



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」

株式会社ロッテ
2024年2月27日(火)

チューインガム

新生活も息スッキリ！フルーツの爽やかな香りが楽しめる
「ACUO〈ピンクグレープフルーツ〉」

2024年3月12日(火) 新発売

新息爽やかEXカプセル配合！

「ACUO〈グリーンミント〉」「ACUO〈クリアブルーミント〉」
「ACUO〈クリアシトラスミント〉」同日リニューアル

株式会社ロッテは3月12日(火)に「息をデザインするガムACUO」から新フレーバー「ACUO〈ピンクグレープフルーツ〉」を発売します。この商品は清涼感をおさえ、フルーツの爽やかな香りをお楽しみいただけます。昨今、マスクの自由化が広がり、息をスッキリしたいという意識が高まっていることが分かってきています。これまでACUOを手にするきっかけがなかった方も是非お試しください。そして「ACUO〈グリーンミント〉」「ACUO〈クリアブルーミント〉」「ACUO〈クリアシトラスミント〉」をリニューアル。ACUO独自の新しいカプセル「新息爽やかEXカプセル」を配合しました。新カプセルは従来のカプセルとは異なり、噛むたびにスッキリとした香りが広がることで、息をスッキリとさせてくれます。また、パッケージデザインをリニューアル。ホワイトを基調としたカラーリングで清潔感を演出しています。現代の多くの若者が「清潔感を保つ」という価値感をもっていると言われていています。通勤時や人に会う前などに新しくなったACUOを噛んでいただき、息をスッキリとさせて、清潔感のある新生活をお過ごしください。



新息爽やかEX
カプセル配合！



●商品名	ACUO〈ピンクグレープフルーツ〉	ACUO〈グリーンミント〉 ACUO〈クリアブルーミント〉 ACUO〈クリアシトラスミント〉
●発売日	2024年3月12日(火) ※〈ピンクグレープフルーツ〉以外の3品は、店舗により発売日が前後する可能性があります	
●発売地区	全国	
●内容量	14粒	
●価格	オープン価格(想定小売価格151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
【シャルロット】

新息爽やかEXカプセルを配合！

従来のカプセルは噛んだ瞬間にカプセル中の清涼成分が弾け、一度にスッキリ感が広がる設計でした。「新息爽やかEXカプセル」では、カプセルの構造を一新しました。噛むたびに清涼成分が広がり、長くスッキリ感を体感できる設計です。

従来カプセル：噛んだ瞬間“スッキリ感”が広がる



○ 清涼感を感じさせる成分

● カプセル

新カプセル：噛むたび“スッキリ感”が広がる



ACUO〈ピンクグレープフルーツ〉の特長

- ・ガム表面の糖衣層にフルーツフレーバーを多く配合し、カリッと噛んだ瞬間から爽やかなフルーツの香りが広がる設計にしました。
- ・フルーツの香りをお楽しみいただきやすいように、メントールや冷感成分の配合量を抑えて、清涼感を控えめにしました。
- ・一般的な粒ガムよりも酸味料を多く配合し、爽やかなピンクグレープフルーツの香味がより楽しめるように仕上げました。

<社会の息スッキリへの意識>

ACUO（アクオ）は2006年から発売している「息をデザインするガム」です。2023年3月以降「脱マスク」が浸透し、5月には新型コロナウイルス感染症が5類に移行し、息スッキリへの意識が高まっています。特に若い世代でその傾向が強いことが、ロッテの調査でも分かっています。「ACUO」ブランドも社会的な意識の高まりを受けて、前年同月比で110%（*1）売り上げが伸長しています。

（*1）インテージSRI+ ガムカテゴリー市場 推計販売規模 全業態 2022/4/4-2024/1/31

<ブランドリニューアルの狙い>

社会的な意識変化を機会と考へて、ACUOを令和時代の若者に選ばれる商品にしていきたいと考えています。ある調査で、今の若者（15～24歳男性）に「周りからどのような印象を持たれたいと考えているのか」について質問したところ「清潔感があるように思われたい」という回答が最も多く、全体の51.8%でした。（SHIBUYA109 lab.調べ）そういった価値観をもつ若者世代に支持されるために、息をスッキリとさせて清潔感を演出できるような品質を追求しました。また、パッケージデザインもホワイトベースにした清潔感を感じるものに変更しました。今の時代にマッチした新しい「息をデザインするガムACUO」をお楽しみください。

ロッテ マーケティング本部チューニング企画課・毛利彰太

ACUO 電車内での広告も展開！

2024年4月から1ヶ月間、全国のJRを中心とした電車内にACUOのステッカー広告を展開予定です。新生活にあわせて、息を意識することの大切さに気づいていただけるようなちょっとドキッとしたり、つつい周りに話したくなる内容の広告を6パターン掲出いたします。春の電車内で、ぜひ探してみてください。

