



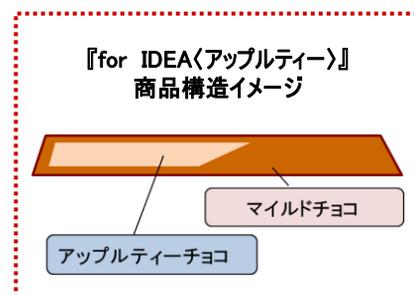
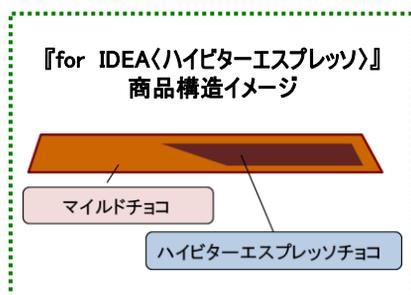
社名の由来である  
“若きウェルテルの悩み”のヒロイン  
「シャルロット」

チョコレート

～「移り変わる味の変化」で気分を切り替えるチョコレート～  
『for IDEA〈ハイビターエスプレッソ〉』  
『for IDEA〈アップルティー〉』

2013年4月16日(火)より全国で発売

株式会社ロッテ



## 『for IDEA〈ハイビターエスプレッソ〉×アップルティー』の商品特長

- スティックタイプのチョコの中に異なる味のチョコが入っています。食べ進めるにつれて「移り変わる味の変化」で気分を切り替える新ジャンルのチョコレートです。
- 1本当たりを「90秒」という区切りで味わってもらうことをイメージして商品进行を設計。忙しいビジネスシーンのちょっとした時間の気分転換をサポートします。
- 〈ハイビターエスプレッソ〉は、マイルドチョコを食べ進めると、キレのあるコーヒー風味を利かせたハイビターエスプレッソチョコに風味が移り変わります。大事な打合せや商談の前などのビジネスシーンにおすすめです。
- 〈アップルティー〉は、香り豊かなアップルティー風味のチョコを食べ進めると、マイルドチョコに風味が移り変わります。甘さを最初に味わわせる商品设计なので、ビジネスシーンで気持ちを切り替えたい時におすすめです。
- ターゲットは、仕事で奮闘する20～30代社会人男性を想定しています。

●商品名	『for IDEA〈ハイビターエスプレッソ〉』 『for IDEA〈アップルティー〉』
●発売日	2013年4月16日(火)
●発売地区	全国

●商品ジャンル	チョコレート
●内容量	4本入
●価格	オープン価格(想定小売価格100円前後(税込))

# 資料:『for IDEA<ハイビターエスプレッソ>X<アップルティー>』

## 商品設計について



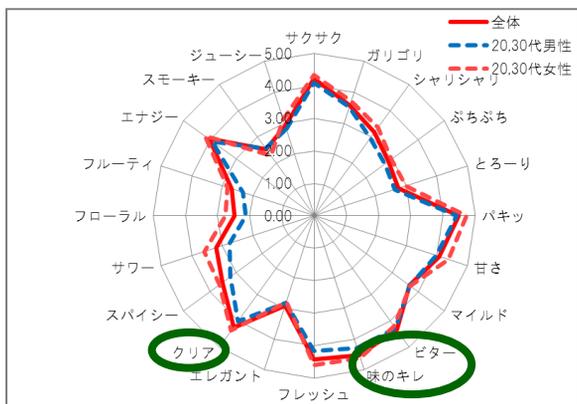
大事な打合せや商談の前などのビジネスシーンで食べものに「求めるもの」についてアンケート

回答上位	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ビター</li> <li>・味のキレ</li> <li>・クリア</li> </ul>
↓	
開発フレーバー	エスプレッソ

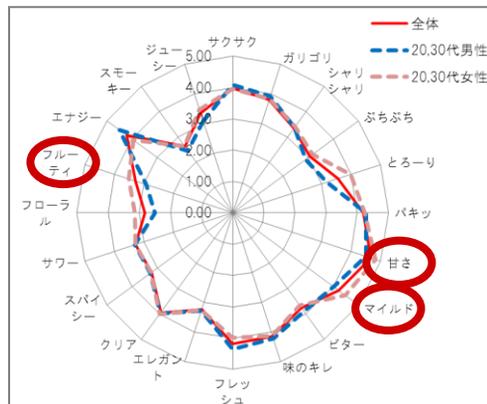


ビジネスシーンで気持ちを切り替えたい時に食べものに「求めるもの」についてアンケート

回答上位	<ul style="list-style-type: none"> <li>・甘さ</li> <li>・マイルド</li> <li>・フルーティ</li> </ul>
↓	
開発フレーバー	フレーバーティー



ロッテ調べ、n=100



ロッテ調べ、n=100

## デザインについて

フィルム開封前“90秒”を訴求 → フィルム開封後“スタイリッシュ”なパッケージに変化

