



「ポップコーン」を通じてより良い映画体験、  
幸せな時間を提供する新しいプロジェクト

## 『シネマイク』

2014年8月1日よりスタート！！

ジャパンフリトレ株式会社が（本社：茨城県古河市、代表取締役社長：江原 信）は、TOHOシネマズ株式会社（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：瀬田 一彦）との新プロジェクト『シネマイク』を2014年8月1日（金）より開始し、TOHOシネマズ61劇場にて販売します。

『シネマイク』は、ポップコーンNo. 1ブランド「マイクポップコーン」とシネコンNo. 1を誇る「TOHOシネマズ」とのNo. 1同士のコラボレーションによる新しいプロジェクトです。

映画館で食べる「ポップコーン」のおいしさ、映画館で「ポップコーン」を食べる文化をもっと広めることを目的として立ち上げました。

できたてのあたたかい「ポップコーン」の香ばしい香りは、今では映画館と切っても切れない関係となっています。

『シネマイク』では、ロングセラーブランド「マイクポップコーン」の開発ノウハウを駆使し、定番モノから企業コラボモノまで様々なフレーバーを定期的に切り替え、豊富なバリエーションとなる「フレーバーポップコーン」を続々提供していきます。

スタート時のフレーバーは、“北海道バターしょうゆ味” “かねふく明太子マヨネーズ味” “バーベキュー味” “コンソメ味” の4種類を用意いたしました。

### ◇ “北海道バターしょうゆ味”

『シネマイク』の元となる「マイクポップコーン」のメインフレーバー。

『シネマイク』では、北海道産のバターを使用し、リッチな味に仕上げました。

風味豊かなバターのコク、しょうゆのまろやかなうまみがマッチした飽きのこないお子様から年配まで幅広い年代の方におなじみの味わいです。



### ◇ “かねふく明太子マヨネーズ味”

明太子のトップメーカー「かねふく」とコラボしたフレーバー。

フレーバーには、実際に「かねふくの明太子」を使用しています。

明太子の旨味とマヨネーズのコクがベストマッチの一品です。



### ◇ “バーベキュー味”

TOHOシネマズのフレーバーポップコーンシリーズで人気No. 1のバーベキュー味！お肉のジューシーなうまみと野菜のおいしさがマッチした味わいが楽しめます

### ◇ “コンソメ味”

スナックでも定番のコンソメ味をポップコーンに！

ローストしたチキンのうまみと野菜のうまみが絡み合う美味しさです。



映画館の売店では、「ポップコーン」を『シネマイク』ロゴの入ったカラフルな専用の袋に入れ、4つの中から選んだフレーバーのパウダーを振りかけ、少し振った状態で、お客様にお渡しします。お客様が、さらにシェイクすることで、フレーバーの風味が一層広がります。

また、近年はポップコーン専門店がアメリカから続々上陸し、行列のできるお店が登場するなど、若い女性を中心に“ポップコーンブーム”といえる状況ですが、日本で初めてのポップコーン企業は「マイクポップコーン」（1957年設立）となります。

企業名と同じ「マイクポップコーン」のブランドでの製造販売を開始し、最初は行楽地、遊園地、東京タワーなど集客地での実演販売から始まり、大人気を博しました。60年代・70年代のポップコーン市場をけん引し、お菓子の定番アイテムとしての地位を日本市場で確立。湿度の高い日本の風土に合い、日本人好みのフレーバーを開発した「マイクポップコーン バターしょうゆ味」（1983年発売）は、昭和のポップコーンフレーバーのヒット商品となり、平成になった現在も定番フレーバーとしてロングセラー商品となっております。

### <『シネマイク』実施概要>

プロジェクト名	シネマイク
実施日時	2014年8月1日（金）より販売開始
実施場所	全国TOHOシネマズ61劇場
実施内容	「フレーバーポップコーン」の販売 フレーバーは、4種類からスタートし、お客様のニーズやトレンドに合わせて順次変更予定。（仮） スタート時は、北海道バターしょうゆ味、かねふく明太子マヨネーズ味、バーベキュー味、コンソメ味