

2016 年 3 月

ひとくちアイスのロングセラーブランド「ピノ」が発売 40 周年を迎えます！

“ひと粒の幸せ”

「ピノ」

3 月下旬より順次、全国にてリニューアル発売のお知らせ

“宇治玉露を使用！抹茶の旨みと香りが広がる新商品”

「ピノ 旨み抹茶」

3 月 28 日(月)より全国にて期間限定発売のお知らせ

“ディズニーTSUM TSUM(ツムツム)パッケージデザインと風味をリニューアル”

「ピノ チョコアソート」

3 月下旬より順次、全国にてリニューアル発売のお知らせ

森永乳業は、2016 年度に発売 40 周年を迎えるロングセラーブランド「ピノ」を、3 月下旬にリニューアル発売いたします。また、新商品「ピノ 旨み抹茶」を 3 月 28 日(月)より期間限定で新発売し、「ピノ チョコアソート」を 3 月下旬より順次、リニューアル発売いたします。

「ピノ」は、1976 年に発売した、なめらかなアイスと口どけの良いチョコが、口の中で絶妙なバランスで溶け合うひとくちタイプのアイスです。お子さまから大人まで、幅広い世代愛されている「ピノ」は、ひと粒でプチハッピーになる“ひと粒の幸せ”をご提供いたします。

「ピノ」は、いつ食べてもおいしい飽きのこない味を目指し、アイスクリーム部分の濃厚感を高め、後味のキレを良くした風味にリニューアルします。パッケージには、発売 40 周年を表現した金色のロゴをあしらっています。

新商品「ピノ 旨み抹茶」は、宇治玉露入りの宇治抹茶アイスを、宇治抹茶チョコでコーティングした抹茶づくしのひとくちタイプのアイスです。旨みと甘みが凝縮された宇治玉露を使用することで、まろやかな旨みと芳醇な香りが広がり、茶本来の奥深い味わいが楽しめます。

「ピノ チョコアソート」は、“バニラ”、“アーモンド味”、“チョコ”の 3 種類全てを、いつ食べてもおいしい飽きのこない味を目指して、アイス部分の濃厚感を高め、後味のキレを良くした風味にリニューアルします。パッケージデザインは、2015 年冬期限定で発売した「ディズニーTSUM TSUM(ツムツム)」キャラクターをクレヨンタッチにあしらった 3 種類のパッケージデザインを春期限定で発売いたします。キャラクターの表情が豊かで楽しい賑やかなデザインに仕上がっています。

発売 40 周年を迎えリニューアルした定番の「ピノ」、春の新商品「ピノ 旨み抹茶」、選んで、分けて楽しい「ピノ チョコアソート」をぜひ、お召しあがりください。



©Disney

1. 商品特長

＜ピノ 旨み抹茶＞ 新商品

- ① 宇治玉露入りの宇治抹茶アイスを、宇治抹茶チョコでコーティングしたひとくちタイプのアイスです。
- ② 旨みと甘みが凝縮された宇治玉露を使用することで、まろやかな旨みと芳醇な香りが広がり、奥深い味わいが楽しめます。
- ③ 8月末頃までの期間限定商品です。

＜ピノ＞ リニューアル商品

- ① お馴染みのひとくちサイズの形状、容量は変更せずに、風味をリニューアルいたします。バニラアイスクリームの濃厚感を高め、後味のキレを良くすることで、より飽きのこない味わいに仕上げました。
- ② パッケージには、発売 40 周年を表現した金色のロゴをあしらっています。

＜ピノ チョコアソート＞ リニューアル商品

- ① 「バニラ」(10 粒)、「アーモンド味」(7 粒)、「チョコ」(7 粒)の 3 種類、合計 24 粒入っております。
- ② 「バニラ」、「アーモンド味」、「チョコ」いずれも、アイスクリームの濃厚感を高め、後味のキレを良くすることで、より飽きのこない味わいに仕上げました。
- ③ 3 種のパッケージデザインと 30 種の個包装フィルムのデザインに「ディズニーTSUM TSUM(ツムツム)」のキャラクターをあしらっています。パッケージデザインのキャラクターは表情豊かなクレヨンタッチに仕上げられており、より楽しくて賑やかな気分を演出しています。
- ④ 4 月末頃までの春期限定パッケージとなります。



©Disney



©Disney



©Disney

Based on the “Winnie the pooh” works

By A.A.Milne and E.H.shepard.

2. 商品概要

①商品名	ピノ 旨み抹茶	ピノ	ピノ チョコアソート
②種類別	アイスマルク	アイスクリーム	
③包装形態	外装フィルム、紙カルトン、樹脂トレー		紙カルトン、ピロー包装
④内容量	10ml×6 粒		10ml×24 粒 (バニラ 10 粒、 アーモンド味 7 粒、チョコ 7 粒)
⑤保存方法	要冷凍(−18℃以下)		
⑥カロリー	31kcal/1 粒当たり	31kcal/1 粒当たり	31kcal/1 粒当たり(バニラ) 32kcal/1 粒当たり(アーモンド味) 33kcal/1 粒当たり(チョコ)
⑦主要ターゲット	30～40 代男女	30 代女性	ファミリー(主婦、子ども)
⑧主要売場	CVS、スーパーマーケット、一般小売店		
⑨希望小売価格	130 円(税別)		500 円(税別)
⑩発売日・地区	3 月 28 日(月)・全国	3 月下旬より順次・全国	
⑪JAN コード	4902720 121866	4902720 076951	4902720 115650

参考

【ピノ について】

1976年に発売し、今年で発売40周年を迎える世代を超えて愛されているロングセラーブランドです。
＜ピノのはじまり＞

1970年代当時、日本で売られていたアイスクリームはカップやバーやコーンタイプが主流でした。
“新しいスタイルのアイスを提供したい”という想いから、当時アイスクリームの技術が発達していた米国視察で得た小粒サイズのアイスヒントに、独自の製造設備や技術開発の末、1976年「ピノ」が誕生しました。1992年には、複数の味が選べて、分け合えるマルチパック「ピノ チョコアソート」を発売しました。

＜ピノの形状＞

目指したのは、お子さまから大人まで食べられるようなひと口サイズのアイス。口を開けたときの形をヒントに、円錐台のひと口形状を設計。今ではこの独自の形状が「ピノ」のシンボルとなっています。また、チョコでアイスを完全にコーティングして、アイスが溶けて形が崩れるのを防ぎ、かつ手が汚れないようにピックで食べるスタイルを提案し、お子さまから大人まで幅広い世代が、ひと口で手軽に食べられるアイスとして親しまれています。

＜パッケージデザインの変遷＞



「ピノ」は、今まで培ってきた味わいや形状などの独自価値を継承しながら、お客さまの日常に“ひと粒の幸せ”を提供し、世代と時代を超えて愛される国民的アイスを目指します。

以上