



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」

株式会社ロッテ

チョコ

キャンディ

女性のためのチョコレートとタブレットを4月21日に発売。

ロッテでは、4月21日に女性をターゲットとして、ダークチョコの新しいおいしさを持ち運びやすい形態にした『&DARK(アンドダーク)スリムパック<ストロベリー>』と、フローラルな香りが楽しめるマウスフレグランスタブレット『グラマティックタブレット<月夜のベリー>』を発売いたします。

アンドダーク

『&DARKスリムパック<ストロベリー>』

芳醇カカオとストロベリーが香る 本格ダークチョコレート



投稿型スマートフォンアプリ「みんレポ」のユーザーとの共創により開発した新商品です。発売中の板タイプ『&DARK<ストロベリー>』(2014年10月発売)をもっと手軽に食べたいというユーザーのご意見にお応えしました。「みんレポ」については次ページの参考資料をご覧ください

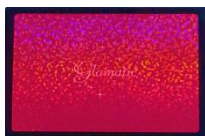
1. 甘さ控えめなダークチョコレートと甘酸っぱさあふれるストロベリーの華やかな組み合わせ。味と品質にこだわり抜いた上質なダークチョコです。
2. ストロベリークランチのシャリシャリとした食感が特徴です。
3. 持ち運びに便利で、ひと口サイズに個包装された「スリムパック」形態です。
4. ブランドターゲットは、40～60代の女性を想定しています。

●発売日	2015年4月21日(火)
●発売地区	全国 (コンビニエンスストア、駅売店限定)
●商品ジャンル	チョコ
●内容量	10枚入
●価格	オープン価格 (想定小売価格148円前後(税抜))

『グラマティックタブレット<月夜のベリー>』

メイクをしたりお気に入りの服を着るような感覚で、短時間で手軽に 香りで吐息をメイクできるマウスフレグランスタブレット

1. 若い女性を中心に支持されている「グラマティックガム<月夜のベリー>」が、タブレット(清涼菓子)になりました。
①フルーツの風味 ②フローラルな香り ③可愛くてオシャレなデザインが特徴です。
2. 華やかなベリーの風味と、吐息をメイクできるようなローズの香りが特徴的な味わいです。
3. 持っているだけで可愛くてオシャレな自分を演出できるようなデザインです。
4. ターゲットは、自分なりのオシャレに気を遣う20-40代女性を想定しています。



フィルムを剥がすと、
キラキラとしたシンプルで
かわいいデザインに変身

●発売日	2015年4月21日(火)
●発売地区	全国
●商品ジャンル	清涼菓子
●内容量	50粒(7g)
●価格	オープン価格(想定小売価格100円 前後(税抜))



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」

【参考資料】

○「みんレポ」とは <みんレポサイトURL: <http://minrepo.com/>>

株式会社ドコモ・インサイトマーケティングが提供するスマートフォンアプリです。
ユーザー約63,000名のサービス。2014年4月1日にiOS版をリリースし、会員数10万人を目指しています。
(2015年3月現在)

- ◆ユーザー同士で、「買ったもの」「食べたもの」「行ったところ」の感動や体験をシェアするアプリ生活を便利で楽しくするイチオシ情報が集まります。
- ◆お題に答えて、旬の情報をシェア
例えば「今日食べたおやつは何ですか?」や「暑くなると飲みたくなる飲み物は?」等の「お題」をきっかけにユーザーがそれぞれの情報を投稿。最近の流行や、季節の話題など、「お題」に答えて旬の情報をみんなまでシェアしあう環境を提供します。
- ◆楽しいユーザーイベントやインタビュー調査
ユーザー同士や企業がつながるイベントを定期的に開催します。また、メーカーなどの企業が参考にしたいレポートを継続的に投稿しているユーザーへ、商品開発やマーケティングの参考にアンケートやインタビューの依頼をすることもあります。企業にとって新しい商品を作るための貴重な意見となります。
- ◆みんなのリアルな声やイチオシがわかる。
ユーザーから、リアルな声とともに今、旬の情報が、どんどんレポートされます。まだ知られていない商品や居心地のいいお店などを他人よりも早く発見できるチャンスが広がります。

○「みんレポ未来会議」について

「みんレポ未来会議」は、「みんレポ」を使っている、新しいもの好きでこだわり派のユーザーが集まり、参加企業とタイアップして「コスメ」や「お菓子」、「ドリンク」など様々なテーマの商品の「未来」をディスカッションするイベントです。
参加企業は、通常のリサーチやインタビューでは聞けないぼんやりとした感覚、想いやアイデアが、具体的にイメージ化され、今までにない発見や具体的な商品化のイメージやプロモーションのヒントを得ることができます。

○今回の商品開発での取り組み <取り組み紹介ページURL: <http://minrepo.com/mirai/anddark.html>>

「&DARK」は、「こだわりの素材が織り成す上質なビターチョコレート」をコンセプトとして開発されました。今回の「みんレポ」を活用した生活者との共創による商品開発は、「みんレポ」のユーザーを対象としたワークショップやオンラインインタビューおよび「みんレポ」ユーザーが投稿したレポートデータの分析等により、以下の流れで行われました。

- I. 「&DARK」は上質なビターチョコレート → “上質”を分析
「みんレポ」に投稿されたレポートの写真やコメントから、生活者が“上質”と感じる気持ちの源泉を探索しました。幅広いジャンルのレポートが集まる「みんレポ」の特徴を活かし、お菓子・デザートから食品全般へとカテゴリを広げて分析し、生活者が感じる“上質”を捉えました。
- II. 「みんレポ」ユーザーを対象としたワークショップ → 求められる価値を抽出
「みんレポ」ユーザーの中からチョコレート好きの方々にお集まりいただき、ロッテ担当者といっしょに商品開発のアイデアを生み出すワークショップ「みんレポ未来会議」を開催しました。計2回実施し、いずれも生活者視点の新しいアイデアにあふれた活発なディスカッションの場となりました。既存商品が抱える強み・弱みを明確にする一方、“より深い味わいのチョコレートを上品に味わいたい”“いつでも新鮮な香りを愉しみたい”“食べやすい個包装タイプも欲しい”といった生活者に求められる要素を抽出しました。
- III. ロッテ担当者とのワークショップ
このワークショップでは、I. IIの結果から得られた課題やヒントをドコモインサイトマーケティングの担当者とロッテの部門を越えたメンバーが集まり具現化できるアイデアへと落とし込みを行いました。担当者間の認識をひとつにし、さらに多角的な視点から実現可能なアイデアを導いていくことで、商品の開発を実現いたしました。