

今月のひとり言

皆様、いつもお世話になります。飲料・デザート担当の後呂（うしろ）です。さて、夏本番の8月に入り、早くも夏バテ気味という方もいらっしゃるのではないでしょうか。

8月といえば、全国の高校球児の憧れである“夏の甲子園”が開催されますね。私も高校時代は野球部に所属していたこともあり、社会人となった今でも大会期間中に1度は甲子園に足を運びます。私は野球全般が好きですが、プロ野球は見なくても高校野球は好きという人も結構多いようで、連日熱心なファンが甲子園で球児たちの熱戦の目撃者となっています。今年は何といっても早稲田実業の清宮選手が注目の的となっていますが、はたして清宮選手は甲子園へのキップを掴んでいるのでしょうか？（この原稿を書いているのは地方大会期間中で、結果が出ていないことから不確定な表現となっています。すみません）

最近は、暑さのなかで酷使される投手について議論となるなど、何かと話題も多いですが、純粋に試合に臨んでいる高校生の姿には感化される部分もあり、そうしたところが幅広いファンを惹きつける魅力にも繋がっているのじゃないでしょうか。

8月はお盆休みを挟むことから、仕事も中だるみしがちな1ヶ月となりますが、がんばる高校球児に負けない気持ちでのりきりましょう！！

それでは、今号もどうぞお楽しみください・・・

News 1 **今月の気になる業界ニュース**
アサヒ飲料、「カラダ カルピス」の販売計画を上方修正、他

News 2 **今月の気になる飲料・デザート新製品**
「モンスター〈ロッシ〉」（アサヒ飲料）、他

News 3 **今月の気になる飲料・デザートトレンド**
カカオニブ

News 4 **TPC 社員の飲料・デザート購入録**
金のチョコボール

News 5 **TPC メンバーに聞きました！《Drink & Dessert アンケート》**
あなたの好きなお酒を教えてください

News 6 **今月の気になる数字**
6.3 ポイント

News 7 **今月のヘルスケアニュース**
「糖質制限」している人の「栄養」ニーズを探る

News 8 **TPC レポートのご案内**
2017 年 和・洋スイーツメーカーのアジア戦略調査

Topics

今月の気になる業界ニュース

このコーナーでは、7月に発表のあった飲料・デザート業界のトピックをご紹介します。詳細についてさらにお知りになりたい方は、お気軽にお問い合わせください。

■アサヒ飲料、「カラダ カルピス」の販売計画を上方修正(7月5日)

アサヒ飲料は、4月より発売している「カラダ カルピス」の販売数量について、年間販売目標を当初の150万ケースから200万ケースにすることを発表。同商品は、「カルピス」ブランド初となる機能性表示食品で、乳酸菌を含有して脂肪関連の健康機能を訴求しています。販売数量は4月の発売以降順調に伸びており、7月4日時点で当初目標の6割を突破したことから、今回年間目標の上方修正に至りました。

■キリン、お茶ミュージアム「お茶のいろは by Namacha」を期間限定で開催(7月13日)

キリンは7月21日から2018年5月中旬の約10か月間において、「お茶のいろは」が体験できる施設を東京原宿で開催することを発表。様々な体験型のコンテンツを通じて、お茶に関する情報を提供していきます。

■サッポロホールディングス、AIを活用した働き方改革を推進(7月6日)

サッポロホールディングスは、野村総合研究所と共同で、AI(人工知能)を用いて、グループ全体の業務効率化を推進するために行った実証実験の結果を発表。内容としては、サッポログループの社員からサッポログループマネジメントへの問い合わせ対応業務がAIによってどの程度効率化できるかを測定したのとなっており、実験期間中に発生した問い合わせの45%がAIで対応できたことを確認しました。この結果を踏まえて同社は今後AIを実際の業務で利用していくとしています。

■カルビー、購入型クラウドファンディングを活用したファン共創型商品企画プロジェクトを実施(7月14日)

カルビーは、7月14日～8月31日までの間、購入型のクラウドファンディングを利用した「68年分のありがとうを込めて原点回帰で挑むポテトチップス作りを」をサイト上で公開することを発表。同プロジェクトは、ジャガイモ不足によるポテトチップス商品の販売休止にあたり、たくさんの応援メッセージがあったことを発端として立ち上げられたもので、参加者(1口:1,000円～)には、復刻版の「ア・ラ・ポテト」などを提供する。

■大塚製薬、タイに健康飲料・食品事業の新会社を設立(7月18日)

大塚製薬はタイに健康飲料や食品事業を行う新会社(大塚ニュートラシューティカル(タイランド)株式会社)を設立し、営業を開始したことを発表。大塚製薬としては1973年からタイへ進出しており、これまで「ポカリスエット」などの健康飲料は現地の代理店などを經由して販売していたが、今回自社展開の拠点を設けることで、タイにおける健康飲料・食品事業のさらなる規模拡大を図っていきます。

■赤城乳業、朝アイス提案のためのサンプリング活動を実施(7月10日)

赤城乳業は、7月10日に「ガリガリ君」「ガツン、と」の新商品の無料配布を実施。今回の無料配布のテーマは「夏の朝はアイスでシャキッと爽快! 朝アイスはじめてみませんか?」となっており、朝の時間帯(8時～10時半)にサンプリングを実施して、夏場における新たなアイスクリームの摂取シーンを喚起しました。

■ネスレ日本 26年ぶりに「キットカット」の国内製造工場を新設(7月7日)

ネスレ日本は、姫路工場内に「キットカット」の生産ラインを新設すると発表。同ブランドは世界100ヶ国以上で普及しているチョコレートブランドとなっており、日本国内の需要も拡大していることから新たな供給体制を整備して、さらなる需要増へ対応するとしています。



今月の気になる飲料・デザート新製品

ここでは、飲料・デザートの新製品から注目の商品をご紹介します。なお、弊社ホームページでは、ここで紹介した商品も含む飲料新製品を、TPC ブログで毎週 1 回(木曜日)ご案内しております。

<飲料>

■「モンスター<ロッシ>」

(2017 年 6 月 27 日発売)(アサヒ飲料)

「モンスターエナジー」シリーズの新商品。オレンジとレモンのフレーバーが合わさった甘くすっきりとした味わいとなっており、喉が渇いた時にリフレッシュできる夏場に最適なエナジードリンク。

■「リアルゴールド<シャープアップ>」

(2017 年 7 月 10 日発売)(日本コカ・コーラ)

「リアルゴールド」シリーズの新商品。20～40 代の働く人へ向けた商品となっており、強炭酸の刺激とジンジャーフレーバーを組み合わせたリアルゴールドの美味しさはそのままに、DHA やルテイン、BCAA を配合することで、健康感を高めている。

■「午後の紅茶<TEA SODA グレープフルーツ&レモンピール>」(2017 年 7 月 11 日発売)(麒麟ビバレッジ)

「午後の紅茶」シリーズの新商品。華やかな紅茶に、グレープフルーツとレモン果汁の爽やかな香り、レモンピールのほのかな苦みをミックスした、大人の気分転換にふさわしいティーソーダに仕上げている。また、国産のてんさい糖を使用することで、すっきりとした甘さの低カロリー仕様となっている。

■「スターバックス フルマージュ<ミックスベリー&クラッシュアーモンド>」(2017 年 7 月 11 日発売)(サントリー食品インターナショナル)

「スターバックス チルドカップ」シリーズの新商品。スターバックス・コーポレーションとの共同開発商品で、ストロベリー、クランベリー、ラズベリーの果肉ソースと、アーモンドやマスカルポーネチーズを使用して仕上げている。中味は素材ごとの特性を考慮して果肉の大きさを調整し、飲み応えのある食感が味わえる。

■「メッツ<ザ・ビター>」

(2017 年 7 月 18 日発売)(麒麟ビバレッジ)

「メッツ」シリーズの新商品。今回は、万人受けを狙わずに大人になるにつれ好まれる味覚である苦味を追求し、大人が本当においしいと思える炭酸に挑戦している。具体的には独特の苦味が特徴のトニックをベースに、柑橘の甘みとピールのほろ苦さをブレンドした強炭酸仕上げの味わいとなっている。

<菓子>

■「ヴェルデ 野菜ぎっしりバー<さわやかベリー>」(2017 年 9 月 1 日)(キューピー)

「ヴェルデ 野菜ぎっしりバー」シリーズの新商品。3 種の野菜に果物を加えた、フルーティーで甘酸っぱい味わいが特徴の間食に適したスナック。野菜だけでなく果物を加えたことで、彩りよく、より食べやすい味わいに仕上がっている。

<ヨーグルト・スイーツ>

■「神戸シェフクラブ<生プリン 塩バニラ>」(2017 年 6 月 19 日)(トーラク)

「神戸シェフクラブ」シリーズの新アイテム。北海道産純生クリームを浮かべた濃厚な乳味とぜいたくな口どけが味わえる。中味は、生クリームのコク、乳味を引き立てつつすっきりとした味わいに仕上げるため、華やかでキレイく香る“モンレニオンバニラ”を使用した。

<アイスクリーム>

■「ハーゲンダッツ ジャポネ<ダブル抹茶～練乳黒みつ～>」(2017 年 7 月 4 日)(ハーゲンダッツジャパン)

セブン-イレブン・ジャパンと共同開発した「ハーゲンダッツ ジャポネ」シリーズの新アイテム。豊かなコクの抹茶アイスクリームと、さっぱりとした後味の抹茶ソルベを組み合わせ、これらと好相性の黒蜜、練乳の 2 種類のソースが絶妙に絡み合った味わいが楽しめる。

<アルコール類>

■「頂」(2017 年 7 月 4 日)(サントリービール)

高麦芽量、高醗酵、高炭酸の 3 つを兼ね備え、力強いコク、飲みごたえと飲みやすさを両立した“最高峰のコク刺激”を実現。“旨味麦芽”を中心に使用した“力強いコク”、アルコール度数 7%の“飲み応え”、醗酵度合いを高めた後味のキレと、高い炭酸ガス圧の刺激による“飲みやすさ”が楽しめる味わいとなっている。

今月の気になる飲料・デザートトレンド

ここでは、最近の飲料・デザート分野においてトレンドのキーワードをご紹介します。

カカオニブ

今回は、「カカオニブ」について、紹介したいと思います。

「カカオニブ」とは、チョコレートの原料となるカカオ豆を収穫、醗酵、乾燥させた後、コーヒー豆と同じように焙煎して皮と胚芽を除いて砕き、チップ状にしたもので、これをさらに細かくパウダー状にしたものが、カカオパウダーになります。

香りは一般的にイメージするチョコレートの良い香りですが、味は苦く、少し酸味の効いたダークチョコレートのような味がします。糖質が少なく、ナッツのような食感で噛み応えがあり満腹中枢が刺激されるので、ダイエット中のおやつにもおすすめです。

また、カカオニブには、ポリフェノール、ビタミン、ミネラル、食物繊維など健康や美容に役立つ成分が豊富に含まれているので、健康的な食材ともいえます。

カカオ含有量の多いチョコレートのニーズが高まるなか、このカカオニブが日本で話題が高まるか注目です。



出典：彩食健味

(<http://superfoods-life.com/> カカオニブの味とカロリー-1582)

TPC 社員の飲料・デザート購入録

このコーナーでは、弊社社員が実際に最近購入した飲料・デザートの購入経緯をご紹介します。

金のチョコボール

■会社名：森永製菓株式会社

■価格：80 円(税抜き)

■容器：紙箱

■容量：21g

■購入場所：ライフ

■商品特徴

金箔付きのチョコボールが入っているかもしれない、ドキドキ、ワクワクするチョコボール

■購入理由

6 月末に弊社で実施した「駄菓子菓子界の No.1 は誰だ！？キャラ-1 グランプリ 2017」(※7 月号に掲載)で見事チャンピオンに輝いた「キョロちゃん」。偶然なのか、はたまたチャンピオンになることを予兆していたのか、王冠を被った金色の「キョロちゃん」が描かれた新商品が 7 月上旬に発売されたため、これも何かの縁と思い購入しました。

■食後の感想

・ココアビスケットにチョコをコーティングしており、いつものチョコボールよりゴージャスな味がしました

・「あったらラッキー金箔付き」とパッケージにありましたが、私が購入したものには、およそ 20 個の中に 5 個入っていました。これは運が良い方なのか、悪い方なのか、気になります。なお、くちばしにエンゼルはいませんでした。残念。

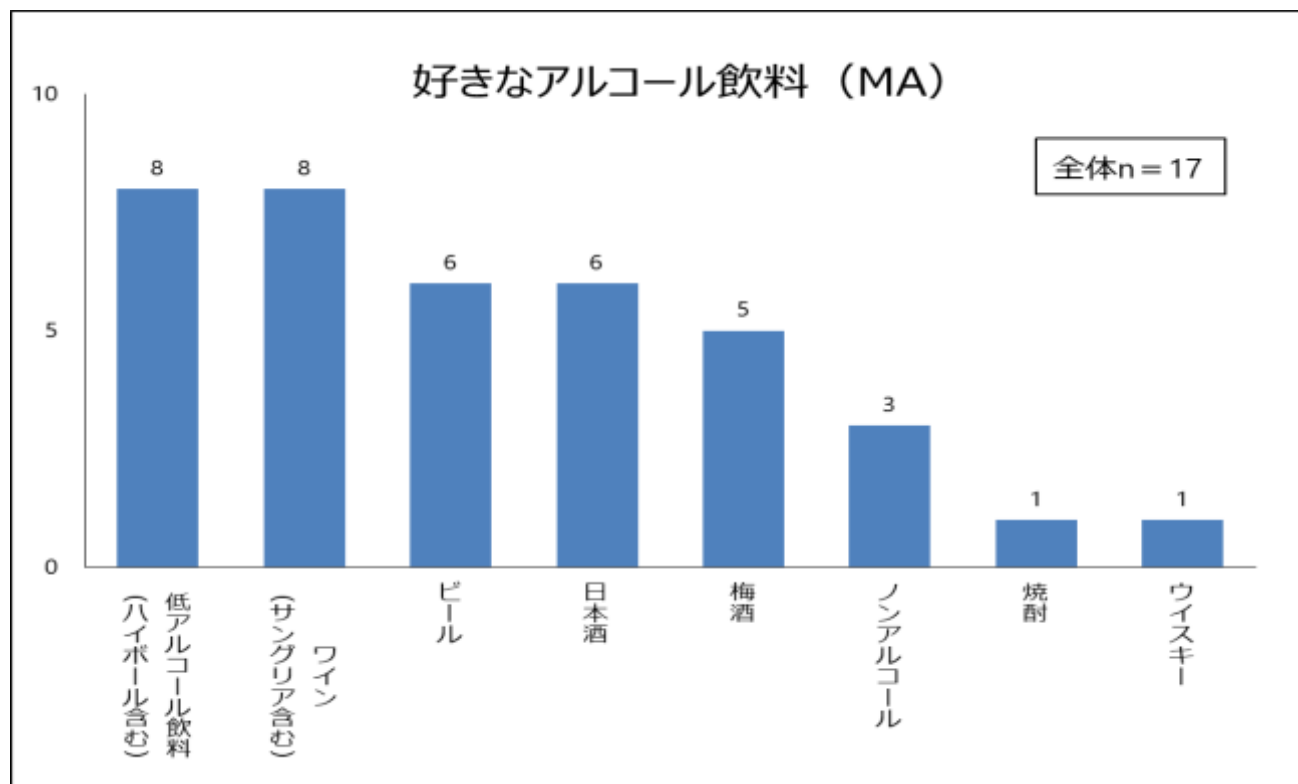
・最後に、この商品と同時に発売された大きさ 50 倍のチョコボールが気になっています。色んなスーパーで探しましたが、売っていませんでした。→総合すると、今月は運が悪い方なのかもしれませんね(笑)。



TPC メンバーに聞きました！《Drink & Dessert アンケート》

このコーナーでは、TPC メンバーに飲料・デザートに関するアンケート調査を実施！小ネタにどうぞ☆

あなたの好きなお酒を教えてください。（複数回答可）



今月は「好きなアルコール飲料」についてアンケートをとりました。

その結果、トップは「低アルコール飲料（ハイボール含む）」と「ワイン（サングリア含む）」で、各 8 人が挙げました。これらは、縮小傾向にあるアルコール飲料市場において伸長を続けている数少ないカテゴリーであり、やはり社内でも人気は高いようです。また、ワインと回答した人の中には、「リースリング」（ドイツの白ワイン）や「ランブルスコ」（イタリアの赤ワイン）、「ビオラル」（ライフコーポレーションの新業態のスーパー）の有機ワインなど特定の銘柄が好きと答える人もいました。

これらに続くのは「ビール」と「日本酒」で各 6 人となっています。これらのカテゴリーは、近年縮小傾向が続くなど苦戦していますが、TPC では人気のあるお酒のようです。具体的に商品名を挙げていただいたものとしては、ビールが「スーパードライ」（アサヒビール）や

「プレミアムモルツ」（サントリー）、「エビス華みやび」（サッポロビール）、「ベルギービール」、日本酒が「八海山や立山、真田丸」や「日置桜と瑞泉」などの地酒となっています。

5 位は「梅酒」の 5 人となっています。「梅酒」は女性からの人気が高かったです。

この結果を見て、日本酒を好きな方が思っていた以上にいたのにびっくりしました。また、女性からは、「炭酸が含まれているお酒が苦手な日本酒や梅酒のような非発泡性の酒が好き」という意見もありました。様々な理由で飲まれるお酒ですが、くれぐれも飲みすぎには注意したいものです。

それでは、次回もどうぞお楽しみに。

今月の気になる数字

このコーナーでは、自社・他社を問わず、マーケティングに使えるデータを紹介したいと思います。

6.3 ポイント

今回は、弊社が実査したヨーグルトに関する調査（普段摂取しているヨーグルト）の中から「女性が普段摂取しているヨーグルト」についての数字をご紹介します。同調査は、2017年3月30日～3月31日の期間に「10～60代の男女」1,999人を対象に実施したインターネットアンケートになります。なお、6月号では「シニア」に着目したものを掲載していますので、そちらも合わせてご確認くださいませ。

まず、「女性」（901人）が普段摂取しているヨーグルトをみると、トップは「明治ブルガリアヨーグルト（明治）」（40.1%）、2位は「ナチュレ恵（雪印メグミルク）」（23.2%）、3位は「ビヒダス（森永乳業）」（22.8%）、4位は「ダノンバイオ（ダノンジャパン）」（13.3%）、5位は「明治プロバイオヨーグルト R-1（明治）」（11.2%）となっています。全体の結果と比べると、上位5項目に関しては、

いずれも全体の結果より高い結果となりました。中でも、「ナチュレ恵（雪印メグミルク）」は **6.3 ポイント**と大きく上回っており、順位も全体の3位から2位に上がっています。つまり、「ナチュレ恵（雪印メグミルク）」は特に「女性」のニーズが高い商品であるといえそうです。

また、その他の項目も総じて全体の結果よりも高いことがわかりました。すなわち、女性のヨーグルトの摂取意向は全般に高いといえます。なお、「当データ（普段摂取しているヨーグルト）の結果が知りたい！」や「男女別の結果を見てみたい！」などご興味・ご関心がおありでしたら、結果を開示しますので、お気軽に弊社までご連絡ください。

女性が普段摂取しているヨーグルト（MA）

■ 女性（N=901）



今月のヘルスケアニュース

このコーナーでは、ヘルスケアに関する最新の情報をお知らせいたします。

「糖質制限」している人の「栄養」ニーズを探る

こんにちは TPC ヘルスケア担当の清水です。今回は弊社で 7 月に調査した『糖質制限している人の栄養ニーズを探る』のデータをご紹介します。

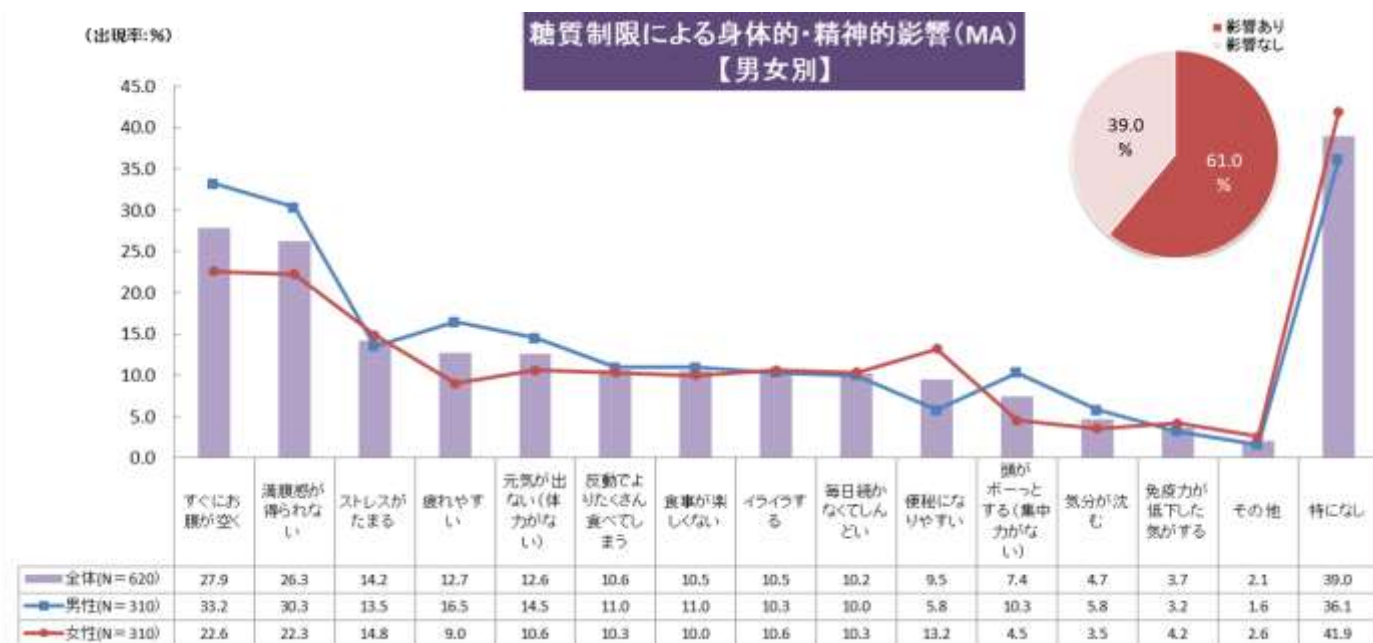
最近では、外食チェーンが糖質を抑えたメニューを投入したり、コンビニや菓子メーカーが低糖質商品を発売する動きが活発化しております。飲料メーカーでも明治が 6 月に「明治ロカボノ カフェラテ」及び「明治ロカボノ フルーツラテ」を発売したほか、キリンビバレッジが RIZAP とコラボして「キリン ライザップ プロテインボトル」を上市しています。

こうした動きの中で、「糖質制限って流行っているけど実際に何をどのようにしているの?」「糖質を制限する代わりにどんな食事をしているの?」「糖質を制限した食事は楽しめているの?」といった疑問から、**糖質制限の実態や考え方、食生活などを明らかにするべく、調査を実施しました。**

調査対象者は食事（ごはんやおかず）の糖質が気になり、糖質の多い食品の摂取を意識的に週の半分以上控えている 20～60 代男女 620 名です。事前に 20～60 代男女 10,000 人に「糖質」が気になるかを聞いたところ、**約 2 人に 1 人が食事やお菓子、アルコールなど何らかの「糖質」を気にしている**という結果でした。

糖質制限の目的（MA）は「ダイエット目的」が多いのですが、そのほか約半数が「筋肉・体力をつけたい」、約 3～4 割が「生活習慣病の予防」や「糖尿病の予防」を目的に糖質制限を行っていることが分かりました。また、どのような制限をしているかを聞くと、ごはんやラーメン、パンといった主食を減らしている人が多く、次いで、スナック菓子やケーキなどの菓子類を制限しているという結果でした。なお、**ジュースや炭酸飲料などの嗜好飲料を制限している人は 42.6%**いることが分かりました。

今回の調査結果では、糖質制限をすることで「**すぐにお腹が空く**」「**満腹感が得られない**」「**ストレスがたまる**」「**疲れやすい**」といった意見も多く、こうした不満を解消すべき商品開発が求められていると考えられます。これから「ロカボ飲料」や「低糖質飲料」などの開発を考えているメーカー様は是非、「糖質制限」している人の実態や考え方について当レポートをご確認いただくと幸いです。



**あなたのマーケティング課題を解決するための最適なリサーチをご提案！
TPC マーケッターにお任せください。**

TPC では、常にお客さまのご相談を承っております。

ご来社も大歓迎！大阪へのご出張帰りに少し、お立ち寄りいただけませんか？

大阪梅田から電車で 10 分、難波から 5 分、最寄り駅徒歩 3 分の好アクセス！最近はお来社も増えております。

もちろん、訪問もいたしますので気軽に担当者までご連絡くださいませ。

フリーダイヤル ☎ 0120-30-6531



TPC レポートのご案内

飲料・デザート分野では、「飲料総市場」「酒類総市場」といった市場を幅広く調査したテーマのほか、「チルド飲料」「CVS オリジナルスイーツ」など細分化した市場をレポートしたもの、「東南アジアの飲料市場」などの海外関連テーマのように、幅広い資料テーマを取り揃えております。さらに、市場調査以外にも消費者調査のテーマも数多く発刊しております。

■今後の発刊予定■

2017 年 ヨーグルト・乳酸菌飲料の市場分析調査(発刊予定:2017 年 9 月末)担当:水上

■新刊資料のご案内■

2017 年 和・洋スイーツメーカーのアジア戦略調査 ーアジア 7 カ国のスイーツ専門店市場と日系企業の動向を探るー

発刊予定日:2017 年 7 月 7 日 / 頒価:87,000 円+税



■概要

2016 年度のアジア 7 カ国のスイーツ専門店市場は、前年比 9.7%減の 1 兆 2,311 億 1,000 万円となった。これら各国の市場は、中間所得層の増加や食の多様化により、右肩上がり成長している。当資料では、中国、香港、台湾、韓国、タイ、シンガポール、マレーシアの 7 カ国の市場動向を調査。さらに、アジア地域に積極的に展開している日系企業 9 社の出店状況、商品展開状況等も分析している。

総市場編

- 調査対象範囲
 - 対象国・対象企業
 - 為替レート
- 各国のスイーツ専門店市場の分析
 - 国別のスイーツ専門店市場の特徴
 - スイーツ専門店の市場規模比較
- 日系企業の国別参入状況
- 日系企業の店舗展開状況
 - 全体
 - 国別
- 日系企業のアジア売上高推移
 - 全体
 - 国別
- 日系企業の今後の方向性

調査期間

2017 年 4 月～2017 年 7 月

国別編調査項目

- 国の概況
- スイーツ専門店市場の概況
 - スイーツ専門店市場の概要
 - 市場規模分析
- スイーツ専門店市場への参入企業
 - 現地・外資系の参入企業
 - 日系企業の参入状況
 - 対象企業の店舗数推移
- 日系企業の売上高推移
- スイーツ専門店の市場性と日系企業の成長性

個別企業編調査項目

- アジアでの事業展開動向
- 国別店舗展開状況
- アジアでの店舗運営状況
- アジアにおける売上高
 - 全体に占める海外の売上高
 - アジア地域の売上高
- アジア地域における今後の方向性

■発行元 : TPC マーケティングリサーチ株式会社
 ■問合せ先 : 0120-30-6531
 ■弊社 web サイト : <http://www.tpc-osaka.com/>

TPC ビブリオテック

お問い合わせはお気軽に！