



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
2025年8月20日(水)

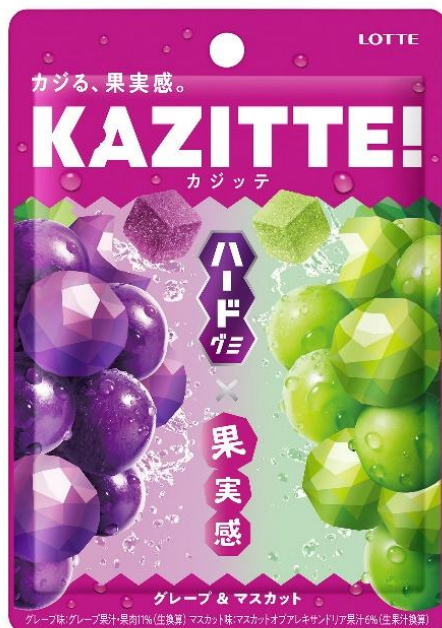
キャンディ

ロッテからグミの新ブランド登場！
カジる、果実感。ハード×フルーツ
「カジッテ〈グレープ&マスカット〉」
「カジッテ〈ミカン&レモン〉」

2025年9月16日(火) コンビニエンスストア・駅売店先行で発売

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「カジッテ〈グレープ&マスカット〉」、「カジッテ〈ミカン&レモン〉」を2025年9月16日(火)にコンビニエンスストア・駅売店先行で発売します。

本品は、ロッテ独自の「果実感引き立て製法」を用い、ハードグミの新ブランドとして展開します。ひと口カジった瞬間に、ハードな食感と広がる果実感を楽しめる、2種アソートタイプのグミです。仕事中小腹満たしやリフレッシュしたいときなどに、ぜひお楽しみください。



●商品名	カジッテ〈グレープ&マスカット〉 カジッテ〈ミカン&レモン〉
●発売日・ 発売地区	2025年9月16日(火)より 全国のコンビニエンスストア・駅売店先行発売 10月14日(火)より、全チャネル拡大
●内容量	80g
●価格	オープン価格（想定小売価格237円前後(税込)）

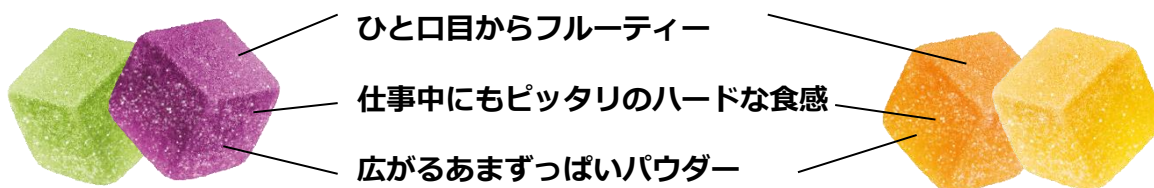


社名の由来である
“若きウェルテルの悩み”のヒロイン
「シャルロット」

【商品特長】

1. ハード食感でありながらひと口目から味わいが広がるよう、ロッテ独自の「ハードグミ専用香料」を開発し「果実感引き立て製法」(*)でつくったハード×フルーツの「ど真ん中グミ」です。
2. チューインガムの知見を生かし、果実感を存分に楽しめる「絶妙な食感」を追求しました
3. 1つの商品に2つの味わいのグミが入ったアソートタイプで、グレープ&マスカット、ミカン&レモンの味わいがそれぞれ楽しめます。
4. 80gの大容量タイプで小腹満たしにもおすすめです。
5. パッケージはフレッシュな味わいを思わせる明るい色合いと、かわいいデザインで持ち歩くだけでも気分を高めてくれます。

(*) 次ページをご覧ください。



◆商品の開発背景

ロッテでお客様にグミの調査を行い、ハードグミの喫食シーンをお聞きしたところ、仕事中や勉強中、または休憩中に召し上がるシーンが多く、1粒で長く楽しめるハードグミが好まれる傾向があることがわかりました。また「ジューシーな味わいが好き」という方が多い反面「ハードタイプでフルーツ系の味わいのグミが市場には少ない」ということもわかり、今回ハード×フルーツの「カジッテ」を開発しました。
ひと口目から広がる果実感をお楽しみください。

◆デザインのこだわりポイント

商品のキャッチコピー「カジる、果実感。」をパッケージで表現するため、かじりつきたくなる果実をダイナミックにデザインしました。またフルーツの一部にポリゴン表現を加え、四角いグミシズルとの関係性も表現しています。
キャッチーな商品名である「KAZITTE!」は目立つ上部に堂々と配置し、「A」の一部が実は“かじり取られている”という遊び心も加えています。「KAZITTE!」、フルーツの美味しさ、ハード食感を訴求し、新しさもありつつ、店頭で商品コンセプトが伝わるデザインを目指しました。



大きくてインパクトのあるフルーツの一部が光を反射するメタリックなデザインになっています。

社名の由来である
“若きウェルテルの悩み”のヒロイン
「シャルロッテ」



果実感引き立て製法とは

3つの
秘密

ひみつ1

香り

ハードグミのために研究を重ねた専用の香料を開発。

ハード食感なのに、一口目から広がり最後まで果実の香りが広がります。

LOTTE × 香料会社



ひみつ2

食感

グミの主要な原料の1つである「ゼラチン」の種類や量にこだわるのはもちろん、組み合わせる原料にまでこだわり、ハードでありながら、果実感が広がる絶妙な食感を目指しました。

増粘剤

水あめ



ゼラチン

ひみつ3

原料

果実の味を最大化するために雑味の少ない「ゼラチン」を選定し、それぞれの味わいにあったこだわりの素材を配合しました。



グレープ・マスカット

果汁
6%

ピューレ
5%

雑味の
少ない
ゼラチン

※グレープのみ

ミカン・レモン



果汁
3%

ピール
素材

雑味の
少ない
ゼラチン

◆カジッテ ブランドサイトも**9月3日(水)0時公開予定!**
ぜひご覧ください。

<https://www.lotte.co.jp/products/brand/kazitte/>