

2013年8月

チルドカップコーヒーのパイオニア「マウントレーニア」

発売 20 周年記念 第 2 弾



Mt.RAINIER × **SHIPS** 初コラボレーション！

Presented by **InRed**

“SHIPS”が今秋注目するチェック柄をあしらったデザインがおしゃれな

「マウントレーニア カフェラッテ カプチーノ」

9月3日(火)より順次 期間限定発売のお知らせ

森永乳業は、チルドカップ飲料「マウントレーニア」シリーズから、「マウントレーニア カフェラッテ カプチーノ」を9月3日(火)より関東甲信越にて、9月17日(火)よりその他の全国にて期間限定発売いたします。

1993年2月10日に発売し、今年で発売20周年の「マウントレーニア」シリーズは“チルドカップコーヒー”という新たなカテゴリーを形成したパイオニアブランドです。気分・場面によって飲み分けられるさまざまなラインアップが揃っております。

発売からずっと変わらない、「マウントレーニア」の特長の1つである“チルドカップ容器”は、他の容器と比較すると“おしゃれ”というイメージが持たれていることがわかりました(※森永乳業調べ、2013年5月実施、10～50代男女、n=1,090)。その“おしゃれ”なイメージを強化し、缶やペットボトルなど他の容器との差別化を図るため、今回、発売20周年記念企画の第2弾として、シンプルで洗練された大人のイメージを持つ人気セレクトショップ「SHIPS」、そして宝島社出版の女性ファッション誌「InRed」と初のコラボレーションをいたします。「SHIPS」が今秋注目するチェック柄を大胆にあしらった、斬新でおしゃれなデザインのパッケージをお楽しみください。なお、「マウントレーニア」が他のブランドとパッケージコラボレーションするのは今回が初めてです。

また、パッケージと同じチェック柄のシャツ(ウィメンズ、メンズ)やワンピース(ウィメンズ)、ストール(メンズ)も「SHIPS」より販売いたします。



1. 商品特長

- ① カフェショップでも定番の「カプチーノ」が、人気セレクトショップ「SHIPS」とのコラボレーションパッケージで登場です。今秋「SHIPS」が目にするチェック柄を大胆にあしらったパッケージでおしゃれな気分をお楽しみいただけます。
- ② 本格エスプレッソにコクのあるミルクとシナモンを加え、後味にほんのり広がるシナモンがくせになる、飽きのこない味わいに仕上げました。ほどよい甘さでリラックス・リフレッシュできます。
- ③ ブラジル政府公認の「コーヒー鑑定士」資格をもつ当社の研究員が、自ら足を運んで厳選した、アラビカ種のコーヒー豆を 100%使用しています。
- ④ 12月までの期間限定商品です。

【SHIPS について】

SHIPS(シップス)は、1975年に設立された日本のセレクトショップです。
シンプルながらエレガントのイメージのアイテムが多く、必要以上に流行にこだわらないデザインがセレクトされており、メインターゲットは30歳前後の女性です。

2. 商品概要

①商品名	マウントレーニア カフェラッテ カプチーノ
②種別名称	乳飲料
③内容量	240ml
④カロリー	132kcal(240ml 当たり)
⑤包装形態	アセプティックカップ
⑥保存方法	要冷蔵 10℃以下
⑦賞味期限	60日間
⑧主要ターゲット	20～30代女性
⑨主要売場	CVS、量販店、一般小売店、自販機
⑩希望小売価格	140円(税別)
⑪発売日・地区	9月3日(火)・関東甲信越／9月17日(火)・その他全国
※JANコード	4902720 104982

3. プロモーション

Presented by **InRed**

30代女性誌 No.1*！宝島社出版の女性ファッション誌「InRed」(10月号・11月号)にて、「マウントレーニア カフェラッテ カプチーノ」のタイアップ記事を掲載いたします。パッケージと同じチェック柄のシャツの着こなしとともに、カプチーノが飲みたくなるシーンをご提案。「マウントレーニア カフェラッテ カプチーノ」とターゲット層の同じ「InRed」で商品の世界観や魅力を紹介することで、ファンの方を増やしていきたいと考えております。

また、「InRed」発売10周年記念イベントでもスペシャルブースを出店し、「マウントレーニア カフェラッテ カプチーノ」をご試飲いただく予定です。

*一般社団法人日本ABC協会「雑誌販売部数一覧表」2012年7～12月平均より



Mt.RAINIERの歴史

1993年 2月「マウントレニア カフェラッテ」を発売

当時、アメリカ・シアトルでは、コーヒーを街中や図書館に併設されたショップで買って持ち歩きながら飲む、

というスタイルが主流。一方その頃の日本でコーヒーといえば、自宅や喫茶店などで座って飲むものでした。そんな中、「マウントレニア カフェラッテ」は持ち歩いて飲めるスタイルとフレッシュなおいしさを人々の目にとり、今では私たちの生活にもなじみ深いチルドカップコーヒーのパイオニアとなりました。



2008年 ロゴマークを一新

アメリカ・シアトルのシンボル「レーニア山」がはっきりと目立つデザインに変更し、THE MOUNTAIN OF SEATTLEと書き加えました。



2012年 「マウントレニア カフェラッテ」主力3品を

4年ぶりにパッケージリニューアル

“スマートにあたらしく”をキーワードに、「CAFÈ LATTE」の文字体を変更し、シンプルかつ存在感のあるデザインに仕上げました。



2013年 20周年を迎える

「マウントレニア」ブランド公式 Facebook ページを開設。商品情報はもちろんのこと、忙しい時間にちょっとしたしあわせを感じていただける情報などをお届けしています。

<http://facebook.com/mtrainier.jp/>

また、Facebook のほかにも、20周年記念企画第1弾として、過去に発売したフレーバー商品から、Web で人気投票を行った結果、第1位に選ばれた「マウントレニア カフェラッテ ショコラカプチーノ」を10月までの期間限定で発売しております。第3弾も企画中ですので楽しみに！

