



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

板チョコでもないバーチョコでもない ワンハンド タブレット チョコ

ワン タ ブ
『 ONE TAB 』

<アーモンド&レーズン>

2015年4月7日(火)より全国で発売

株式会社ロッテ

ロッテではこのたび、ワンハンドサイズのタブレットチョコ「ONE TAB(ワンタブ)」シリーズに、ミルクチョコとアーモンドとレーズンを組み合わせた新製品を発売いたします。「ONE TAB(ワンタブ)」は分厚いボリュームと、3つのおいしさで、ひとくちめから満足感が味わえるワンハンドサイズのチョコレートです。

ひとくちめから、ぎっちぎちに満たされる。

1. 常識を超えた、分厚いボリュームのチョコ。
2. ミルクチョコ、まるごとアーモンド、まるごとレーズンを組み合わせた3つのおいしさがぎっちぎち。

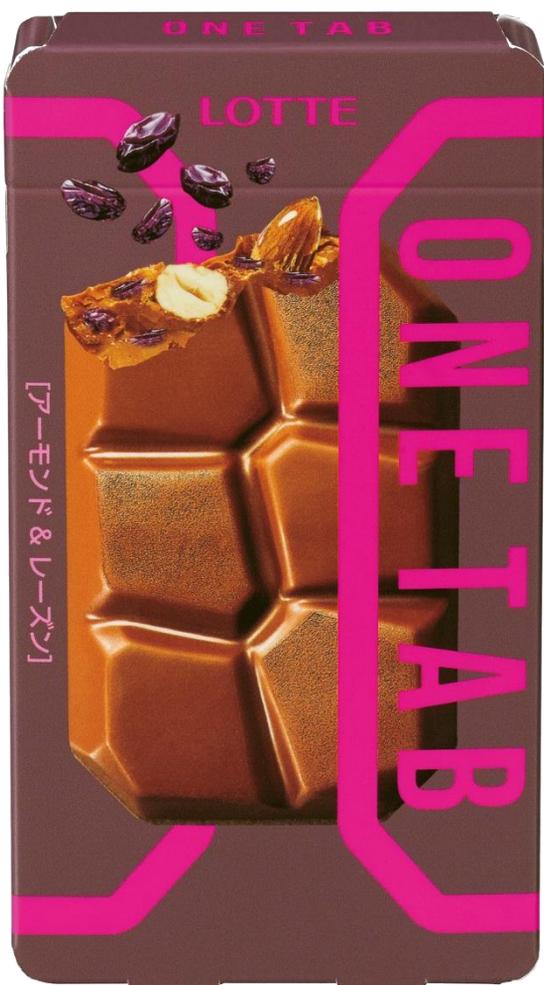
まるごとレーズン
芳醇な香りと
ふくよかな果肉感。



まるごとアーモンド
キャンディコートで
カリッと食感を付与。

ミルクチョコ
素材を引き立たせる
チョコレート。

3. 手のひらにフィットする、スマートで開けやすいパッケージ。
4. ターゲットは20~30代男性を想定しています。



ほぼ原寸大(70mm×128mm×18mm)

●商品名	ONE TAB (ワンタブ) ＜アーモンド&レーズン＞
●発売日	2015年4月7日(火)
●発売地区	全国
●商品ジャンル	チョコレート
●内容量	1枚入
●価格	オープン価格 (想定小売価格140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>

ワン タ ブ

「ONE TAB」シリーズの 気持ちをアゲるこだわり

ロッテ「ONE TAB(ワンタブ)」シリーズは、2014年11月に、常識を超えた分厚いボリュームと3つのおいしさで、ひとくちめから満足感が味わえるチョコとして発売いたしました。そのこだわりをご紹介します。

1. 満足感へのこだわり

- ・ 通常の板チョコの2倍以上ある厚さ。(※当社ガーナミルク比) 分厚いボリューム感が特徴です。
- ・ 3つのおいしさの組み合わせで、他にない食べ応え感が味わえます。

既発売の<アーモンド&プレッツェル>は、ミルクチョコ、まるごとアーモンド、プレッツェルを組み合わせた3つのおいしさがぎゅちぎゅち。

新発売の<アーモンド&レーズン>は、ミルクチョコ、まるごとアーモンド、まるごとレーズンを組み合わせた3つのおいしさがぎゅちぎゅち。

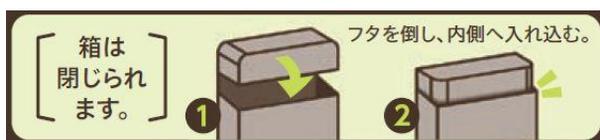


<アーモンド
&プレッツェル>

<アーモンド
&レーズン>

2. パッケージデザインのこだわり

- ・ 形態は、スマートフォンや手帳のように持ち歩きたくなる、手になじむサイズと質感。
- ・ デザインは、スタイリッシュで目をひく大胆なシズルカットとシンプルなロゴデザインでまとめました。店頭で大量に並んだ時に一体感を発揮する、無限につながるシームレスなデザインのパッケージです。
- ・ 一度で食べ切れなくても、ふたを閉じて持ち運びできる「リクローズ機能」つき。



3. 広告のこだわり

- ・ TVCM …女優の長澤まさみさんを起用した、見ると気持ちがアがる内容のTVCMを放映します。
- ・ WEBムービー …見ているだけで気持ちもアがる、長澤まさみさんと「ONE TAB」の「ぎゅちぎゅち」ムービー(全11種類)を、「ONE TAB」の魅力をぎゅちぎゅちに紹介したブランドサイトで公開中です。

(<http://www.lotte.co.jp/products/brand/onetab/>)



TVCM



WEBムービー

