



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

株式会社ロッテホールディングス
2026年4月2日（木）

国内一般流通菓子で初！*1 新しい開封体験「パキッとオープン™」

2年間で50種類以上試作し、品質も大幅リニューアル！

「クランキー」「ザクザクやみつきクランキー」

4月14日(火)よりリニューアル発売

株式会社ロッテ（東京都新宿区、代表取締役社長執行役員：中島英樹、以下ロッテ）は、ウェルビーイングな商品をお客様へ届けるため、2026年4月14日(火)より「クランキー」「ザクザクやみつきクランキー」ブランドにて、外箱中央からパキッと折って開封し、2分割できる「パキッとオープン™*2」包材を導入し発売します。本仕様は、国内一般流通菓子としては初の取り組み*1となります。

*1：自社による公開情報の調査に基づく（国内主要菓子メーカーの一般流通板チョコレートにおいて）2025年6月17日時点 *2：商標出願中



リニューアルの背景

昨今の物価高などの経済不安やSNS社会においてストレスを感じるシーンが多様化しています。そのような中で、クランキーは「心地よいサクサク食感」と「チョコの甘さ」であらゆるイライラやモヤモヤシーンに召し上がっていただいています。ロッテでは菓子パッケージを開ける開封体験を研究し、その一瞬の動作をより一層爽快なものにすることで、忙しい毎日の中で蓄積するモヤモヤが、少しでもスカッとした気持ちになってくれたら、という開発担当者の思いが込められています。春の新生活においても、慣れない環境での仕事や人間関係など、ストレスを抱えるシーンにクランキーのリズミカルに噛み進められる食感と甘さのコンビネーションで、前向きな気持ちに自然と切り替わることを後押しします。

これからもロッテでは、ユーザビリティの向上や、さまざまな人の感性に響くようなパッケージ研究など、ウェルビーイングな社会を目指した様々な取り組みを推進してまいります。



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」

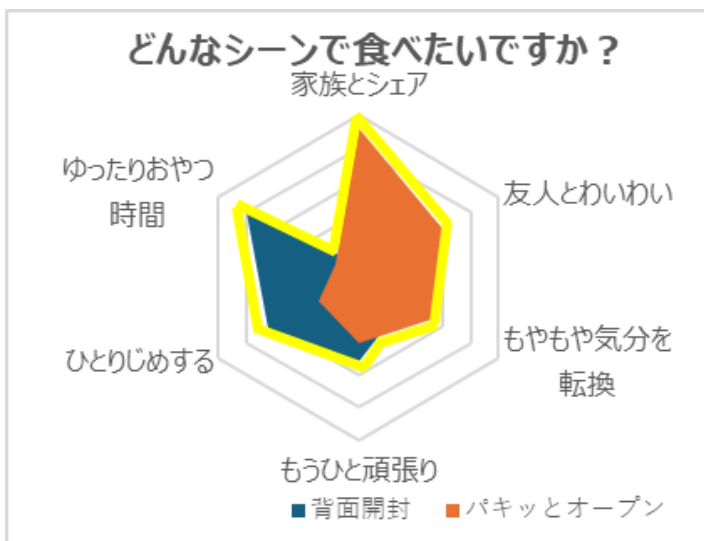
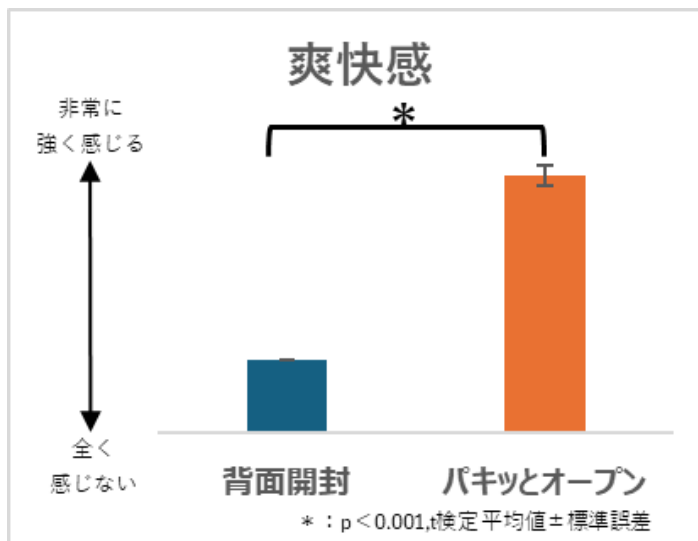
新しい開封体験「パキッとオープン™」の特長

従来の開け方では、細かいゴミが出たり、誰かとシェアすることが難しかったところ、本仕様では箱の中央からパキッと折ることで、軽快にパッケージを開けることができ、手前から左右に分けることで、全く同じ形の2分割ができるようになりました。板チョコを誰かと楽しくシェアする時にも適した開封方法になっています。

本仕様について、従来の背面からの開け方と開封時の爽快感*3を比較したところ、本仕様は爽快感の項目が有意に高値を示しました。背面には従来の開封口もあるため、これまでの1枚をひとりじめする食べ方も出来ますし、2Wayの開け方によって、様々なシーンに合わせた食べ方もできる新しいパッケージになっています。

*3：爽快感とは、開いた時にスカッと感を感じることを指します。

パッケージを開けた時の爽快感 感性評価



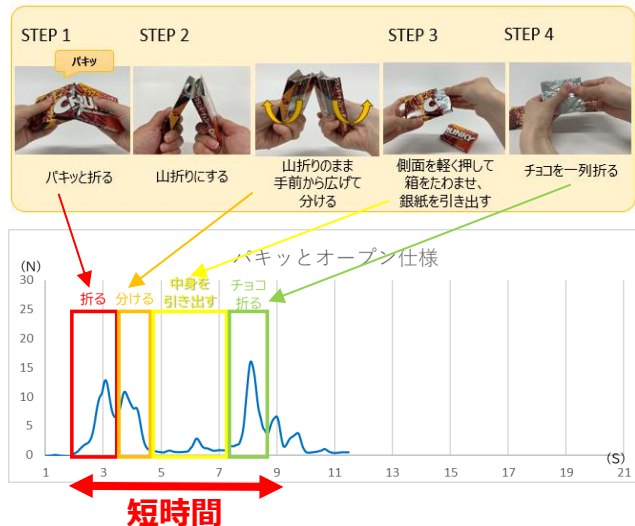
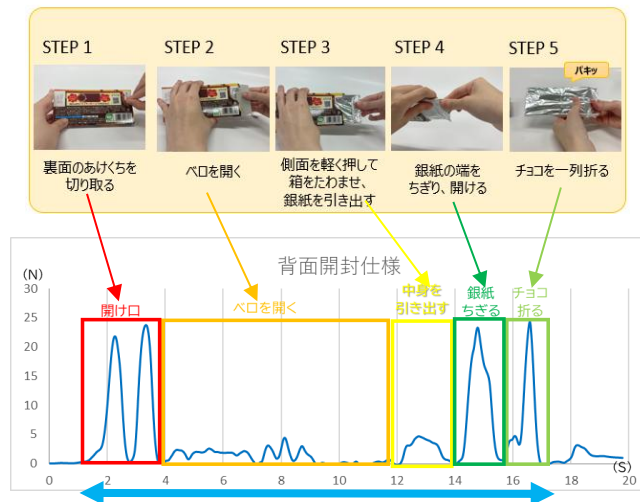
ロッテ調べ(n=31)

触動作センサーによる開封動作の解析も行い、開封性をとことん追求

触動作センサーを用いて開封動作を比較したところ、背面開封に比べ、本仕様は省ステップで開封できるため、開封から喫食までの時間短縮につながりました。すぐ食べたい時にもフィットする開け方になっています。

触動作センサーによるパッケージ開封時の力

ロッテ調べ(n=30)、下記は代表データ



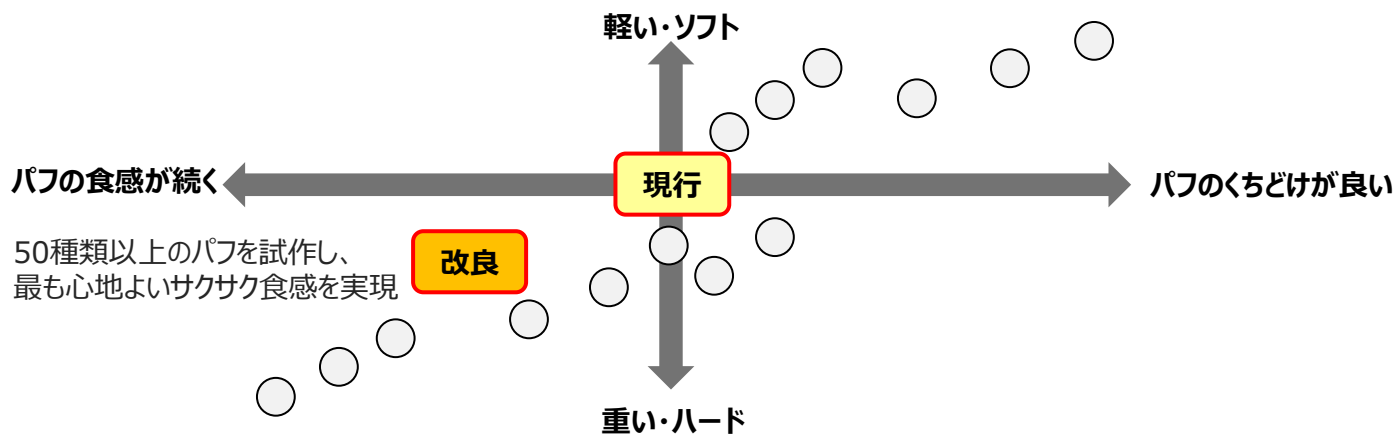


社名の由来である
“若きウェルテルの悩み”のヒロイン
「シャルロット」

でん粉の種類と加工方法を変更し、サクサク食感を強化！

構成要素である「でん粉」の種類を変更したモルトパフを複数種類作成し、食感のマッピングを作りました。マッピングの中で現行よりもサクサク食感が持続する方向に着目し、食感を強化しました。

また、でん粉の水分の取り込み方を調整することで、さらにサクサク食感を感じられるように改良を行い、食感の好意度や連食性に関して、現行品を上回るまで調整しました。



■ パフ食感好意度 20-60代調査 CLT調査 N=64



■ とても好き ■ やや好き ■ どちらともいえない ■ あまり好きではない ■ 全く好きではない

■ 研究・ブランド担当者コメント

中央研究所 研究情報戦略部 パッケージ研究課

小垣 美津子 ・ 是永 春奈 ・ 本村 あかね ・ 藤原 普夫

食べる瞬間だけでなく、パッケージを開ける瞬間からも、お菓子の楽しさや気持ちよさを感じてほしい。そんな想いから本パッケージの開発はスタートしました。**120種類を超える図面で検討を重ね**、ついに爽快地折り開けられる仕様が完成しました。開封動作は一瞬ですが、最初の印象を決める重要なポイントです。その一瞬を触動作センサーの分析などで突き詰めて作り上げた本商品で、忙しい毎日の中で蓄積するモヤモヤが、少しでもスカッと前向きな気持ちになってくれたらと願っています。私たちのこだわりの開封体験をぜひお試しください。



中央研究所 チョコ・ビス研究部 チョコレート研究一課

小川 愛 ・ 中山 優菜 ・ 永原 彩瑚

パフが入っているからこそそのおいしさを追求し、お客様に伝えたい。その一心で今回のリニューアルに取り組みました。**約2年かけて50種類以上のパフを試作し**、最も心地よいサクサク食感があり、その食感を長く楽しめて、チョコレートとの相性が良いパフを見出しました。チョコレートもはじめのパキッとした食感と、満足感がありつつも最後はすっきりと、次の一口が食べたくなるようなくちどけにこだわって改良しています。皆様の心のモヤモヤを晴らし、次への一步のきっかけになれることを願っています。私たちの渾身の作品をぜひお試しください。





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」

マーケティング本部第一ブランド戦略部 チョコレート企画課 樋口 佑介

春の新生活は、慣れない環境での仕事や人間関係など、知らず知らずのうちにストレスを抱え込みやすい時期です。そんな時こそ、クランキーのリズミカルに噛み進められる食感と甘さのコンビネーションで、心に溜まったモヤモヤを吹き飛ばしていただきたいと思っています。約2年をかけた今回のリニューアルでは、味はもちろん、パッケージを開けるその瞬間の心地良さまで徹底的にこだわりました。一口食べれば自然と前向きな気持ちに切り替わる、そんな皆様の毎日に寄り添う存在になれば幸いです。私たちの2年間のこだわりを、ぜひその手で確かめてみてください。



【クランキー品質・パッケージ改良ポイント】

- ✓ 原料・加工方法の異なるでん粉を使用したモルトパフを新たに作り出し、ブランド価値である「サクサク食感」が強く、長く続くように改良しました。
- ✓ 黄色と茶色のやや暗い背景色をオレンジ色にすることで明るさのあるデザインへ変更しました。



旧パッケージ



新パッケージ

| | |
|-------|-------------------------|
| ●商品名 | クランキー |
| ●発売日 | 2026年4月14日(火) |
| ●発売地区 | 全国 |
| ●内容量 | 1枚入 |
| ●価格 | オープン価格 想定小売価格226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」

ザクザクやみつきクランキー板・ビッグパウチも発売！

甘じょばくてザクザクな食感が特長のザクザクやみつきクランキーより、新たに板・ビッグパウチサイズも4月14日(火)より発売します。トレンドとなっている“食感”にフォーカスし、仕事や家事で疲れた時や集中力が切れたときなどにぜひおすすめです。



※パッケージ画像は変更となる可能性があります。

| | | |
|-------|----------------------------|----------------------------|
| ●商品名 | ザクザクやみつきクランキー板 | ザクザクやみつきクランキービッグパウチ |
| ●発売日 | 2026年4月14日(火) | |
| ●発売地区 | 全国 | |
| ●内容量 | 1枚入 | 67g |
| ●価格 | オープン価格 想定小売価格226円前後(税込) | オープン価格 想定小売価格324円前後(税込) |