



社名の由来である
“若きウェルテルの悩み”のヒロイン
「シャルロット」

株式会社ロッテ
2024年8月26日(月)

チョコレート

日本一売れている板チョコレート※「ガーナ」が板の厚みをUP！

“ハッピーはチョコレートから”をスローガンにちよこつと幸せをお届け

※「インテージSRI+ チョコレート市場（板チョコレート）2023年1月～2023年12月 累計販売金額」

株式会社ロッテは、ガーナの板チョコレートの厚みを従来品よりも110%UPさせた商品として、「ガーナミルク」「ガーナブラック」「ガーナローストミルク」の3品を発売します。アフターコロナの生活スタイル変容の中で、板チョコレートを食べた時の「幸福感」や「満足感」などが受け入れられ、再度板チョコレート市場が拡張しています。「ガーナ」としては、「厚み」をUPすることでおいしさをより追求できないかと考え、今回の形状にたどり着きました。また今年発売60周年を迎えた「ガーナ」は、“ハッピーは、チョコレートから。”をスローガンとし、厚みUPと、さらに期間限定でパッケージデザインもリニューアルすることで、「見ても、食べても」ハッピーな気持ちをお届けできたらと考えています。

◆ 60周年パッケージ例



●商品名	ガーナブラック	ガーナミルク	ガーナローストミルク
●発売日	2024年9月3日(火)		
●発売地区	全国		
●内容量	50g※内容量に変更はございません		
●価格	オープン価格 ※想定小売価格162円前後(税込)		



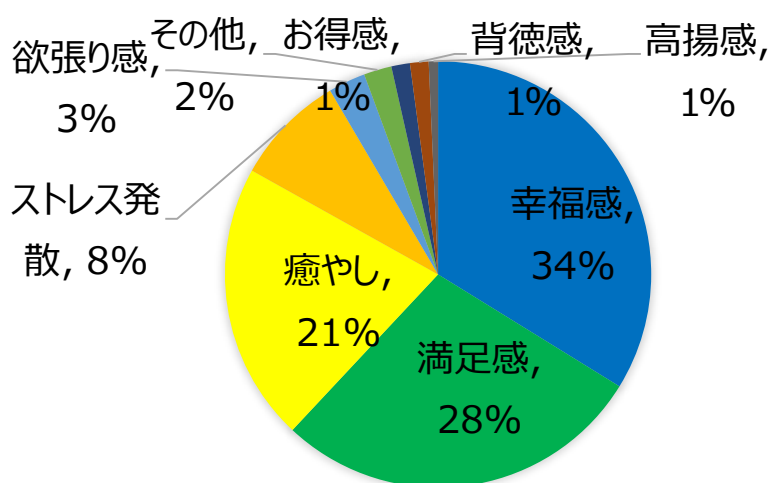
社名の由来である
“若きウェルテルの悩み”のヒロイン
「シャルロッテ」

◆板チョコレートを食えるときの気持ち・・・

お客様へのアンケートの結果、板チョコレートを日常的に食べる中で消費者が受ける影響として多かったのは「幸福感」「満足感」「癒やし」でした。具体的に消費者の声として「一度にたくさん頬張れるから、贅沢な時間」や、「板チョコを割って食べたい」などの板チョコレートならではの回答が多く現代のストレス社会にも寄り添える商品であることが明らかになりました。

Q.ガーナ板チョコレートを食えるときに特に感じる気持ちを教えてください

Q.他の形態よりも好きな理由は？



一度にたくさん頬張れるから、
贅沢な時間です。

独り占めして頬張れる！

※ロッテ調べ

調査期間：2024年4月、調査対象：20～70歳以上男女、手法：WEB調査、N=427

◆ガーナを美味しく味わっていただくために理想の厚みを追求・・・

研究を重ねる中で板チョコレートの厚みにより味わいの変化が異なることが分かっており、ロッテでは今回板チョコレートの厚みUPをするために、3Dプリンターを駆使した研究をいたしました。現在の内容量における板チョコレートの最適な厚みをミリ単位まで拘りながら何度も試作を重ね、現行品の約110%UPという結論にたどり着きました。

日本で最も売れている板チョコレート「ガーナ」の品質リニューアルに向けて、板チョコレートの食べられ方や歴代のガーナミルクの形状の知見を活かして品質を一から考え直しました。その結果、厚みによって味わいの変化が異なることを発見したことで、品質改良に着手するうえで「厚み」に注目することになりました。理想の形状を追い求めるべく、3Dプリンターの技術を板チョコレートの形作りに導入しマーケティング・研究所のチームが一体となって完成しました。“ハッピーはチョコレートから”をスローガンに、ガーナはこれからも様々な挑戦を続けていきます。

株式会社 ロッテ マーケティング本部

田中 瑛美子



社名の由来である
“若きウェルテルの悩み”のヒロイン
「シャルロッテ」

チョコレート

自分と、子どもたちの未来を思うあなたに。 グリーンガーナがデザインリニューアル

A Happy Cycle with Ghanaでみんなの幸せがとけ合う社会へ

グリーンガーナ<オーツミルク>

- オーツミルクと食物繊維を配合。
- ロッテ独自の製法で粒子が細かく、とろける口どけと穀物臭を抑えたコクのある味わいが楽しめます。



グリーンガーナ<糖質30%オフ>

- 糖質30%オフで食物繊維をたっぷり配合。
- 特許※を取得したロッテ独自の製法で、糖質30%オフを感じさせないおいしさを実現しました。



※特許第7219846号

●商品名	グリーンガーナ<オーツミルク>	グリーンガーナ<糖質30%オフ>
●発売日	2024年9月17日(火)	
●発売地区	全国	
●内容量	48g(12枚)	
●価格	オープン価格 ※想定小売価格270円前後(税込)	

◆ Happy cycle with Ghanaとは

つくる人も、食べる人も、今も、未来も。

ガーナチョコレートを通じて、より多くの方が笑顔でつながるためのプロジェクト。
3つのテーマを掲げ、WFPやJOICFPへの寄付など様々な活動をしています。



©L/TP



社名の由来である
“若きウェルテルの悩み”のヒロイン
「シャルロッテ」



◆「グリーンガーナ」デザインリニューアルの背景

ロッテは「チョコ」でチョコッと気軽にSDGsに貢献できることを伝えるため、2023年にグリーンガーナを発売しました。昨今、学校授業や図書館の特設コーナーなどで、子どもに向けたSDGsに関する情報発信が増えてきています。それらを通してSDGsについて学んだ子どもが家庭で話題にすることで、「SDGsを意識したり行動するきっかけになった」や、「未来の子供たちのためになるなら行動したい」という保護者の声が、インタビュー調査の中で多く出てきました。

◆コンセプトに込めた思いと今後の取り組み

今回コンセプトを「わたしにも、こどもたちの未来にも。」に変更しています。この背景には、「子どもたちがこれからも笑顔でチョコレートを食べ続けられる未来にしていきたい。」という思いを込めています。また、現在「ガーナ」で行っている「A Happy Cycle with Ghana」という社会貢献の取り組みの一つとして、グリーンガーナの売り上げの一部で、ガーナ共和国の子どもたちに教材（ノート）を寄贈する取り組みを実施いたします。