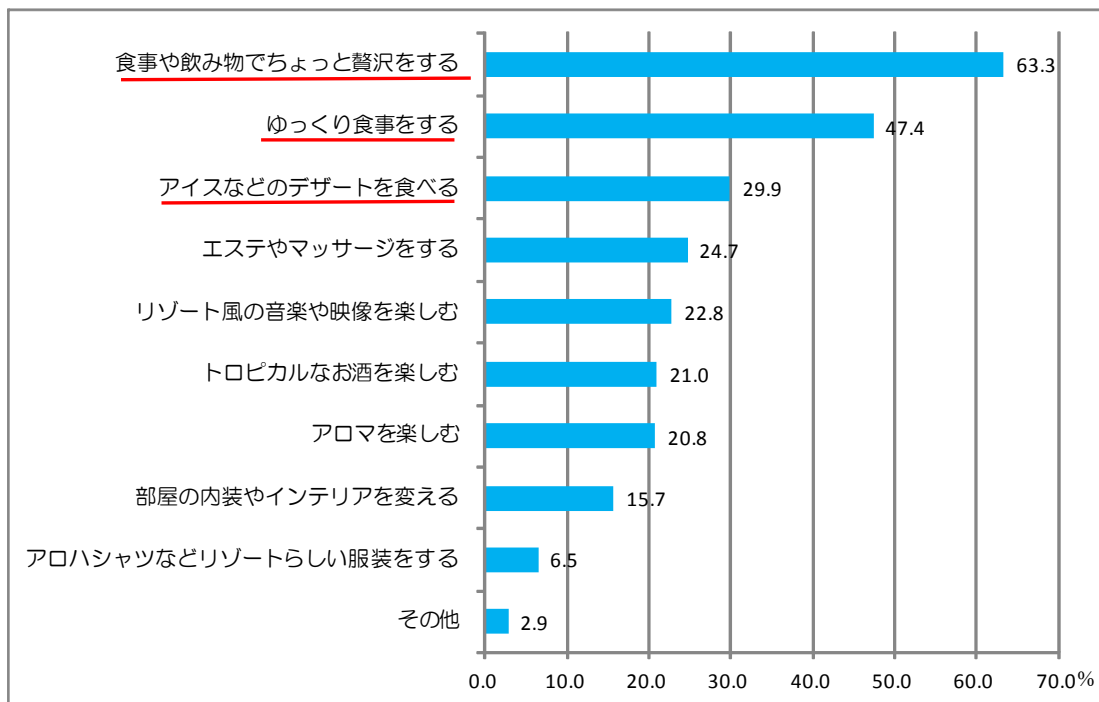


## Q. 家でリゾート気分を楽しめるとしたら、どんなことをしたいですか（複数回答）

### “イエナカ・リゾート”は「食事や飲み物でちょっと贅沢」が6割

家でリゾート気分を楽しめるとしたら、6割以上の回答者が「食事や飲み物でちょっと贅沢をする」と回答しています。「ゆっくり食事をする」「アイスなどのデザートを食べる」といった回答も多く、「食べる」ことで楽しみたい、という意識の高さがうかがえます。

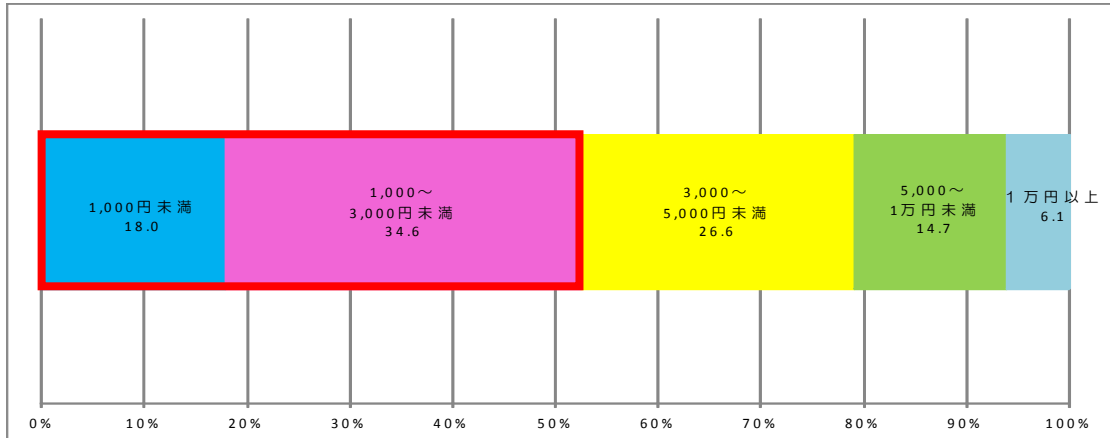
1位	食事や飲み物でちょっと贅沢をする
2位	ゆっくり食事をする
3位	アイスなどのデザートを食べる
4位	エステやマッサージをする
5位	リゾート風の音楽や映像を楽しむ



## Q. 家でリゾート気分を楽しめるとしたら、1回あたりの予算はどのくらいが妥当と思いますか

### “イェナカ・リゾート”の予算は3,000円未満が過半数

家でリゾート気分を楽しむための予算は「1,000円～3,000円」が最も多く、半分以上の方が3,000円未満と回答しています。

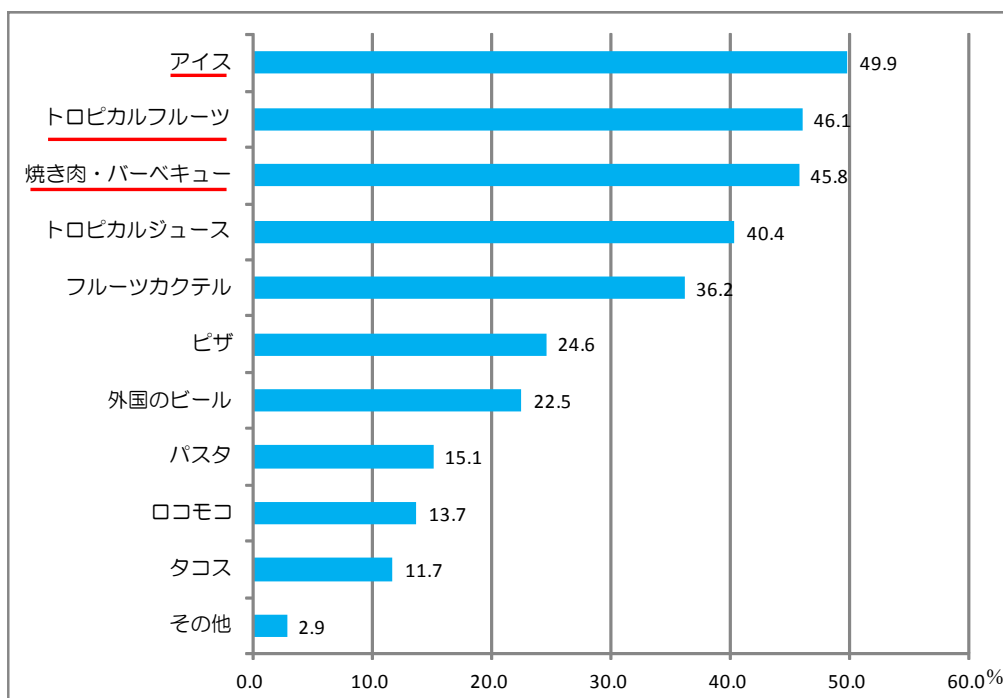


## Q. 家でリゾート気分を楽しむ際に、どんな食べ物や飲み物があるといいですか (複数回答)

### “イェナカ・リゾート”を楽しむのは、身近な食べ物

「アイス」「トロピカルフルーツ」「焼肉・バーベキュー」などの回答が多く、身近な食べ物や飲み物での「ちょっと贅沢」がリゾート気分のポイントであることがうかがえます。

1位	アイス
2位	トロピカルフルーツ
3位	焼き肉・バーベキュー
4位	トロピカルジュース
5位	フルーツカクテル



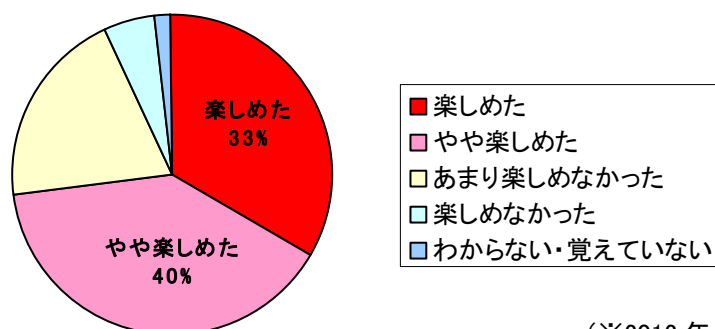
### 【調査実施概要】

調査名 : 家でのリゾート気分に関する意識調査  
調査対象 : 20～60代の男女 1,000名（この夏リゾートに行きたくても行けない人）  
対象地域 : 全国  
調査実施期間 : 2012年6月26日～27日  
調査協力 : クロスマーケティング

### <参考資料>

「PARM(パルム) ピュレコーティング オレンジ&バニラ」を食べた70%以上の方がリゾート地に出かけたようなちょっとした贅沢な気分を楽しんでいただいております。

『リゾート地に出かけたようなちょっとした贅沢な気分を楽しめましたか。』



(※2012年6月当社調べ(n=620))

## <参考資料>

### アイスに噛みだしがやわらかなコーティングをした新タイプの“デイリープレミアム®”アイスバー 「PARM(パルム) ピュレコーティング オレンジ&バニラ」 好評発売中



#### 1. 商品特長

- ① うずまき状になったバニラアイスとオレンジアイスに、オレンジ果肉、オレンジピール入りのオレンジ果汁をコーティングしました。「PARM(パルム)」ならではのなめらかなバニラアイスと甘酸っぱいオレンジアイス、ほんのり苦味の効いたオレンジの複合的な味わいがお楽しみいただけます。
- ② コーティング部分は、オレンジ果汁にオレンジ果肉とオレンジピールを配合し、果汁・果肉 80%に仕上げました。急速硬化しているため、噛み出しがやわらかなめらかな舌触りです。
- ③ アイス部分は、濃厚なオレンジとバニラの風味を同時にお楽しみいただけます。また、オレンジアイスは配合と製造条件の研究を重ねた結果、今までの氷菓と比べて驚くほどのなめらかさがお楽しみいただけるようになりました(※)。

(※)特許出願済み製法・・・『滑らかな食感に優れた氷菓を製造する』

- ④ パッケージはリゾート地の夕暮れ時をイメージしたデザインに仕上げました。お手軽にリゾート気分をお楽しみいただけるアイスバーです。

#### 2. 商品概要

① 商品名	PARM(パルム) ピュレコーティング オレンジ&バニラ	
② 種類別	【オレンジ&バニラ部】ラクトアイス 【オレンジコーティング部】氷菓	
③ タイプ	6本入り	1本入り
④ 内容量	60ml×6本	85ml
⑤ カロリー	86kcal(1本当たり)	120kcal(1本当たり)
⑥ 希望小売価格	500円(税別)	150円(税別)
⑦ JANコード	4902720 099172	4902720 099165
⑧ 主要ターゲット	40~50代女性	40~50代男性
⑨ 主要売場	スーパーマーケット、CVS	CVS、スーパーマーケット、一般小売店
⑩ 発売日・地区	5月28日(月)・全国	
⑪ 保存方法	要冷凍(-18℃以下)	
⑫ 包装形態	紙カルトン、ピロー包装	