

【参考資料】

「ネスレキットカット」

1935年にイギリスで発売以来、世界70以上の国・地域で販売されているグローバルブランドのチョコレート「ネスレキットカット」。この「キットカット」を使った応援は、九州の方言で『きっと勝つとお（きっと 勝つよ！）』が「キットカット」に似ていることから、九州を中心に受験生の中から自然に生まれ、2002年頃から受験生の中に口コミで広まり始めました。今日では、“受験のお守り”で想起されるブランドとして、受験生の3人に1人が受験前に購入、5人に1人が試験会場に持参するなど、受験生応援商品の定番必須アイテムとして支持されています（ネスレ調べ）。

また、受験生だけでなく受験生を応援する人達（教師・家族・友人）から受験生へ激励の意味を込めて贈ったりする姿もたくさん見られます。さらに、「キットカット」は、受験だけではなく、恋愛、スポーツのシーンでも、心の支えのような存在として、大切な人に応援や感謝の気持ちを伝えるコミュニケーションツールとして親しまれています。



<ネスレと日本郵便とのつながり>

ネスレと日本郵便（旧郵便局会社）との共同企画は、2009年に「キットカット4本入り」のパッケージにメッセージと宛先を書き込んで、そのままポストに投函できる商品「キットメール」を全国の郵便局（簡易郵便局を除く）で数量限定にて販売したことから始まりました。2010年には、書家・詩人の相田みつを氏の言葉をしおりにして封入した「キットメール」の新バージョンを発売。以降、毎年様々な仕掛けを施し、2013年は初のポップアップ式パッケージを採用。「キットメール」の箱を開けると、満開の桜のポップアップが飛び出し、「キットカット」のリズムで音が鳴る仕組みで販売いたしました。そして、2014年は、縁起のよい「キットカットだるま」を付属。「キットカットだるま」は、ペンで左目を入れて願掛けをし、叶ったら右目を入れられるようになっていました。毎年受験シーズンに臨む全国の受験生を励ますとともに、彼らを応援する人たちを支援したこれらの取り組みは、多くの感謝の言葉と反響を得て大ヒットとなっています。今回の「おとし玉キットカット」は2015年を良い年にしてもらえよう、「キット、願いかなう。」のメッセージが込められた「キットカット」をおとし玉と共に、子供や孫に贈ってほしい、という想いで日本郵便とネスレが共に企画しました。



「キットメール」

※画像は2014年の商品です。