



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」

アイス

～ 発売 **10** 周年を迎えました！ ～

『クーリッシュ』

バニラを刷新、2013年3月25日(月)より新フレーバー発売

株式会社ロッテアイス



■ 『クーリッシュ』の商品特長

1. ワンハンドでスタイリッシュに楽しめる“飲むアイス”「クーリッシュ」が今年**発売10周年**を迎えました。
2. 口栓つきパッケージでどこでも手を汚さずに食べられます。
3. 10周年を記念して『クーリッシュバニラ』の品質・デザインを刷新し、新フレーバー『クーリッシュいちごミルク』を発売。

■ 『クーリッシュバニラ』商品特長

1. **味わい深く、よりキレイの良い品質**に改良しました。
2. パッケージは、アイスを大きく見せ美味しさ感を出すとともに、10周年ロゴを配置し、アニバーサリーを表現したデザインです。
3. ターゲットは、**20代社会人男性**を想定しています。



■ 『クーリッシュいちごミルク』商品特長

1. いちご果汁を5%使用し、いちごミルクの優しい甘さに仕立てました。
2. デザインは可愛らしく優しいデザインに仕上げ、いちごミルクの優しい甘さを表現しました。
3. ターゲットは、**20～30代社会人男女**を想定しています。

- 商品名 : ①『クーリッシュバニラ』
②『クーリッシュいちごミルク』
- 発売日 : ①3月中旬より順次切り替え
②2013年3月25日(月)
- 発売地区 : 全国

- 商品ジャンル : ①ラクトアイス
②アイスマルク
- 内容量 : 140ml
- 価格 : 希望小売価格126円(税込)

< 発売10周年を迎えた「クーリッシュ」の軌跡 >

1. パッケージの歴史



2003年



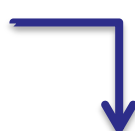
2004年



2005年

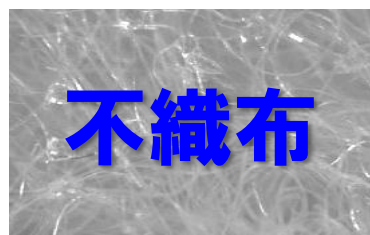


2006年



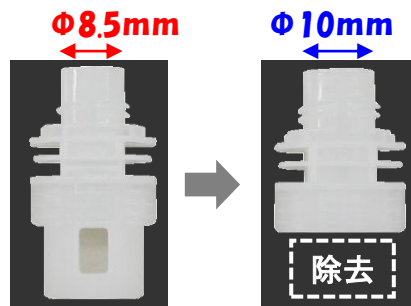
2007年

不織布を利用したパッケージに変更し、持ったときの冷たさを緩和しました。
また、アイスのシズル感を強調するデザインに変更しました。



2008年

飲み口の口径を拡げ、さらに容器内部も改良して、アイスを出やすくしました。



2009年

高さを8mm高く、厚さを10mm薄くし、スリムでもみやすい形状に変更しました。



2010年



2011年



2012年



2013年

2. 2004年「グローバル・シールドール」受賞

2004年、パリ国際見本市(シアル)で開催された世界的に権威のある「世界ヒット商品コンクール」で3冠を達成しました。



- ① 乳製品・アイスクリーム・卵部門金賞
 - ② 最高得点製品に与えられる国別金賞
 - ③ 部門賞獲得製品の中から選ばれる最高賞(グローバル・シールドール)
- ※〈グローバル・シールドール〉をアジアの食品で初めて受賞しました

3. クーリッシュの秘密

秘密①【ネーミングの由来】

COOL + STYLISH = COOLISH (クーリッシュ)

STYLISHという語感の持つ洗練さや字面のカッコ良さから、アイスのシャープさや片手で食べるカッコ良さをイメージさせる狙いがありました。

秘密②【幻の「キーライム味」があった】

発売1年目の2003年、関東限定で「キーライム味」が販売されていました。

1年のみの販売だったため、初めて見た方も多いのでは？



秘密③【実は親が買い与えている!?!】

クーリッシュは「手が汚れず、子どもに与えやすい」という声が多く、外でも食べやすい形状のため、親が子どもに買い与えたいアイスという意見があります。