

おいしさと健康

Glico

江崎グリコ株式会社

パッケージの透明化実現！見た目・味わいともに本格的な  
デザートドリンク  
『ドロリッチ スペシャル カフェゼリー』新発売

<概要>

グリコ乳業株式会社は、デザートドリンク『ドロリッチ スペシャル カフェゼリー』を2015年6月2日(火)に全国のコンビニエンスストアで先行発売し、また7月6日(月)からその他全ルートで発売いたします。

『ドロリッチ スペシャル カフェゼリー』は「ドロリッチ」シリーズの見た目・味わいともワンランク上のこだわりの1品として発売いたします。原料の素材選定や製品設計にこだわり、ストローで吸えるふわふわホイップクリームがのったコーヒーゼリーのデザートドリンクです。同時にパッケージ透明化を実現し、ストローで崩しながら飲むという新しいスタイルもご提案いたします。

日頃忙しくて時間がない中、仕事に従事しているビジネスパーソンや家事をこなしている主婦が頑張った平日の夜や休日のご褒美として、ラインアップを拡充することで話題を喚起し、デザートドリンク市場の活性化をはかってまいります。



『ドロリッチスペシャルカフェゼリー』

- 発売日・地区：2015年6月2日（火）全国のコンビニエンスストアにて先行発売  
2015年7月6日（月）その他全ルート発売

■製品概要

製品名	ドロリッチスペシャルカフェゼリー
内容量	160g
希望小売価格	190円（税別）
種類別	洋生菓子
包装形態	プラスチックカップ
製品特長	<ul style="list-style-type: none"> <li>賞味期限内（製造日含む16日間）のおいしさを維持でき、風味を劣化させない透明容器を使用しています。</li> <li>バニラの女王と呼ばれている最高品質であるモンレニオンバニラを使用し、またコーヒーもアラビカ豆100%に厳選し、コロンビア豆スプレモやキリマンジャロといった著名なコーヒー豆を使用しています。</li> <li>おすすめの飲み方はストローでゼリーを崩し、コーヒーゼリーとクリームを絡めながら、コーヒーやクリームの風味を様々なバランスで楽しんでいただく新しいスタイルです。（商品を振ってからストローを刺すスタイルでもお飲みいただけます）</li> </ul>
カロリー	178kcal
賞味期限	16日間（製造日含む）
保存方法	要冷蔵10℃以下
対象層	日頃忙しくて時間がない中、仕事に従事しているビジネスパーソンと家事をこなしている主婦

グリコ乳業株式会社

代表取締役社長：梅崎信彦

資本金：4億50百万円（江崎グリコ 100%出資）

創業：昭和31年9月

本社：東京都昭島市武蔵野2-14-1

事業内容：牛乳・乳製品・飲料および食料品の製造および販売

主要製品：高原特選牛乳、カフェオーレなどの飲料。

プッチンプリン、ドロリッチ、朝食BifiX ヨーグルトなどのデザート類。

■「ドロリッチ」シリーズ他ラインアップ

製品名	ドロリッチ ＜カフェゼリー&クリーム＞	ドロリッチ ＜フルーツ&ベリーミックスゼリー＞	ドロリッチ ＜カクテルテイストゼリー＞
		 ※上記製品の発売日：5/11	
内容量	200g	180g	180g
希望小売 価格	150円（税別）		
種類別・ 包装形態	洋生菓子・プラスチックカップ		
製品特長	<ul style="list-style-type: none"> <li>・グリコ独自の製法で、ストローで吸えるなめらかなホイップクリームを実現。</li> <li>・振ることで色々なゼリーの食感を楽しめます。</li> <li>・先端が太くて飲み口が細いグリコオリジナルのストローで吸うことにより、ゼリーがストローの中でクラッシュされ、今までにない喉ごしが楽しめます。</li> </ul>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コーヒーのコクはそのままにクリーム感をアップし、全体的に濃厚な味わいとさらに満足感が上がるように仕上げています。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ベリーな甘酸っぱさを感じられるゼリーとヨーグルトのほのかな風味がからみあった、さっぱりした味わいにリニューアルいたします。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ピーチの甘さとチェリーの甘酸っぱさをミックスし、大人向けのカクテルのような味わいです。</li> <li>・国産白桃と国産さくらんぼ果汁を使用しています。</li> </ul>
カロリー	104kcal	149kcal	154kcal
賞味期限・ 保存方法	22日間（製造日含む）・要冷蔵10℃以下		
対象層	日頃忙しくて時間がない中、仕事に従事しているビジネスパーソンと家事をこなしている主婦		

以上