



<新製品資料>

2008年12月24日

女の子の大好きな“お菓子”のパッケージが、キュートなインナーになって新登場！

ジュニア層向けインナーブランド『kashipan』<sup>カシパン</sup>を2009年1月下旬発売  
～第一弾は「チロルチョコ」と「キャラメルコーン」を起用～

株式会社 バンダイ

本社：台東区駒形1-4-8

社長：上野和典、資本金246億円

(株)バンダイは、お菓子のパッケージデザインをモチーフにしたジュニア向けインナーブランド「kashipan(カシパン)※」(ブリーフ：924円/税込、ボクサートランクス：1,029円/税込、5柄全8種、サイズ：140・150・160cm)を、2009年1月下旬より発売します。第一弾は、長年愛され続けていてパッケージがポップでキュートな「チロルチョコ」と「キャラメルコーン」の2デザインを起用しています。

販売ルートは、アンダーウェア売場、雑貨店、玩具店などで、販売目標は累計5万枚(2009年6月末まで)を計画しています。ジュニア世代(主に10歳～15歳)の女の子をメインターゲットにしたブリーフやボクサートランクスを展開するのは、アパレル業界でも初の試みです。

当社は、お菓子とインナーがコラボレーションした「kashipan」を、ジュニア世代向けの新しいブランドとして展開し、今後もさまざまなお菓子をモチーフにして発売する計画です。

※kashipan(カシパン)の名前の由来は、ジュニア世代が大好きでなじみのある「お菓子」と「パンツ」をドッキングさせています。



<写真:「kashipan」(ブリーフタイプ)>

各924円/税込

上段：チロルチョコ、下段：キャラメルコーン

©チロルチョコ

©2009 Tohato.inc



<写真:「kashipan」(ボクサートランクスタイプ)>

各1,029円/税込

※チロルチョコのみの展開

©チロルチョコ

## ●着ていて楽しくなる！元気なジュニア世代にぴったりの「kashipan」

「kashipan」は、女の子の大好きなお菓子のパッケージデザインをジュニア向けインナーに起用しました。着ていて楽しくなるような、ポップでかわいいテイストが特徴で、元気なジュニア世代にはぴったりの商品です。第一弾は女の子たちに人気のお菓子「チロルチョコ」（発売元：チロルチョコ（株））より、1979年の発売当時から変わらぬパッケージの「コーヒースガー」、定番テイストの「MILK」、チロルチョコのロゴをメインにあしらった「ロゴモチーフ」、赤いパッケージでおなじみの「キャラメルコーン」（発売元：（株）東ハト）を起用しています。

当社は、2001年より高校生から20代の女性をターゲットとしたインナーブランド「mi・ke・ra（ミケラ）」を立ち上げており、2001年に発売した「ガールズブリーフ」（1,029円／税込、発売中）は、それまでにはなかった“女性向けブリーフ”という斬新なスタイルやアメコミ調のポップなデザイン、体にフィットする履き心地の良さがなどが流行に敏感な女性の間で大人気となり、累計70万枚（2008年11月末時点）を販売するヒット商品となっています。

「kashipan」は、レディースインナーとして実績のあるガールズブリーフタイプと、部屋着としてもお使いいただけるボクサートランクスタイプの2種類を商品化しました。

当社は、ジュニア層という新たなターゲットに向け、「kashipan」ブランドを積極的に提案していきます。



写真「kashipan」ブリーフタイプ  
チロルチョコ <コーヒースガー柄>



写真「mi・ke・ra ガールズブリーフ」

©BANDAI 2001

### <商品概要>

■商品名	kashipan（カシパン）
■種類	ブリーフ（5柄）、ボクサートランクス（3柄）5柄全8種
■価格	ブリーフ：924円／税込、ボクサートランクス：1,029円／税込
■サイズ	140・150・160cmの各3サイズ
■発売日	2009年1月下旬
■販売ルート	アンダーウェア売場、雑貨店、玩具店など
■素材	綿100%

バンダイホームページURL : <http://www.bandai.co.jp/>