

2012年10月

クラフト
森永乳業の「KRAFT」チーズと「アサヒスーパードライ ドライブラック」、
初のコラボレーション企画

「楽しもう！ブラック&チーズ プロモーション」のご案内！



～相性の良い“ドライブラックとチーズ”による共同販促を展開～

森永乳業株式会社(本社:東京都港区、社長:宮原道夫)とアサヒビール株式会社(本社:東京都墨田区、社長:小路明善)は、10月以降、11月11日の「チーズの日」や年末の需要シーズンに合わせて、『KRAFT ブランドのチーズ』と『アサヒスーパードライ ドライブラック』による共同販促プロモーションを実施いたします。

チーズとビール類、双方の売場で、共通の販促ツール「ドライブラックに合うチーズレシピブック」を配布し、売場の盛り上げを図ります。また、「ドライブラックに合うチーズレシピの紹介」や「レシピコンテスト」などを実施し、「ドライブラックとチーズ」の共同販促により、新しい食シーンを提案いたします。

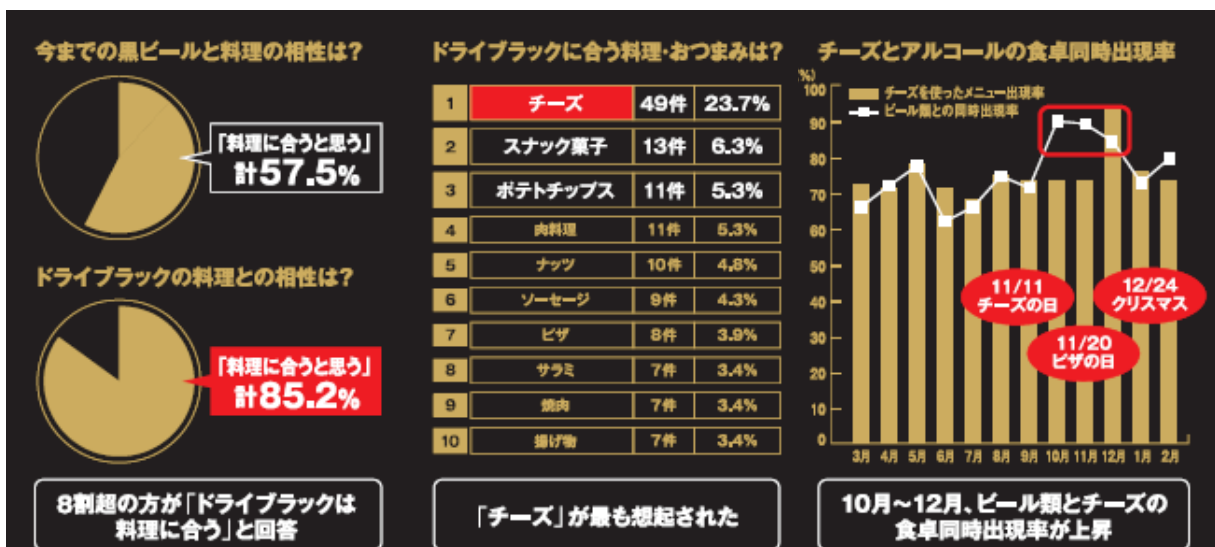
KRAFT について

KRAFT ブランドは、100年以上前にアメリカで誕生し、現在はチーズ製品だけでなく、様々な食品で展開されております。その製品は80カ国以上で製造され、150カ国以上のお客様に愛されております。KRAFT チーズは1970年に日本市場に登場し、「おいしいアイデア、世界から」をブランドスローガンに2010年に40周年を迎えました。「KRAFT 切れてるチーズ」は発売20周年を迎えたロングセラー商品です。

アサヒスーパードライ ドライブラック について

『アサヒスーパードライ - ドライブラック -』は、キレ味のよいドライテイストをリッチな香りで楽しめる“スーパードライの黒ビール”です。2012年4月3日の発売以来、9月末までに当初の年間販売目標200万箱を上回る累計245万箱(大瓶換算)を販売。当初の年間販売目標200万箱を300万箱(当初目標比150%)に上方修正しています。好調の要因としては、『ドライブラック』をはじめとする、日本のビールユーザーの嗜好に合わせた黒ビール類の新商品が、若い世代や女性など幅広い層に支持されているためと考えられます。

1. 共同企画を展開する背景



2012年5月2日～5月3日
 アサヒビール調べ n=412

2011年 アサヒビール調べ
 n=200(自由回答)

2012年3月1日～2012年3月6日
 アサヒビール調べ

「あなたは、アサヒスーパードライ ドライブラックは料理に合うと思いますか？」の質問に、85.2%の方が「料理に合う」と回答。

「ドライ ブラックに合うと思う料理・おつまみはどんなものと思いますか？」の自由回答にて、チーズがトップ。約1/4の方がチーズ、と回答。

10月～12月は、ビール類とチーズが同時に食卓に出る“食卓同時出現率”が上昇

2. プロモーション内容

クックパッドレシピコンテスト

内容 ・日本最大の料理レシピサイト「クックパッド」では、森永乳業とアサヒビールで共同開発した「ドライブラックに合うチーズレシピの紹介」や「お客さまからレシピを募るコンテスト」を両社共同で開催いたします。また、対象商品のパッケージにて「クックパッドレシピコンテスト」の告知をいたします。

・応募期間：10月8日(月)AM10:00～10月22日(月)AM10:00

結果発表：11月15日(月)AM10:00



キャンペーンパッケージ対象商品

- ・クラフト 切れてるチーズ
- ・クラフト 切れてるチーズ カマンベール入り
- ・クラフト 切れてるチーズ チェダー
- ・クラフト カマンベール入り6P
- ・クラフト チェダーチーズ6P

店頭展開期間：10月8日週～11月末頃(予定)



【切れてるチーズ天面告知】



店頭ツール

ドライブラックに合う「チーズを使った簡単おつまみレシピブック」の配布、その他店頭ツールの設置を、チーズ売場、ビール類売場の双方で実施いたします。

『ドライブラックとチーズ』により、新しい食シーンを提案いたします。

【店頭POP】



【レシピブック】



アサヒビール(株)のプロモーション

- ・「楽しもう！ブラック&チーズが当たる！」キャンペーンを実施。
- ・「楽しもう！ブラック&チーズセットをプレゼント。
- ・食連動デザイン缶及びキャンペーンパックを数量限定で発売。

【デザイン缶、キャンペーンパック】



以上