

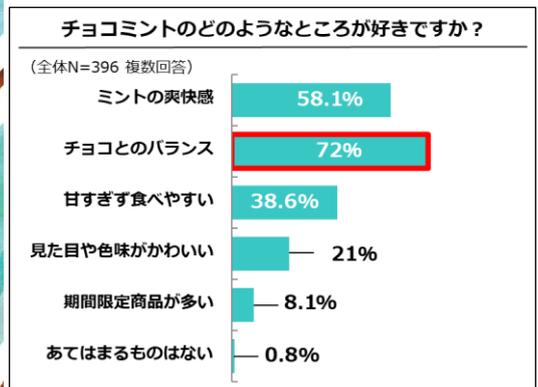
**【独自調査】チョコミント好きの 7 割以上が「ミントの爽快感よりもチョコとのバランスを重視」!**

毎年恒例『カフェ・ド・クリエ』のチョコミント 12 年目は

**オリジナルのミントミルクアイスと、チョコのぱりぱり食感が際立つ  
「ソルベージュ®ぱりぱりチョコミント～2つのチョコレート～」を**

**6月4日(水)より新発売**

C-United 株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：友成勇樹）が運営する『カフェ・ド・クリエ』では、全国の 10～50 代の男女 661 名を対象とした「チョコミントに関する調査 2025」を実施しました。その結果、チョコミント好きの 72%が「チョコとミントのバランス」が好きと回答し、最多となった一方で、チョコミント未経験者の約 76%が苦手意識を持ち、食べず嫌いの傾向があることがわかりました。12 年間にわたりチョコミント商品を展開してきた『カフェ・ド・クリエ』では、“今年一杯”として、初心者でも楽しめる黄金バランスの「ソルベージュ®ぱりぱりチョコミント～2つのチョコレート～」を 6 月 4 日（水）より期間限定で発売いたします。



**・ミントの爽快感、ミルクのコク、チョコの甘さが調和した、黄金バランスのチョコミントドリンクが登場！**

2014 年から 12 年間、チョコミント商品を販売し、向き合い続けてきた『カフェ・ド・クリエ』では、様々な方にチョコミントを楽しんでいただける商品をお届けしてまいりました。そして今年も、ミントの爽快感に偏ることなく、デザートドリンクとして楽しめる商品の開発にこだわりました。

新商品「ソルベージュ®ぱりぱりチョコミント～2つのチョコレート～」は、『カフェ・ド・クリエ』オリジナルのミントミルクアイス、ミルク、ホワイトチョコ、チョコレートを使用することで、ミントの爽快感だけでなく、甘くミルクィなコクをしっかりと感じられる味わいの一杯です。

さらに、デザートドリンクとしての満足感にもこだわり、ぱりぱり食感の 2 種類のチョコレートをアイスの上にトッピング。ドリンクの中にもホワイトチョコレートを加えることで、最後の一口までチョコミントの美味しさを堪能できるドリンクに仕上げました。

**・こだわり① ミルクのコクが例年大好評！『カフェ・ド・クリエ』オリジナルの“ミントミルクアイス”**

毎年 SNS を中心に「カフェ・ド・クリエでしか味わえない美味しさ」とご好評をいただいている、オリジナ

ルの“ミントミルクアイス”。鮮やかなミントブルーの見た目はもちろん、ミントの爽快感が得意でない方にも楽しんでいただけるよう、ミントの清涼感とミルクのココのバランスを追求しました。口にした瞬間はミルクのまろやかなココと甘みが広がり、後味にはミントの爽やかさが心地よく残る、こだわりのアイスです。

・**こだわり② 2種のチョコレートを割って混ぜて、自分好みのぱりぱり食感を楽しめる！**

ミントミルクアイスの上には、チョコレートとホワイトチョコレートの2種類をトッピング。ぱりぱり食感と見た目の華やかさを演出しています。さらに、ドリンクの中にもホワイトチョコも加えることで、ミルクーさとやさしい甘さが引き立ち、飲みやすいチョコミントの味わいに仕上げました。

・**商品概要**

「ソルベージュ®ぱりぱりチョコミント～2つのチョコレート～」

・価格：Sサイズ 690～750円（税込）

Rサイズ 790～820円（税込）※店舗により提供サイズは異なります。

・販売期間：6月4日（水）～9月中旬

■ **開発担当者おすすめの食べ方**

①ミントミルクアイスと、その上にトッピングされた2種類のチョコレートをともに召し上がりいただき、ミルクのココとチョコレートのぱりぱり食感をお楽しみください。

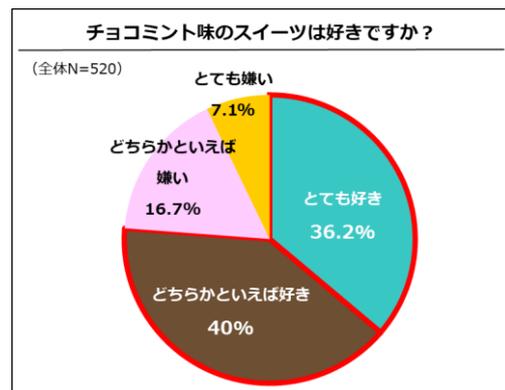
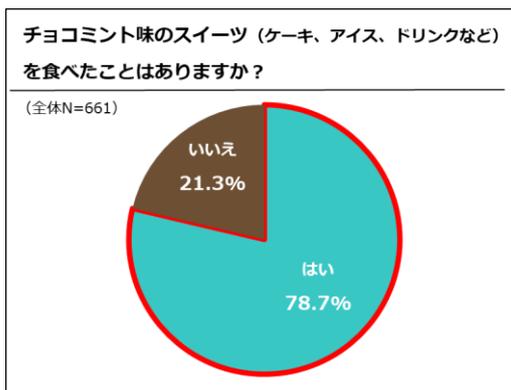
②ミントの爽快感が苦手な方は、ドリンクとミントミルクアスを混ぜて飲むと、アイスのミルクーな味わいがミントの爽快感を和らげ、より飲みやすくなります。



【「チョコミントに関する調査 2025」全国の10～50代の男女661名対象】

・**根強いチョコミント人気！チョコミントを食べたことがある人のうち4人のうち3人はチョコミント好き**

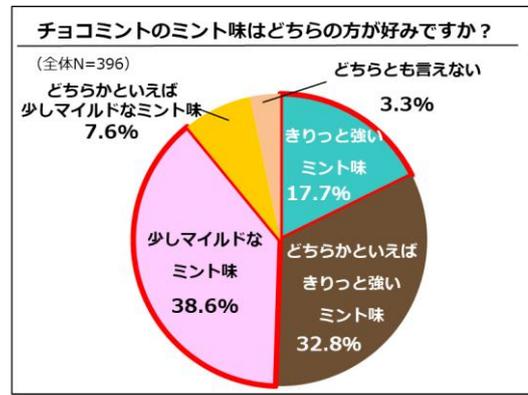
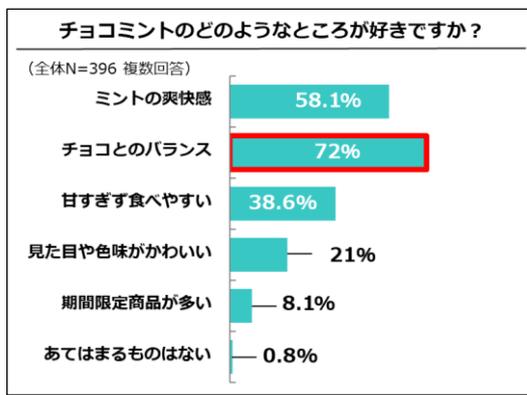
チョコミント味のスイーツ（ケーキ、アイス、ドリンクなど）を食べたことがある人は、全体の約79%でした。食べたことがある人のうち、「チョコミントが好き（どちらかといえば含む）」と答えた人は約76%、「チョコミントが嫌い（どちらかといえば含む）」は約24%で、4人のうち3人はチョコミント好きであることが分かりました。



・**チョコミントが好きな理由 第1位は「チョコとミントのバランス」！「ミントの爽快感」を上回る**

チョコミントといえば“ミントの爽快感が人気”というイメージがありますが、チョコミントが好きな理由の第1位は「チョコとミントのバランス」で72%。次いで「ミントの爽快感」が約58%、「甘すぎず食べやすい」が約39%でした。この結果から、チョコミントに求められているのは「ミントの爽快感」よりも「チョコとミントのバランス」であることが判明しました。

また、チョコミントのミント味として好ましいのは、「きりっと強いミント味」が約18%。「少しマイルドなミント味」が約39%で、総じて「チョコとミントのバランス」、「まろやかなミントの味」がチョコミントに求められていることが明らかになりました。

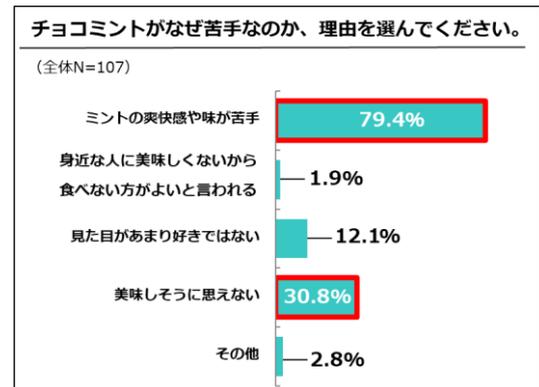
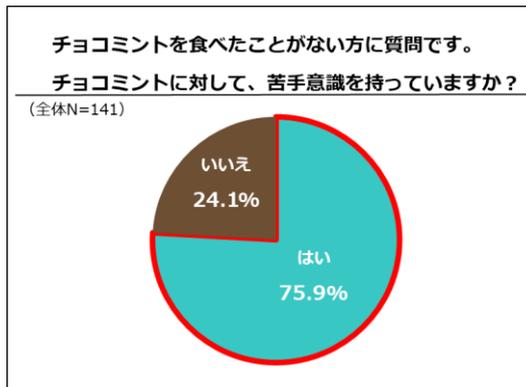


・チョコミント未経験者のうち、苦手意識がある人は7割以上！

チョコミント未経験者は661人中141人の約21%と、5人に1人はチョコミントを食べたことがない人がいました。さらに、そのうち、チョコミントに苦手意識を持っている人は約76%で、4人のうち3人が“食べず嫌い”であることが分かりました。

・チョコミントが苦手な理由 第1位は、“ミントの爽快感”！また見た目から判断する人も

チョコミントに苦手意識を持つ食べず嫌いの人のうち、約80%が「ミントの爽快感や味が苦手」と回答。また、「美味しそうに見えない」と見た目から判断して食べていない人が約31%いることが分かりました。



・「チョコミントに関する調査 2025」概要

- ・調査名 : チョコミントに関する調査 2025
- ・調査対象者 : 全国の10~50代の男女661名
- ・データ収集期間・方法 : 2025年4月28日~5月13日 インターネット調査

【参考】2014年から始まった『カフェ・ド・クリエ』のチョコミント愛

## CAFÉ de CRIÉ チョコミント愛の軌跡

### 1 誕生期

2014 熱烈なチョコミント愛から、初のチョコミントが誕生。

2015 前代未聞? 温かいHOTなチョコミント発売。

### 2 チャレンジ期

2016 青いだけがミントじゃない? 白いチョコミント発売。

2017 ドリンクだけじゃ物足りない!! ケーキも仲間入り。

2018 過去の商品と比べて爽快感を研究! ミント感1.5倍!?

2019 さらに爽快感大幅アップ。ミント感3倍!?

### 3 王道追求期

2020 ミントの新たな可能性を探る。苺×ミント商品発売。

2021 クリエの定番、ミントミルクアイス初登場!

2022 テーマは「マイミント」。3段階から選べる、自分好みの味わいに。

2023 チョコミント発売10周年を記念してミント感10倍!!

2024 チョコとミントのバランス重視。王道テイストを追求。

2025 ミントの爽快感、ミルクのkok、チョコの甘さを追求。

©ネットチョコミントは2014年にも発売。

## 【チョコミントの歴史 注目トピックス】

### 2014 年

#### ・『カフェ・ド・クリエ』のチョコミントの歴史は 1 人のチョコミント好きから始まった！？

#### チョコミントへの熱い想いが商品化の鍵！

チョコミントをこよなく愛していた当時の開発者の熱望から、チョコミントドリンクを誕生しました。『カフェ・ド・クリエ』のチョコミントの歴史は 1 人の「チョコミント好き」の情熱から始まり、今に続くまでチョコミントと向き合い続けています。

### 2015 年～2018 年

#### ・チョコミントを楽しむのは夏だけじゃない。ホットチョコミントも開発！

お客様が求めるチョコミントの味わいを追求した結果、夏だけでなく、冬にもホットチョコミントを発売しました。冬に楽しめるチョコミントドリンクは、今までになかったユニークな商品として『カフェ・ド・クリエ』の歴史に名を刻みました。

### 2023 年

#### ・チョコミント発売 10 周年を祝い、チョコミント 10 倍でチョコミント好きにさらなる刺激を！

チョコミントの販売開始から 10 周年を記念し、爽快感 10 倍<sup>\*</sup>のチョコミントドリンク「ソルベージュ®プレミアムチョコミント」を発売しました。今でも SNS では復活を望む声が見受けられるほど、伝説のドリンクとなっています。

※同時発売の「ソルベージュ®チョコミント」と比較

以上

## 【C-United 株式会社について】



“珈琲文化の創造と発展を通して人を幸せにすること”という経営理念の下、珈琲館、カフェ・ベローチェ、カフェ・ド・クリエなどを中心に、お客様の日常に寄り添える様々なスタイルのカフェブランドを運営しています。C-United グループ全体で、8 ブランド約 560 店舗を全国で展開しています。

商号 : C-United 株式会社  
代表者 : 代表取締役社長 友成 勇樹  
所在地 : 〒105-0012 東京都港区芝大門 2 丁目 10 番 12 号 KDX 芝大門ビル 1F・9F  
事業内容 : カフェチェーンの経営（直営店及びフランチャイズ店舗）、物販事業、食材卸売事業  
従業員数 : 10,978 名（うち社員数 868 名、2025 年 1 月現在）  
展開ブランド : カフェ・ベローチェ、THE SMOKIST COFFEE、CAFE DI ESPRESSO 珈琲館  
珈琲館、珈琲館 蔵、カフェ・ド・クリエ、カフェ・ド・クリエ ホピタル  
メゾン・ド・ヴェール

## 【カフェ・ド・クリエについて】



1994 年 11 月に、セルフサービス型（\*1）のカフェとして名古屋・伏見に第 1 号店をオープンし、現在全国に約 180 店舗を展開しています。2021 年以来、「からだハピネス®メニュー」として、新鮮な果物を使用したスムージー、糖質 50%オフ、食物繊維 10 倍（\*2）の低糖質麺や豆乳への変更可能なメニューなど体に優しい商品を販売しています。

\*1 お客様がレジで注文を行い、ご自身で頼んだ物を受け取って席まで運ぶスタイルのこと

\*2 当社の通常スパゲティ麺

<画像素材> <https://x.gd/5Bk4T>

<報道関係者からのお問い合わせ先> C-United 株式会社 広報 服部

TEL 03-6432-0797 FAX 03-6432-0236 Mail: [public\\_relations@c-United.co.jp](mailto:public_relations@c-United.co.jp)