



ミルクリッチな新しい味わいのポッキー
『ポッキー<ミルク>』を新発売
テレビCMではYMOを起用し、
大人も楽しめるおいしさを訴求します

<概要>

江崎グリコ株式会社は、チョコレートにミルクをたっぷり練りこんだ『ポッキー<ミルク>』を2010年9月14日（火）から全国で発売いたします。

『ポッキー<ミルク>』は、通常の「ポッキーチョコレート」の約2.5倍のミルクを練りこんだチョコレートを使用したミルクリッチな味わいの「ポッキー」です。ミルクチョコの甘いおいしさは、幅広い年代のお客様に支持されており、ほっとしたいひとときにピッタリです。

また、発売にあわせて「ポッキー」のテレビCMを投入します。イメージキャラクターとして、国や年齢を問わず支持されているYellow Magic Orchestra（YMO）の細野晴臣さん、坂本龍一さん、高橋幸宏さんを起用し、大人向けのコミュニケーションを展開し、おいしさを訴求します。

「ポッキー」は、1966年に発売され、そのスマートなスタイルや軽快な食感、おいしさで、お客様に楽しい気分や楽しい場面を提供し続けてきました。

今回、『ポッキー<ミルク>』の発売にあわせ、「ポッキー」シリーズも品質感のあるデザインへとリニューアルし、「ポッキー」を若い世代だけでなく、大人も手にしたくなる国民的チョコレート菓子へと進化させていきます。



『ポッキー<ミルク>』

◆発売日・地区 2010年9月14日(火)・全国

◆製品概要

	ポッキー<ミルク>	ポッキーチョコレート	ポッキー<極細>
製品名	 <新発売>	 <リニューアル>	 <リニューアル>
内容量	70g (35g×2袋)	70g (35g×2袋)	68g (34g×2袋)
価格	オープン価格		
特長	<ul style="list-style-type: none"> 甘くて軽快なおいしさが、“楽しく、心弾む”ひとときを生み出すチョコレートスティック パッケージを質感のある大人も手にしたくなるデザインに一新 新発売のポッキー<ミルク>は、ポッキーチョコレートの約2.5倍のミルクを練りこんだチョコレートでコーティング。ミルクリッチな甘いおいしさが、ほっとしたいひとときにピッタリです 		
対象層	20～30代独身男女、 50代男女	小学生～50代男女	20～30代独身男女

●ポッキーチョコレートと同価格帯のシリーズ製品を新たにラインアップします。

◆発売日・地区 2010年9月21日(火)・全国

◆製品概要

	つぶつぶいちごポッキー	アーモンドクラッシュポッキー
製品名		
内容量	21本 (7本×3袋)	12本 (4本×3袋)
価格	オープン価格	
特長	<ul style="list-style-type: none"> いちごのおいしさと上質感を求めました。クリームのかちどけ感アップと苺の酸味を少し強めたことで、いちごの甘酸っぱいおいしさが広がります。 	<ul style="list-style-type: none"> プレッツェルも香ばしくなり、深煎りローストしたアーモンドの香ばしさをより引き立てます。
対象層	20～30代独身女性	30～40代主婦

お客様からのお問い合わせ先：

江崎グリコお客様相談センター【フリーダイヤル】0120-917-111