

2023年2月21日

森永乳業株式会社

森永乳業「マウンレーニア」30周年発表会

30歳の誕生日を迎えた菅田将暉さんも

マウンレーニア 30周年を祝福

日時: 2月21日(火)11:00~12:00 / 会場: 新宿パークタワーホール

登壇者: 森永乳業株式会社ビバレッジ事業マーケティング部 佐熊千裕

スペシャルゲスト: 菅田将暉さん

森永乳業は、2023年2月に発売30周年を迎えるチルドコーヒーブランド「マウンレーニア」について、ロゴ、パッケージを大幅刷新し、それに伴い、『森永乳業「マウンレーニア」30周年発表会』を2月21日(火)に開催いたしました。

「マウンレーニア」は、1993年2月の発売以来“チルドコーヒーカップ”という新たなカテゴリーを創造したパイオニアブランドとして、いつでもどこでも手軽に楽しむことができるエスプレッソ&ミルクの味わいや、リフレッシュ&リラクスのひととき、豊かで幸せな時間のはじまりを皆様にお届けしてまいりました。多くの皆さまにご愛顧いただき、おかげさまで2023年に発売30周年を迎えます。



発表会では森永乳業株式会社ビバレッジ事業マーケティング部の佐熊千裕が登壇し、マウンレーニアの歴史と30周年のリブランディングに込めた思いについてプレゼンテーションを行いました。

その後、この日にマウンレーニアと同じく30歳の誕生日を迎え、今後、新CMキャラクターとしてご出演いただく菅田将暉さんをスペシャルゲストとしてお招きし、新ロゴのお披露目やトークセッションを行いました。

発表会の様子



発表会冒頭、プレゼンテーションを行った佐熊は、30年という年月をかけて歩んできた「マウントレニア」の歴史を振り返りながら「1993年2月に誕生したチルドカップコーヒーのパイオニアである「マウントレニア」は累計売上本数90億本以上のチルドコーヒー市場売上No.1のブランド」と紹介するとともに、「現代の社会環境を鑑みた時に、改めてブランドとして、『山の様に、どんな人にとっても安心できる、やさしい存在』となる事を目指しロゴ・パッケージも含めたリニューアルを行い、その想いを『今日がやさしくなっていく』というコミュニケーションコンセプトにこめた」と30周年のリブランディングに込めた思いについて語りました。



トークセッションには、今後、新CMキャラクターとしてご出演いただく菅田将暉さんがスペシャルゲストとして登場。マウントレニアファンであるという菅田さんは「(マウントレニアは)唯一の常備品といっても過言ではないので、ガチすぎてちょっと恥ずかしい。びっくりしたし光栄です。嬉しい！」と今回の出演依頼について語るとともに、「マウントレニアを飲むのは“仕事のスタート”。楽屋でヘアメイク中もずっと飲んでいる。何かをするとき、休むとき、頭をつかうときなど、スイッチを入れるサインになっている。」と普段から愛飲していることを明かしました。今回のリニューアルおよび『今日がやさしくなっていく』というコミュニケーションコンセプトについては「やさしい気持ちになるときは、山とか大自然を見たとき。あとはいつもしていることをするのも安心する。台本を読むとき、ほぼいつもマウントレニアを飲むので、気持ちをリセットできて、安心感という意味ではやさしくなれるのじゃないかな。」と語りました。

また、この日にマウントレニアと同じく30歳の誕生日を迎えた菅田さんとマウントレニア30周年を記念したバースデーケーキがプレゼントされ、菅田さんは「ダチ感ある(笑)。不思議な縁だな。」と喜びを表していました。

最後にコメントを求められると、「マウントレニアも30周年で(自分の誕生日とともに)お互いに不思議な縁を感じている。良いスタートが迎えられて本当に嬉しい。マウントレニアのようにやさしい存在になれば。」と締めくくりました。

発表会概要

- ◆名称:森永乳業「マウントレニア」30周年発表会
- ◆日時:2023年2月21日(火) 11:00~12:00
- ◆会場:新宿パークタワーホール(東京都新宿区西新宿3-7-1 新宿パークタワー3F)
- ◆主な内容と登壇者:
 - 概要プレゼンテーション:森永乳業株式会社ビバレッジ事業マーケティング部 佐熊千裕
 - トークセッション:菅田将暉さん

【ご参考】発売30周年を迎えた「マウントレニア」の新ロゴ、パッケージについて

「マウントレニア」は、1990年代初頭に北米西海岸のシアトルを中心に流行していた、スチームミルクとエスプレッソコーヒーをブレンドした「カフェラテ」に着想を得て、「片手で持ち運べる」「手軽に飲める」という新しいスタイルの商品として開発をスタートし、1993年2月10日に販売を開始しました。

■ロゴデザイン



旧デザイン



新デザイン

ブランド名の「マウントレニア」は、シアトルの南東に位置するレーニア山(Mt.RAINIER)に由来しています。都会の中に顔をのぞかせる山は、シアトルに住む人々の安らぎのシンボルとなっています。

そんなレーニア山のように、変わらず、ゆるがず、そばにいる。そういう存在でありたいという想いを込めて、従来よりもレーニア山を強調したデザインに変更しました。

■パッケージデザイン



旧デザイン



新デザイン

通年発売の「STANDARD」商品は、全体をマット加工のメタリックな質感へ変更し、これまで親しまれてきたパッケージから、品質へのこだわりや高級感を意識したデザインに大幅刷新しました。また、従来、統一のフォーマットとして採用していたコーヒーとミルク(茶色と白)の渦によるシズル感・おいしさの表現は、それぞれの商品特性を表現した現代的なデザインに変わりました。

おいしさや品質を伝えるだけでなく、幅広いお客さまに手に取っていただけるように、これまで以上に気分やシーン、お好みにあわせてお楽しみいただけるようなラインアップの拡充を図るとともに、各種プロモーションも実施してまいりますので、ぜひご期待ください。