



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」

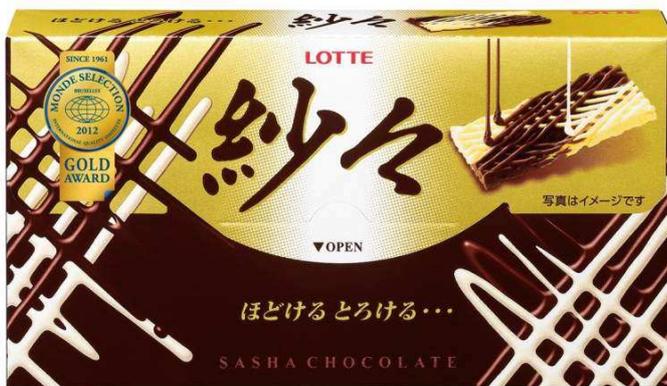
チョコレート

～ほどける・とろけるチョコ!～

『紗々』 『紗々〈石臼挽き抹茶〉』

2012年9月11日(火)から全国で発売

株式会社ロッテ



- | | | | |
|-------|-------------------|---------|--------------------------|
| ●商品名 | 『紗々』・『紗々〈石臼挽き抹茶〉』 | ●商品ジャンル | チョコレート |
| ●発売日 | 2012年9月11日(火) | ●内容量 | 69g(個包装込み) |
| ●発売地区 | 全国 | ●価格 | オープン価格(想定小売価格218円前後(税込)) |

『紗々』・『紗々〈石臼挽き抹茶〉』の商品特長

- 1.5mmの細い線状の1,350本※ものチョコレートを1本1本丁寧に重ね、絹織物のような滑らかな食感が楽しめるチョコレート『紗々』と『紗々〈石臼挽き抹茶〉』が新登場。
(※総数1,350本とは食べやすいサイズに切り分ける前の本数)
- 『紗々』は、セミビターチョコとホワイトチョコを丁寧に編み上げました。2つのチョコがお口の中でほどけて、繊細で優しいチョコの風味が楽しめます。
- 『紗々〈石臼挽き抹茶〉』は、石臼で挽いた京都府産宇治抹茶を使用した抹茶チョコ・ビターチョコ・ホワイトチョコの三層仕立てです。抹茶の豊潤な香りと風味、ビターチョコとホワイトチョコの風味が三味一体となってお口の中に広がります。
- ターゲットは、20～30代女性を想定しています。

■ フレーバー・パッケージ展開

1995年



紗々発売

1997年



紗々ふたえ発売

2009年



紗々〈和栗〉発売

2011年



紗々〈こだわりいちご〉発売

■ ブランド担当者インタビュー



株式会社ロッテ
商品開発部 ブランド担当 チョコレート企画室
東 慶太

発売当時、200円前後の板チョコ市場が人気を集めていて、その中で差別化を図るためにロッテならではの独自性をもった商品をお客さまに提供できないか、と考えたのが開発のきっかけでした。

今までに味わったことのない食感・形状について検討を進めている時に、当時の開発担当者の一人が市場調査で購入してきた「布」を関係者の前に置き、「この布のように線状のチョコレートを折り重ねた商品を開発できないか」と提案しました。この提案をもとに試行錯誤を

繰り返した結果、繊細な見た目と食べるとほろほろとほどけるような口どけを生み出すという今までにない商品を作り出すことに成功しました。発売されてから17年以上経過した今も愛され続けている「紗々」が誕生した瞬間でした。

今までにない繊細な見た目と口どけのチョコレートである「紗々」は工場設備も特別に作る必要がありました。現在ではあまり知られていませんが、検討当初は「紗々」という名前ではなく、「メッシュチョコ」としてスタートしました。その名前が表す通り、細い線状のチョコレートを一定の間隔を維持しながら隣の線と重ならないよう流し、チョコレートの隙間から向こう側が見えるようになるまで何度も何度も繰り返しテストを重ね、現在の製造条件にたどり着きました。

紗々のベネフィットは「繊細な見た目とパリパリほろほろと口の中で溶けていく独特な食感」であることです。その特長を堅持しながら、お客さまに上質でゆったりとした時間を提供できるようなラインナップを提案し続けてきたことが、今もなお愛され続けている理由かと考えています。