

駄菓子コーナーに新キャラクター登場！

お子様からシニアまで、幅広い客層に WAKUWAKU を提供します

株式会社サークルKサンクス（本部：東京都中央区、代表取締役社長：中村 元彦）は、子供や主婦層・シニア層など三世代の取り込みを狙い、全国のサークルKとサンクス 6,235 店舗（2012年7月末現在）にて9月25日（火）から順次、駄菓子コーナーリニューアルを行います。

今回より、当社の年賀状や雑貨でも使用されている、イラスト作家 Rico さんのオリジナルキャラクター『パンダのたぶたぶ』をメインキャラクターとして採用します。各種販促物だけでなく、駄菓子用買い物カゴにもキャラクターシールを貼るなど、昔ながらの駄菓子屋が減少する中でお子様が楽しく買い物できる場を提供し、駄菓子コーナー全体を盛り上げていきます。

また、11月6日（火）にはチロルチョコから「チロルたぶたぶホワイト」および「チロルたぶたぶミルク」（各20円・税込）を発売するなど、『パンダのたぶたぶ』を活用したオリジナル商品の開発も行っています。

■ 駄菓子コーナー強化の理由

◆シニア層による子供商品マーケットの拡大

シニア層の孫との関わりが深まっている傾向にあり、シニア層が孫へ買い与える購買シーンの拡大が見込めます。

◆他業態からシニア層、ファミリー層を獲得する

「コンビニエンスストア（サークルKサンクス）＝身近でお菓子を買える場所」としての認知度を高めます。



駄菓子用買い物カゴ(イメージ)



「チロルたぶたぶホワイト」

《ご参考》

『パンダのたぶたぶ』について

サークルKサンクスの年賀状や雑貨等でも使用されている、イラスト作家 Rico さんのキャラクターで、パンダと十二支の干支達の個性的なキャラクターと、ほんわか安心感のあるメッセージが特徴です。日常生活の中のありふれた、何気ない一言を発信することで、お子様からシニア層にまで癒しを与えるキャラクターです。



(C) Rico/PT2012