



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9月1日(月)

飲料

新生「ロッテウエルネス」ブランド・第一弾

気持ちアガル水

「THE DAY<ザ デイ>」

2025年9月16日(火)より

ドン・キホーテ、Amazon、TikTok Shopにて順次発売

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、ウエルネス事業の新たなチャレンジとして、2025年9月16日(火)に、「気持ちアガル水」をコンセプトとした飲料ブランド「THE DAY」を立ち上げ、「ナチュラルミネラルウォーター」と「スパークリングウォーター」を発売します。「THE DAY」は、英語の慣用表現として、「最高の一日」という意味を持ちます。スノーボーダーが、完璧な雪のコンディションや最高の仲間と過ごす一日を「THE DAY」と表現するように、日常の中にある「自分だけの最高の一日」を演出する水として誕生しました。ちょっといいことがあったり、テストでいい点数をとったり、仲間と楽しい時間を過ごせたり、仕事でうまくいったりと、自分なりの「THE DAY」なタイミングでこの商品が飲まれ、毎日が「ハレの日」に変わることを期待しています。高価なものでもなくていい、味のない「水や炭酸水」でさえも「気持ちアガル」、ゴールド(金色)に輝く新感覚・缶入りドリンク「THE DAY」にご注目ください！



|         |                             |                             |
|---------|-----------------------------|-----------------------------|
| ●商品名    | THE DAY<ナチュラルミネラルウォーター>     | THE DAY<スパークリングウォーター>       |
| ●発売日    | 2025年9月16日(火)               | 2025年9月16日(火)               |
| ●発売チャネル | ドン・キホーテ、Amazon、TikTok Shop※ | ドン・キホーテ、Amazon、TikTok Shop※ |
| ●内容量    | 480ml                       | 500ml                       |
| ●価格     | オープンプライス                    | オープンプライス                    |

※Amazon、TikTok Shopは10/1(水)からの発売になります。



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」

## なぜ？ロッテが水をつくるのか

### 1. 巨大な成長市場にある「空白」

国内ミネラルウォーター市場は約4,500億円\*1規模で現在も成長を続けており、Z世代が選ぶ好きなボトル飲料の1位\*2に選ばれるなど、大きな需要が見込めるカテゴリーです。しかし、その市場は「安全性」や「成分」といった機能的価値を訴求するブランドがほとんどを占めており、私たちはそこに新しい価値を提案できる「空白」があると考えました。実際に、海外ではストーリー性を意識した飲料ブランドも数多く登場しており、日本でも潜在需要が確実にあると考えております。

出典：\*1株式会社富士経済「2024年 清涼飲料マーケティング要覧」

\*2渋谷トレンドリサーチ<https://shibuya-trendresearch.jp/>

### 2. 「機能」から「気持ち」へ。変化する価値観

現代の消費者は、商品に対して機能だけでなく、「気持ちがあがる」といった情緒的な価値や、環境への配慮を求めています。特に若年層の間では、誰かから提案されるのではなく「自分で自分の機嫌をとる」という価値観が浸透しています。この「気持ち」という、目には見えないけれど重要なニーズに応えたいと考えました。

### 3. 「お口の恋人」が届ける、新しい時代の「ウェルネス」

「お口の恋人」として、時代ごとの「楽しい」や「嬉しい」に寄り添ってきたロッテだからこそできること。それは、こうした現代の空気を読み取り、飲む人の心に寄り添う新しい選択肢を創り出すことでした。

「THE DAY」は、単なる水ではありません。一人ひとりが自分だけの「最高の一日」を創るための、気持ちに寄り添うウェルネスパートナーです。リサイクル可能なアルミ缶をあえて採用したことも、私たちが考える新しい時代のウェルネスへの回答の一つです。



※イメージです。

<https://www.youtube.com/shorts/11Ro7qGOF7U>





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」

## ■商品特長

### 1. 天然水仕立ての飲みやすい軟水と強炭酸水

水源には南アルプスを源流とする大井川水系の伏流水を使用しています。

〈ナチュラルミネラルウォーター〉は硬度67の飲みやすい軟水で、日常のあらゆるシーンにマッチします。

〈スパークリングウォーター〉は目の覚めるような強炭酸で、心と体を刺激します。水分補給だけでなく、お酒の割材としても活躍します。



### 2. “あえて”のアルミ缶パッケージ

従来のペットボトルではなく、リサイクル可能なアルミ缶を採用。環境意識への貢献はもちろん、「赤」と「黒」のコントラストが際立つパッケージは、日常のさまざまなシーンに溶け込みます。ゴールドに輝く「金の水」として、普通に持っているだけでも様になる、デザイン性を追求しました。



### 3. “箱”ですら気持ちアガル

店頭でも『THE DAY』の世界観が楽しめる、オリジナルデザインの箱(ケース)で展開します。真っ赤な水と、真っ黒な炭酸水の箱が、店頭での発見の楽しさを演出。開ける前から、あなたの『最高の一日』への期待感を高めます。ご自宅でのストック用にも、そのまま置きたくなるような気持ちアガル、デザインです。



箱(ケース)デザイン

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」



## パッケージ裏面に登場！

気持ちアガル！？キャラクターに込めた3つの想い(名前は未定)

### 1. 縁起物として

このキャラクターは鳳凰(火の鳥)をモチーフにしています。  
古くから縁起物とされる鳳凰をモチーフにしており、手に取った人の  
「最高の日(THE DAY)」を応援するラッキーチャームのような存在を意図しています。



### 2. 「気持ちアガル」象徴として

大空を飛ぶ鳥の姿は、ブランドコンセプトである「気持ちアガル」高揚感を象徴しています。

### 3. サステナビリティとして

鳳凰(火の鳥)は、「何度でもよみがえる」という意味を込めており、リサイクル可能なアルミ缶を採用した本商品の、サステナビリティへの意識を表現しています。



## クリエイティブパートナー

時代の空気感を読み取り、「令和ならではの」モノづくり・ブランドづくりを行うべく、  
クリエイティブパートナーとして、ラッパー・クリエイティブディレクターの「TaiTan」とブランドを創り上げました。  
発売がゴールではなく、これから「THE DAY」を通じて発信するメッセージにもご注目ください。



## TaiTan

ラッパー・クリエイティブディレクター

1993年生まれ。ラッパー・クリエイティブディレクター。  
Podcast『奇奇怪怪』、TBSラジオ『脳盗』パーソナリティを務める。クリエイティブディレクターとしては、¥0の雑誌『magazine ii』、TV番組『蓋』、音を出さなければ全商品盗めるショップ『盗』、マイクブランドShureと共同開発したスニーカー『IGNITE the Podcasters』などを手がける。ACC賞、JAPAN PODCAST AWARDS パーソナリティ賞、FORBES JAPAN 30 UNDER 30 2023等受賞。