

2017 年 8 月

森永乳業(株)がアサヒビール(株)と全国規模の総付景品キャンペーン(※1)を実施！

『アルパカ・無垢「絶対もらえる！」キャンペーン』 ～チーズおつまみ「クラフト無垢」と チリワイン「サンタ・ヘレナ・アルパカ」の共同販促～

※1 対象となる商品を購入し応募した全員が必ず景品がもらえるキャンペーンのこと

森永乳業株式会社(本社 東京、社長 宮原道夫)は、アサヒビール株式会社(本社 東京、社長 平野伸一)と共同で実施する販売促進企画として、『アルパカ・無垢「絶対もらえる！」キャンペーン』を2017年9月上旬より順次応募受付け、12月12日(火)までの期間で、全国で実施します。



今回実施する共同の販売促進企画は、森永乳業のチーズおつまみ「クラフト 無垢」とアサヒビールのチリワイン「サンタ・ヘレナ・アルパカ」ブランドの対象商品に貼付されている応募マークを必要枚数集めて応募すると、「オリジナル木製プレート」が必ずもらえるというキャンペーンです(キャンペーンの詳細については、「キャンペーン概要」をご参照ください)。

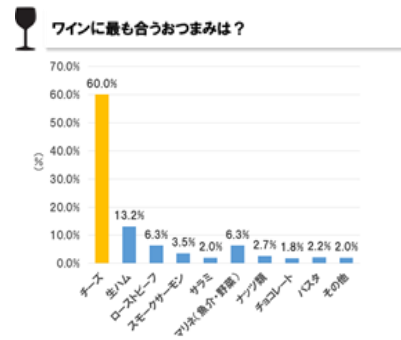
森永乳業とアサヒビールが両社のブランドを横断して総付景品キャンペーン(※1)を全国規模で実施するのは「初」の試みです。

「クラフト 無垢」、「サンタ・ヘレナ・アルパカ」を取り扱いいただいている全国約 10 万店舗に対し、チーズ売場とワイン売場の双方で共通の販促ツールを使用し、店頭でクロスマーチャンダイジングを提案することで、両ブランドの相性の良さを訴求し同時購入を促進します。

1、共同企画を展開する背景

①ワインとチーズの相性

アサヒビールが2017年4月にワインユーザー600人を対象に実施した「ワインに最も合うおつまみ」調査によると、60%の人が「チーズ」を支持しており、圧倒的な1位となっています。



出典:アサヒビール調べ 2017年4月 n=600

②購入者層

「クラフト 無垢」はメインターゲットとしている 50～60 代男女の購買金額構成比が全体の 60%以上(※2)を占めており、「サンタ・ヘレナ・アルパカ」はメインターゲットを 30～40 代女性をターゲットとしながらも、50～60 代の男女の購買売上構成比も大きな割合を占めております。ショッピングサイト社のデータによると、「クラフト 無垢」を購入するお客さまの中に「サンタ・ヘレナ・アルパカ」を一緒に購入する方が一定数いることがわかりました。

※2 出典:マクロミル QPR、期間 2017 年 3 月 1 日～5 月 12 日、全業態

双方の売場で両ブランドを訴求することで、ワインとチーズの同時購入を促進でき、それぞれのお客さまへの認知向上、購入者層の拡大、トライアル獲得を目指します。

2、キャンペーン概要

◆キャンペーン名称

アルパカ・無垢「絶対もらえる！」キャンペーン

◆キャンペーン形式

応募マークを必要枚数集めて応募すると賞品が絶対もらえるキャンペーン。

◆応募受付期間

2017 年 9 月上旬～12 月 12 日(火)

◆賞品発送

応募受付後、約 2 カ月で順次発送予定です。

◆応募方法

対象商品についている応募マークを合計 12 枚集め、専用応募ハガキに貼付し、必要事項を記入の上郵送にて応募します。お一人様何口でも応募可能です。

※郵送料はお客さま負担です。

※「クラフト 無垢」の応募マーク、「サンタ・ヘレナ・アルパカ」の応募マークのどちらでも、応募可能です。

◆対象商品

【応募マーク 1 枚】

- ・クラフト 無垢 大人の熟成チェダー味
- ・クラフト 無垢 大人の熟成ゴーダ味

【応募マーク 2 枚】

- ・サンタ・ヘレナ・アルパカ・カベルネ・メルロー 750ml
- ・サンタ・ヘレナ・アルパカ・カルメネール 750ml
- ・サンタ・ヘレナ・アルパカ・ピノ・ノワール 750ml
- ・サンタ・ヘレナ・アルパカ・シャルドネ・セミヨン 750ml

・サンタ・ヘレナ・アルパカ・ソーヴィニヨン・ブラン 750ml

・サンタ・ヘレナ・アルパカ・ロゼ 750ml

※スパークリング、ハーフボトル(375ml)は対象外です。

※キャンペーンネックリンガー(首かけ)が付いている商品のみがキャンペーン対象商品です。

◆応募マーク

・「クラフト 無垢」は外箱の側面に応募マークを印刷しています。

・「サンタ・ヘレナ・アルパカ」には、キャンペーン専用ネックリンガー(首かけ)に応募マークを印刷しています。

※応募マークはシール式ではありません。該当箇所を切り取り、専用の応募ハガキに貼付けて応募。



◆賞品 オリジナル木製プレート

サイズ:ヨコ 240 mm×タテ 146 mm×厚さ 12 mm

プレート裏面に、アルパカ・無垢のブランドロゴが刻印されています。



※景品画像はイメージです

◆応募宛先

〒210-0832 川崎市川崎区池上新町 3-1-4 GLP 川崎内

アルパカ・無垢「絶対もらえる！」キャンペーン事務局

◆キャンペーン問い合わせ先

アルパカ・無垢「絶対もらえる！」キャンペーン事務局

事務局電話番号 0120-183-351 受付時間 平日 9:30~17:00

[土・日・祝日・年末年始(2017年12月29日~2018年1月3日)を除く]

※事務局は2017年9月上旬~2018年2月末まで開設予定。

<ご参考>

◆「クラフト 無垢」について

・森永乳業が2017年3月1日に新発売したチーズおつまみブランドです。独自の「無垢製法(※3)」により実現した雑味が少なくコク深い味わいとなめらかな食感が支持され、2017年3月の発売以降、7月までのメーカー出荷数量は、計画に対し1.5倍と好調に推移しています。また、2017年6月には、iTQi(国際味覚審査機構)(※4)において、「クラフト 無垢 大人の熟成チェダー味」が“極めて優秀”と認められた製品に贈られる、最高レベルの優秀味覚賞3ツ星を受賞し、世界的にも高い評価をいただいております。

※3 無垢製法:濃縮果汁を使用し、原料チーズを溶かしながら混ぜ合わせることで、チーズのうま味を最大限に引き出し、深い味わいとなめらかな食感を生み出す製法。

※4 iTQi:International Taste & Quality Institute の略。世界中の味覚的に優れた食品および飲料品の審査、表彰、プロモーションを行う世界有数の独立機関。

◆「サンタ・ヘレナ・アルパカ」について

- ・アサヒビールが販売する輸入デイリーワインの主力ブランドです。金色の“アルパカ”の親しみやすいラベルデザインと、手頃な価格ながら本格的な味わいが楽しめるワインとして支持されており、2017年1-7月の販売数量は84万箱(前年比108%)と引き続き好調に推移しています。現在“輸入ワイン市場売上容量No.1(※5)”ブランドとして市場を牽引しています(1箱=750ml×12本換算)。

※5 インテージSRI 7業態(SM/CVS/酒DS/HC/DRUG/一般酒販店/業務用酒販店)

2016年7月～2017年6月 累計販売規模(容量)輸入ワイン市場

当該リリースの内容につきましては、アサヒビール株式会社様からも配信されております。

以上