

M&M's MOUNTAIN ENERGY

M&M'sのブランドファン拡大、
若年層の取り込みができるアイデア

The M&M's logo, featuring the brand name in a stylized, lowercase font with a registered trademark symbol, set against a light yellow rectangular background.

課題

世界的に人気のあるM&M'sが、日本で人気がないのはなぜか？

①知っているけど、“選ぶ理由”がない

M&M'sチョコ自体は認知されている（パッケージを見れば、「これね！」と分かる）
でも、愛着も記憶もあまりないため手が伸びにくい存在になっている。

②キャラクターの特徴や世界観が認知されていない

キャラクターが生活者の日常導線に出る機会が少ない。
そのため、ブランドやキャラクターの特徴が伝わっていない。

企画の目的

- ①商品の強みを訴求し、M&M'sチョコを“選ぶ理由”を作る
- ②キャラクターの特徴と世界観を伝え、“ブランドとの関係性”を築く



企画の方向性

①M&M'sの「溶けないチョコ」という強みを訴求し、
夏のチョコ&アウトドアお菓子の定番化を狙う！

②明るいキャラクターを活かし、**気分が上がるお菓子**を目指す！

A photograph of two hikers walking away from the camera on a forest trail. The hiker in the foreground is wearing a purple cap, a green long-sleeved shirt, and a large green backpack. The hiker behind them is wearing a blue hat and a blue jacket. They are both using trekking poles. The background is a dense forest with green foliage.

着眼点

登山の行動食

行動食とは？

登山やハイキングの道中で手軽にエネルギー補給するための食料のこと。

登山はエネルギー消費が大きいいため、高カロリーな食品が好まれる。

EX) チョコレート、ビスケット、ナッツなど...

M&M'sチョコの特徴

①軽くて高カロリー（即効性）

1袋(42g)あたり191kcal（**1gあたりのカロリーが塩むすびの約3倍**）
満足度が高く、すぐに食べられて即効エネルギーになる！

②炎天下でも溶けにくい（安心感）

“シュガーコーティング”のため、手の温度や外気の熱で溶けにくい！

③かさばらない

ポケットやリュックに入れて持ち運ぶことができる！



M&M'sチョコの**即効性**と**安心感**を活かし、
登山者にとって“**最適な行動食**”として浸透させることで、
消費者にM&M'sの強みを想起させることができる！

POINT ①

M&M'sチョコを登山・アウトドア専門店 & 登山口付近の売店で販売
「登山・アウトドアのお菓子 = M&M'sチョコ」というイメージを浸透させる

<販促場所>

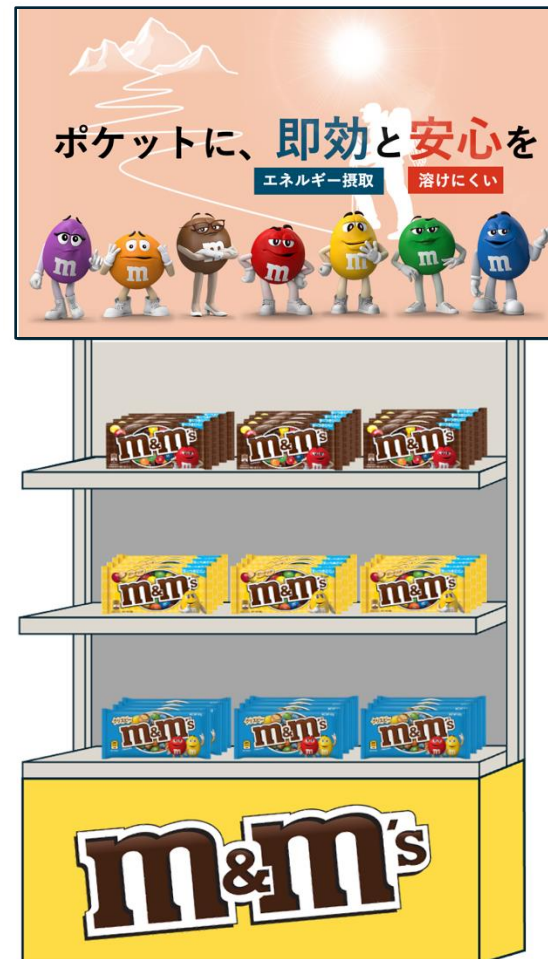


登山・アウトドア専門店



登山口付近の売店

<設置イメージ>



POINT ②

各合の山小屋前にエネルギーチャージスポット（カプセルトイ）を設置する

カプセルトイにする事で、登山者&運営側の手間を最小限に！

EX) 富士山、北岳、八ヶ岳



M&M'sチャージスポット（カプセルトイ）

行動食としての定番化を狙う & M&M'sキャラとの接点を作る



展開案

登山口に **ピールオフ広告 (M&M'sミニパック)** を設置
消費者にM&M'sの行動食としての役割&キャラクターを訴求する



山の形に並べられたM&M's
「何やら吹き出しがあるぞ!？」



剥がすとM&M'sキャラクターが
登場する仕掛けに!



M&M'sを持って登山スタート!



～ポケットに、即効と安心を～

