



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」

キャンディ

風味を変更し、クールなデザインのパッケージに刷新！

アイスブレイカーズ



- 〈サワーレモン〉
- 〈サワーグレープ〉
- 〈サワーグリーンアップル〉

2012年4月3日(火)より全国で発売

株式会社ロッテ

※外装取り外し後



## 『アイスブレイカーズ〈サワーレモン〉〈サワーグレープ〉〈サワーグリーンアップル〉』の商品特長

1. しっかりとしたフルーツ風味と酸味が同時に楽しめるノンシュガータブレット「アイスブレイカーズ」がリニューアル。リニューアルに合わせ、**新フレーバー〈サワーレモン〉〈サワーグレープ〉〈サワーグリーンアップル〉が登場。**
2. **リニューアル内容①:「フルーツフレーバーの変更」**  
→ ミックスからシングルフレーバーへ変更。シングルフレーバーにすることで、わかりやすくしっかりとした風味を表現しました。

### リニューアル内容②:「パッケージ」

→ ブランドロゴとフルーツイラストをプリントしたオーバーラップ(セロハン部分)を剥がすと、キラキラと光るシンプルでスタイリッシュなホログラムが現れる2面性のあるパッケージデザインに仕上げました。

### リニューアル内容③:「価格改定」

→ 価格は従来の想定小売価格120円前後から100円前後にし、トライアルしやすい価格に変更。

3. ターゲットは、**18～24歳までの男女**を想定しています。

※「アイスブレイカーズ」はThe Hershey Companyが所有するアメリカで大人気の錠菓ブランドです。

●商品名	『アイスブレイカーズ〈サワーレモン〉〈サワーグレープ〉〈サワーグリーンアップル〉』		
●商品ジャンル	キャンディ	●内容量	: 50粒(7g)
●発売日	: 2012年4月3日(火)	●価格	: オープン価格 (想定小売価格100円前後(税込))
●発売地区	: 全国		

新キャッチコピーについて

**「Break the ice」(ブレイク ジ アイス)**

アイスブレイカーズの新しいキャッチコピーです。

集団でいるときに、何となく気まずい、言葉が出ない状態や閉塞感漂う状態を英語で「ICE」(アイス)と呼びます。

そんな場をなごやかにするために、糸口を見つける。話の口火を切る。盛り上げ役に徹する。その行為を「Break the ice」と言います。

■キャンペーン概要

■キャンペーン名称

ブレイク ジ アイス キャンペーン

■キャンペーン内容

「アイスブレイカーズ」の新CMキャラクターで、圧倒的な個性とインパクトを見る人に与えるジョンテ★モーニングのマスクを被って、「Break the ice」の瞬間を写真かムービーで投稿。

自分らしさを全面的に出した写真か映像を公開して競い合うWeb限定のキャンペーン。

■キャンペーンフロー

- ①マスクをGETする。方法は3つ。
  - 1.街でサンプリングしているジョンテ★マスクをもらう
  - 2.キャンペーンHPから印刷する
  - 3.キャンペーンHPにあるジョンテ★ジェネレーターで合成する
- ②マスクをかぶって、「Break the ice」をする。
- ③デジカメや携帯カメラで撮影する。
- ④Webから写真又は動画を投稿して、キャンペーンに参加。

■キャンペーンHP

- ・URL <http://www.icebreakers.jp>
- ・2次元コードからもアクセス可



■キャンペーン期間

2012年4月3日(火)～2012年5月31日(木)

■キャンペーン賞品/人数

友だちに広まるとチャンスも広がる!

# ブレイク ジ アイス

## キャンペーン 100万円!!

かぶって、撮って、4.3!～5.31!まで

**キャンペーンの賞品**

- グランプリ...賞金100万円  
最もBP※を獲得した1作品
- ジョンテ★モーニング賞...賞金 各25万円  
Photo部門、Movie部門からジョンテの抽選により各1作品
- ICE BREAKERS 賞...アイスブレイカーズ  
応募者全体から抽選で50名様 30個(3種×10個)

※ Breakしてるね! ボタンを押された回数