



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
2026年3月18日（水）

ビスケット

13年ぶりの新ビスケットブランドが誕生！

ロッテ独自製法で、しっとりを超えて“じゅんわり”な濃厚ご褒美スイーツ

「The BUTTER」「The CARAMEL」

大好評だったテスト販売から3年間のブラッシュアップ期間を経て、
更においしくなって 2026年3月24日（火）に東日本エリア（静岡を含む）先行発売！

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、13年ぶりの新ビスケットブランド「Theシリーズ」より、フィナンシェの「The BUTTER」とマドレーヌの「The CARAMEL」を、2026年3月24日（火）より東日本エリア（静岡を含む）で先行発売いたします。



「The」シリーズの特徴は、ロッテが独自に生み出した「じゅんわり製法」による濃厚さです。2種の贅沢ブレンドバターを多めに抱き込ませて、ふわふわなのにしっとりと焼き上げるしっとり技術。しみ込みやすい特製ソースにして注入することで、ソースが生地にしみ込み一体化するじゅんわり技術。これら2つの技術を掛け合わせることで、“しっとり”を超えて“じゅんわり”と感じさせる、専門店のような濃厚な味わいで贅沢な仕上がりとなりました。

「The BUTTER」は、まあいフィナンシェにじゅんわりバターソースをしみ込ませた、濃厚なバターの風味があふれ出す贅沢な味わいです。「The CARAMEL」は、キャラメルマドレーヌにじゅんわり生キャラメルソースをしみ込ませた、濃厚なキャラメルの風味があふれ出す贅沢な味わいです。どちらも、武蔵野調理師専門学校高度調理製菓科に通う生徒130名にアンケートをとったところパティシエの卵90%以上が満足と回答※1。「The BUTTER」においては、ITI（International Taste Institute：国際味覚審査機構）※2の「2026年審査会」において、ITI優秀味覚賞を受賞、世界のソムリエ・シェフが認めた味わいです。2022年8月に行ったテスト販売では、既存の商品を上回る販売個数を記録。お客様アンケートでも「97.6%の方がおいしい」「91.1%の方がまた購入したい」※3と大好評で、「疲れているときに食べたい」「百貨店スイーツのような特別感」といったコメントもいただきました。

テスト販売から3年間のブラッシュアップ期間を経て、よりおいしく専門店クオリティを手軽に楽しめる「Theシリーズ」、毎日頑張る自分へのご褒美に、ぜひお楽しみください。

※1ロッテ調べ。武蔵野調理師専門学校高度調理製菓科に通う130名の92%が、とても満足した、または、やや満足したと回答。

※2ブリュッセル（ベルギー）に拠点を置き、世界中の食品や飲料品の味を審査、認証する世界有数の独立機関。最も権威あるシエフ・ソムリエ協会のメンバーである味の専門家集団で構成されます。審査は、目隠し方式に基づき、客観的な国際官能分析基準に沿って行われます。

※3当社調べ n=115 女性購入者

【商品概要】

■ The BUTTER



- ロッテ独自のじゅんわり製法で、まあるいフィナンシェにじゅんわりバターソースをしみ込ませました。
- 贅沢ブレンドバター使用。2種のバターをブレンドすることで、風味豊かでコク深く、濃厚なバターの風味があふれ出す贅沢な味わいに仕上げました。じゅんわりしみ込んだバターソースが織りなすしっとり食感が、そのおいしさを一層引き立てます。

■ The CARAMEL



- ロッテ独自のじゅんわり製法で、キャラメルマドレーヌにじゅんわり生キャラメルソースをしみ込ませました。
- 北海道産生クリームと生キャラメルソースを使用し、濃厚なキャラメルの風味があふれ出す贅沢な味わいに仕上げました。とろける生キャラメルソースがじゅんわりしみ込んだしっとり食感が、そのおいしさを一層引き立てます。

●商品名	The BUTTER	The CARAMEL
●発売日・発売地区	2026年3月24日（火）東日本エリア先行（静岡を含む）	
●内容量	3個	
●価格	オープン価格（想定小売価格302円前後(税込)）	

【プロも認めた、専門店のようない味】

■ ITI優秀味覚賞受賞

「The BUTTER」は、ITIの「2026年審査会」において、優秀味覚賞を受賞。世界のソムリエ・シェフが認めた味わいです。



■ パティシエの卵の90%以上が満足と回答

「The BUTTER」、「The CARAMEL」ともに、武蔵野調理師専門学校高度調理製菓科に通う生徒130名にアンケートをとったところ、パティシエの卵90%以上が満足と回答しました。※



アンケートコメント一例

- バターは風味をしっかりと感じられ、しっとりとした食感で食べやすかったです。キャラメルは香りからおいしく、中のソースのキャラメル感が強く、二度おいしさを感じられました。
- キャラメルは少し苦みがあり、それがアクセントとなっておいしかったです。バターは風味が良く、もう一度食べたいと感じました。
- 中のソースとふわふわの生地が合わさり、とてもおいしかったです。袋を開けたときのバターやキャラメルの香りが、食べる瞬間にも感じられた点も良かったです。五感で楽しめるおいしさだと感じました。

■ 開発背景

半生菓子ユーザーとして急増している30～40代女性のニーズを調査した結果、多くの方が「濃厚さ」を求めていることが分かりました。これまでのビスケット商品はチョコレートで濃厚さを演出するものが主流でしたが、私たちは新たな濃厚体験を提案すべく「バター」に着目。日常の中で“プチ贅沢”を叶える新ブランド「Theシリーズ」を開発しました。専門店の味わいを追求することで既存市場との差別化を図り、これまで専門店に向かってきたニーズを新たに半生菓子市場へと取り込むことを目指します。さらに、1976年に開始したロッテのビスケット事業は、2026年で50周年という大きな節目を迎えます。これまで「チョコパイ（1983年発売）」や「カスタードケーキ（1986年発売）」をはじめとする数々の商品が当事業の成長を牽引してきましたが、新機軸となる「Theシリーズ」をこれらに次ぐ「第3の柱」として育成します。付加価値商品の推進を通じて、次の50年へと繋がる新しいビスケット事業のカタチを創造します。

■ 開発の際に苦労した点

「専門店のような味わいを楽しんでいただき、手軽に贅沢感に浸っていただきたい」。そんな思いから、今回の開発はスタートしました。この目標を実現するうえで最大の壁であり、同時に鍵となったのが、今回新たに確立した独自の「じゅんわり製法」です。この製法は、生地「しっとり技術」と、特製ソースの「じゅんわり技術」を掛け合わせたものです。開発中、一番苦労したのは、この2つの技術による「生地とソースの相乗効果」を最大限に引き出すことでした。単に合わせるだけでなく、互いの風味や比率が絶妙なバランスで引き立て合うよう、幾度となく試行錯誤を重ねました。こうして完成した「じゅんわり製法」により、既存商品にはない新しい濃厚さと味わいを実現することができました。

■ どんな人に食べて欲しいか

「日常に追われる中、本当は専門店のような濃厚なお菓子が食べたい」。そんな毎日頑張る自分へのご褒美として、30～40代を中心に幅広い世代のお客様に食べていただきたいです。濃厚な味わいだからこそ丁度よい3個入りで、是非お楽しみください！

【アレンジレシピ】簡単美味しいアレンジレシピも！是非お試しください♪

● 焼きマシュマロ

BUTTER

CARAMEL

トースターで軽く焼くだけの簡単アレンジ。とろけたマシュマロの甘さが、じゅんわり生地と相性の良い組み合わせ。※必ず個包装から出してから温めてください



● 追いバター

BUTTER

バターを上のにのせて約1分トースト。溶け出すコクがより深い味わいに。※必ず個包装から出してから温めてください



● ハニークリームチーズ

BUTTER

CARAMEL

塩味と甘みのコントラスト。大人アレンジ。



● あんご塩クリーム

BUTTER

和と洋の掛け合わせ。意外性のある贅沢アレンジ。



● スモークサーモン&生ハムのデリ仕立て

BUTTER

オリーブオイルの香りと黒胡椒のアクセントが効いた、大人向けのアレンジ。



● フルーツ&ソース

BUTTER

フルーツとソースを合わせた華やかなデザートアレンジ。

