



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tte」

チョコレート

～ 発売から50年、ガーナがさらに進化！ ～

『ガーナミルク』品質とパッケージを刷新

『ガーナブラック』『ガーナホワイト』パッケージを刷新

2013年9月3日(火)から全国で発売

株式会社ロッテ



『ガーナ』3商品の商品特長

1. 真っ赤なパッケージとなめらかな口どけが特長の『ガーナミルク』が発売50年目(1964年発売)を迎えるにあたり、品質とパッケージデザインを刷新して新登場。
2. 品質は「ガーナミルク」の特長である「なめらかな口どけ」「カカオとミルクの絶妙なバランス」「ミルク感の効いたコクのある甘さ」をベースに、さらにミルク感を高めてよりコクのある味わいを追究しました。
3. パッケージデザインは、発売当時からの特長である「赤いデザイン」「カカオポッド」「金色のロゴ」はそのままに、それぞれの商品カテゴリーを分かりやすく、より洗練されたデザインに刷新しました。
4. 「ガーナブラック」「ガーナホワイト」もパッケージデザインをそれぞれ商品カテゴリーが分かりやすく、より洗練されたデザインに刷新して新発売。
5. ターゲットは、女子高校生～20代女性・主婦を想定しています。

●商品名	①『ガーナミルク』 ②『ガーナブラック』 ③『ガーナホワイト』
●発売日	2013年9月3日(火)
●発売地区	全国

●商品ジャンル	チョコレート
●内容量	①② 55g ③ 45g
●価格	オープン価格(想定小売価格100円前後(税込))

資料：『ガーナ』3品

『ガーナミルク』の品質刷新ポイント

【発売当初からの品質特長】

①なめらかな口どけ

②カカオとミルクの
絶妙なバランス

③ミルク感の効いた
コクのある甘み

ガーナの品質特長はそのままに、さらにおいしさを追求するため、ミルク感を高めることで、より一層コクが増し、満足感の高い品質に仕上げました。

研究担当者
インタビュー

株式会社ロッテ 中央研究所
チョコ・焼菓子研究部 チョコレート研究室 渡邊 慎吾



ガーナミルク誕生50年という節目の年にふさわしい品質にすべく配合の見直しを行いました。

高い評価をいただいている現行品質を超えるために数多くの試作および社内、社外での調査を行い、結果、今回の品質はガーナミルクの特長を踏襲しつつ、より強くミルクの味わい、コクを体感していただける品質となりました。

われわれが自信をもってお届けする、さらにおいしくなった新ガーナミルクを一人でも多くの方にお楽しみいただきたいと思います。

『ガーナ』3品のデザイン刷新ポイント

【発売当初からのデザイン特長】

①ガーナレッド

②金色のロゴ

③カカオポッド



※発売当初のパッケージ



ガーナのデザイン特長はそのままに、商品特長がより分かりやすく、さらに洗練されたデザインに刷新。

デザイン担当者
インタビュー

株式会社ロッテ
商品開発部 デザイン企画室 上條 由起子



ガーナが持つ世界観を磨き上げ、より現代にマッチするシンプルで力強いデザインへ…

50年来ガーナデザインの核となり続けてきた「ガーナレッド」「金ロゴ」「カカオポッド」をさらに磨きあげるべく、現代にふさわしいカラーリング・デザインの分析と検証を重ねました。

その結果を基に、デザインは<よりシンプルで明確に>カラーリングは<時代に合う洗練された赤と金のバランス>で、さらにエレガントで力強いデザインとなりました。

ガーナはこれからも<最高品質のおいしさ><優しさ><元気>をお届けするために、今回刷新したパッケージデザインで店頭を華やかに彩っていきます。