

# tpc. Drink & Communication Magazine

2018 January

Vol. 29

## 今月のひとり言

皆様、あけましておめでとうございます。飲料・デザート担当の後呂（うしろ）です。

2018 年も皆様にとって、より良い年となるようにお祈り申し上げます。

2018 年は冬季五輪（2 月）、サッカーワールドカップ（6～7 月）という世界的なスポーツイベントが開催される年となっています。また、11 月には秋篠宮陛下の長女である眞子さまのご結婚が予定されており、その前後は日本中が祝福ムードに包まれるのではないのでしょうか。

このほかでは、AI や IoT の社会への浸透もさらに加速することにより、これまでになかったような生活・仕事面での変化が起こる可能性もあり、私たち個人はもちろん企業などもそのスピードへいかに対応していくかが重要になってきますね。

このように、2018 年も様々なことがあります。この 1 年間も TPC コミュニケーションマガジンをご愛読いただければ幸いです。

それでは今号もどうぞお楽しみくださいませ。

News 1 **今月の気になる業界ニュース**  
森永乳業家庭用アイスクリーム価格を改定、他

News 2 **今月の気になる飲料・デザート新製品**  
「野菜生活 100 追熟ラ・フランスミックス」(カゴメ)、他

News 3 **今月の気になる飲料・デザートトレンド**  
シンバイオティクス

News 4 **TPC 社員の飲料・デザート購入録**  
サントリーはちみつレモン & サントリー天然水 with ジンジャー

News 5 **TPC メンバーに聞きました！《Drink & Dessert アンケート》**  
2017 年に最もよく飲用した飲料

News 6 **今月の気になる数字**  
82.0%

News 7 **今月のヘルスケアニュース**  
注目のウイメンズヘルス

News 8 **TPC レポートのご案内**

Topics

## 今月の気になる業界ニュース

このコーナーでは、12 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。

### ■森永乳業家庭用アイスクリーム価格を改定(12 月 1 日)

森永乳業は 2018 年 3 月 1 日出荷分より市販用アイスクリームの一部商品について価格改定を行うと発表。具体的には、「ピノ」「ビエネッタ」「パルムアーモンド&チョコレート」について、現行の 500 円から 550 円へ価格を変更するとしている。価格改定の理由としては、アイスクリーム商品の主原料である乳原料や包装資材の価格高騰、物流費の上昇などが挙げられている。

### ■明治、グミ製造ラインを増強(11 月 30 日)

明治は、同社東海工場におけるグミ製造ラインの増強を発表。具体的には、グミ市場が健康志向の高まりや、独特の食感が受け入れられて伸長しており、今後も拡大が見込めることから供給体制を強化するに至った。なお、この増強により、同社全体のグミの生産能力は従来比 1.3 倍になっている。

### ■伊藤園相次いでキャッシュレス決済に対応した自動販売機の設置を開始(12 月 7 日/12 月 21 日)

伊藤園は、キャッシュレス化が進む需要に対応した自動販売機の設置を拡充。具体的には、WeChat (中国の IT 企業が提供する SNS のモバイル決済サービス) や、LINE Pay (LINE 内で展開されるモバイル送金・決済サービス)、Visa デビットカード決済(非接触型)に対応した自動販売機の開始しており、このうち、Visa デビットカード決済に対応したものは日本初となっている。伊藤園では、今後決済手段の多様化に対応することで利便性、サービスそれぞれの向上を図っていくとしています。

### ■UCC ホールディングスがウエシマコーヒーフーズを子会社化(12 月 14 日)

UCC ホールディングスは、ウエシマコーヒーフーズとの資本業務提携について、ウエシマコーヒーフーズの全発行済み株式を譲受することで基本合意に達したことを発表。この子会社化は業務用コーヒー分野での地域戦略強化を推進するために、業務用コーヒー・食品卸に特化した事業を展開するウエシマコーヒーフーズを傘下にして、事業基盤を強化することが目的となっています。

### ■フタバ食品アイスクリーム売上高 100 億円突破(12 月 22 日)

フタバ食品が 2017 年 8 月期の決算を発表。同社の主力事業であるアイス・氷菓類の売上高は前年比 5%増となり、売上高 100 億円を突破した。増加した要因としては、主力商品の「サクレ」で発売した「マンゴー」などの新商品が好調に推移したほか、通信販売も SNS を活用した販促が奏功して売上を伸ばしたことなどが挙げられる。

### ■サントリー食品インターナショナル、新たにポイントサービス「サントリー GREEN+」にウォレット機能を搭載(12 月下旬)

サントリー食品インターナショナルは、「健康経営」を掲げる企業のオフィス・事業所内自動販売機に着目したポイントサービス「サントリー GREEN+」の新たな機能として、決済機能を搭載することを発表。クレジット情報を登録することで、現金を使わなくても対象自販機のサントリー飲料を購入することができる。サントリー食品インターナショナルでは、決済機能も付加することで、利便性の向上を図り、「GREEN+」のユーザーの拡大に繋げていく。



## 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>

#### ■「野菜生活 100 追熟ラ・フランスミックス」 (カゴメ) (2017 年 12 月 5 日)

「野菜生活 100」ブランドが展開する期間限定商品の新アイテム。今回は収穫後追熟された山形県産ラ・フランスを使用し、ラ・フランスの芳醇な香りと濃厚さが楽しめる味わいを、砂糖・食塩不使用で仕上げている。

#### ■「Welch's ピーチフル スパークリング」 (アサヒ飲料) (2017 年 12 月 12 日)

「Welch's」ブランドの新商品。濃厚なピーチ味の果汁炭酸飲料。こだわりのピーチ果汁に、果実を丸ごと凍結させて高圧抽出したピーチエスプレッソエキスをブレンドし、ピーチの果実や果皮などの美味しさを楽しめる味わいに仕上げている。

#### ■「Vivit's 京ゆず mix ソーダ」 (伊藤園) (2017 年 12 月 25 日)

希少性の高い京都水尾産ゆずを使用した果汁炭酸飲料。柚子を丸ごと粉砕し、豊かな香り成分が多く含まれる柚子ペーストを使用することで、柚子の際立つ香り味わいを楽しめる。パッケージには伝統工芸品である西陣織をモチーフにしたデザインを採用している。

### <アルコール類>

#### ■「こくしほりプレミアム<華やぐ西洋梨>」 (サントリースピリッツ) (2017 年 12 月 19 日)

ラ・フランスの浸漬酒と西洋梨果汁を合わせた缶チューハイ。隠し味として白ワインを加えることで西洋梨の“気品ある甘みと芳香”を引き出した。アルコール分は 5%となっている。

#### ■「アサヒスーパードライ みがき麦芽仕込み」 (アサヒビール) (2017 年 12 月 19 日)

「スーパードライ」ブランドより販売されている“こだわり”“華やかさ”“希少性”を提案するビール。洗練されたクリアな味はそのままに、更に雑味のないクリアな味わいを実現している。

### <菓子>

#### ■「Noir(ノアール)」 (ヤマザキビスケット) (2017 年 12 月 1 日)

“ひと口で、驚く”をコンセプトに開発されたココアサンド。ビスケットは厳選した風味豊かなココアパウダーを使用し、ビターなココアの風味とサクサクの歯ざわりにこだわっている。更に、バニラクリームがビスケットの風味と食感を引き立てている。

#### ■「粉雪ショコラ 深みカカオ」 (ブルボン) (2017 年 12 月 12 日)

粉雪をイメージしたほろ苦い生チョコレート。生チョコレートならではの滑らかな舌触りとくちどけに加え、カカオと生クリームが織り成すコク深い味わいを楽しむことができる。期間限定商品。

#### ■「ナチュラサンダー ブラン」同・ハイカカオ」 (有楽製菓) (2017 年 12 月 18 日)

乳酸菌を 100 億個配合したチョコレート菓子。「ブラン」は食物繊維を配合しており、ミルクの甘みを感じることができる。「ハイカカオ」はカカオ分 72%のハイカカオチョコレートを使用。いずれも女性をメインターゲットとしている。



## 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。

### シンバイオティクス

今回は、「シンバイオティクス」についてご紹介したいと思います。「シンバイオティクス」とは、“プロバイオティクス”と“プレバイオティクス”を一緒に摂取すること、またはその両方を含む飲料や製剤などのことを指した用語です。乳酸菌やビフィズス菌など腸にとって有益な菌を指す“プロバイオティクス”と、腸内の善玉菌のエサとなる食物繊維やオリゴ糖などを指す“プレバイオティクス”を一緒に摂取することで、腸内環境を整え、腸の働きが最大限に高められると考えられています。

この「シンバイオティクス」という言葉は、まだまだ一般の認知度が低いですが、近年、腸内フローラ改善の意識が高まっていることから、今後注目度は高まっていくと考えられます。具体的なメーカーの動きとしては、ヤクルト本社が 2017 年 10 月に「シンバイオティクスヤクルト W」（乳酸菌飲料）、タカナシ乳業が 2016 年 9 月に機能性表示食品の「脂肪ゼロプラス」（ヨーグルト）を発売するなど、徐々に「シンバイオティクス」の商品投入が活発化しています。

消費者の腸内環境改善に対する関心度は依然として高く、今後「シンバイオティクス」を訴求した商品提案は有効的であると考えられます。



（左商品 出典：<http://www.yakult.co.jp/>

[synbiotics-yakult-w/](http://www.yakult.co.jp/synbiotics-yakult-w/)）

（右商品 出典：[http://www.takanashi-milk.co.jp/](http://www.takanashi-milk.co.jp/products/p_hakkou/zeroplus.html)

[products/p\\_hakkou/zeroplus.html](http://www.takanashi-milk.co.jp/products/p_hakkou/zeroplus.html)）

## 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。



### サントリーはちみつレモン & サントリー天然水 with ジンジャー

■会社名：サントリー食品インターナショナル株式会社

■価格：117 円（税込み）

■容器：PET

■容量：540ml

■購入場所：オフィスの近くのコンビニ

#### ■商品特徴

有機レモン使用。清冽な天然水に、レモンのさわやかな酸味とはちみつの程よい甘さを加えて仕上げている。

#### ■購入理由

水を買いにコンビニに行ったところ、サントリーから新商品が出ており、スッキリしていて飲みやすそうと思い購入しました。

#### ■食後の感想

- ・スッキリしていて飲みやすい、甘すぎなくて、後味すっきりです。
- ・ジンジャー感がほとんどない為、ジンジャーが苦手な方でも飲むことができるといいます。
- ・100ml あたり 22kcal、1 本あたり 118.8kcal。カロリーを気にする方でも安心して飲むことができます。

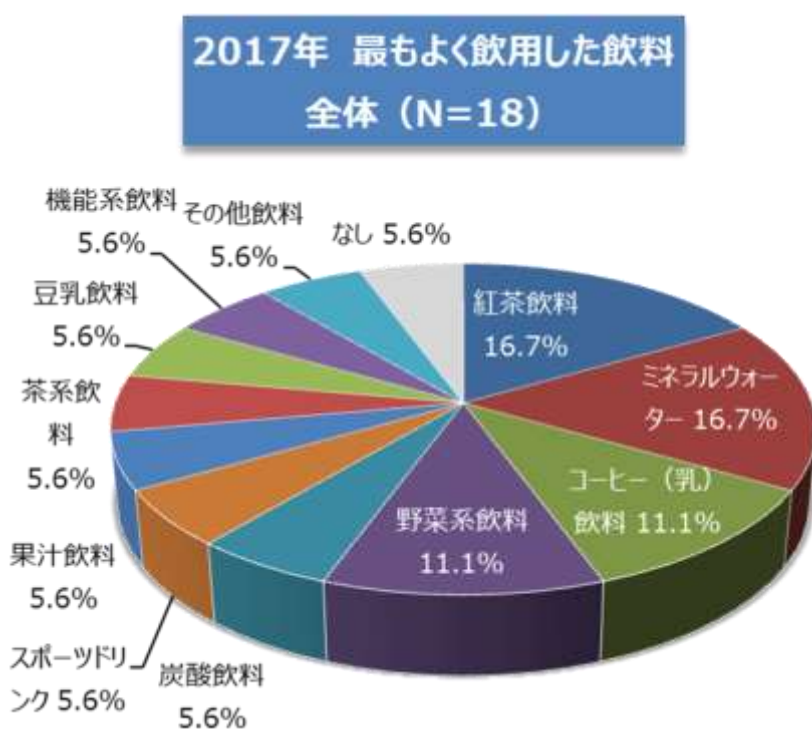


## TPC メンバーに聞きました！《Drink & Dessert アンケート》

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☆

あなたが、2017 年に最もよく飲用した飲料をお答えください。ただし、その飲料はスーパーやコンビニエンスストアで販売されている市販品のものでお答えください。(SA)

2018 年最初のアンケートは「2017 年 最もよく飲用した飲料」というテーマで、社内における 2017 年に最も飲まれた飲料を調べました。今回は、男性 8 名、女性 10 名の計 18 名の方に回答をいただきました。



アンケートの結果、「紅茶飲料」と「ミネラルウォーター」と回答した人がそれぞれ 3 人(構成比 16.7%)で最多となりました。次いで、「コーヒー(乳)飲料」と「野菜系飲料」が各 2 人(同 11.1%)と続いています。

それぞれを詳しくみると、「紅茶飲料」の具体的な商品としては、「リプトン ミルクティー」「リプトン レモンティー」(ともに森永乳業)、「TEAs' TEA NEW AUTHENTIC ほうじ茶ラテ」(伊藤園)が挙げられました。同じく、ミネラルウォーターでは「サントリー天然水」(サントリー食品インターナショナル)とした人が 2 人、「温泉水 99」(SOC)が 1 人となりました。すなわち、「紅茶飲料」では森永乳業の「リプトン」、「ミネラルウォーター」ではサントリー食品インターナショナルの「サントリー天然水」がよく飲用されているという結果となりました。

これらを挙げた人を見ると、「リプトン」では「家族が好きで自宅の冷蔵庫に 900ml 紙パックが 3 本常備している」、「サントリー天然水」では「採水地で選んでおり、特にこの商品が安心でおいしい」という意見がありました。

なお、その他の具体的な商品の回答は下表に掲載しています。2017 年は社内で様々な飲料商品が飲用されていることがわかりました。それでは、次回のアンケートもお楽しみに♪

【2017年 最もよく飲用した飲料 (市販品)】

| 性別 | 商品名                                   |
|----|---------------------------------------|
| 男性 | 「リプトンミルクティー」(森永乳業)                    |
| 男性 | 「三ツ矢サイダー」(アサヒ飲料)                      |
| 男性 | 「V.A.A.M」(明治)                         |
| 男性 | 「ジョーシア エメラルドマウンテンブレンド」(日本コカ・コーラ)      |
| 男性 | 「トロピカーナエッセンシャルズ」(麒麟・トロピカーナ)           |
| 男性 | 「綾鷹」(日本コカ・コーラ)                        |
| 男性 | 「野菜一日これ一杯」(カゴメ)                       |
| 男性 | 「ビタミン野菜」(伊藤園)                         |
| 女性 | 「カルピスウォーター」(アサヒ飲料)                    |
| 女性 | 「温泉水99」(SOC)                          |
| 女性 | 「サントリー天然水」(サントリー食品インターナショナル)          |
| 女性 | 自分で用意することが多い                          |
| 女性 | 「TEAs' TEA NEW AUTHENTIC ほうじ茶ラテ」(伊藤園) |
| 女性 | 「マウンレーニア」(森永乳業)                       |
| 女性 | 「リプトンレモンティー」(森永乳業)                    |
| 女性 | 「豆乳飲料」(キッコーマン)                        |
| 女性 | 「サントリー天然水」(サントリー食品インターナショナル)          |
| 女性 | 「C1000 ビタミンレモン」(ハウスウェルネスフーズ)          |

## 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ようなデータを紹介したいと思います。

82.0%

今回の気になる数字は、モンテリーズ・ジャパン株式会社が「日本を、のせてみよー。」キャンペーンの一環として行った「地元民がおススメするご当地名産品ランキング」に関する調査から一部抜粋しました。

同調査は、2017年5月25日～5月26日の期間中に、47都道府県出身及び在住の20代以上の男女（各都道府県：206名、合計：9,682名）を対象としたインターネット調査で、おススメのご当地名産品を都道府県別にランキング形式で明らかにしています。

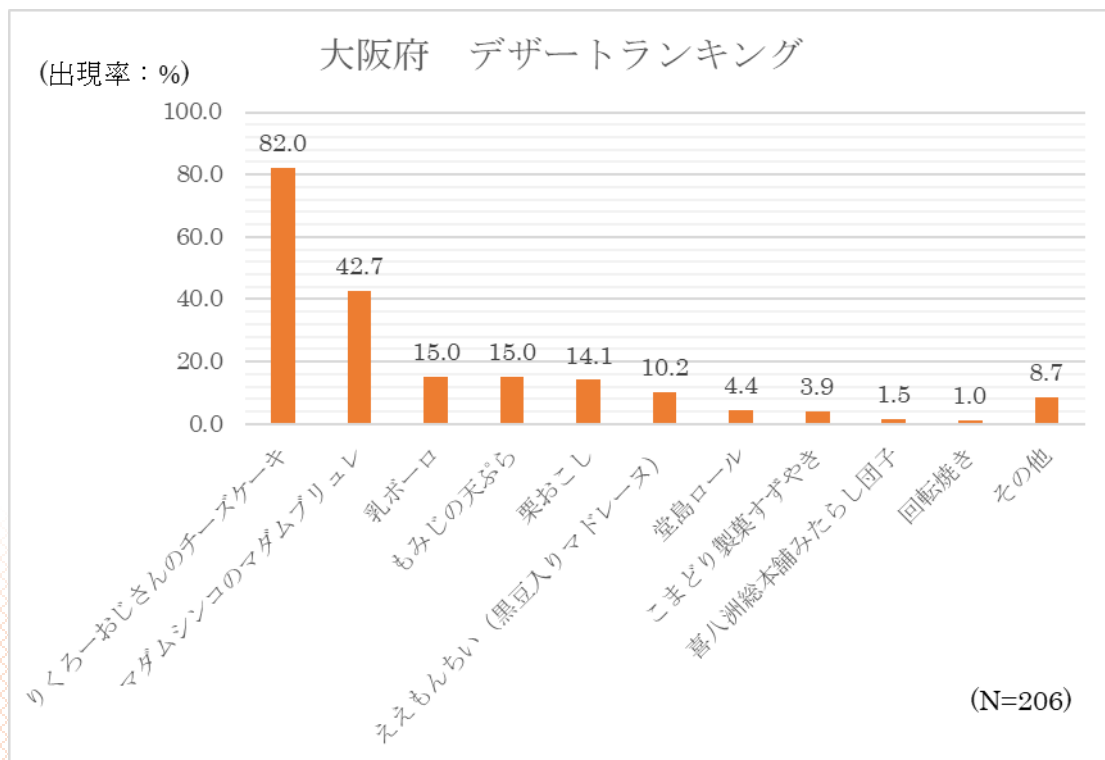
今回は、この中から大阪府のデザート部門の調査結果をご紹介します。同調査によると、1位は「りくろーおじさんのチーズケーキ」で出現率 **82.0%** を占めていることが分かります。以下、2位は「マダムシンコのマダムブリュレ」（42.7%）、3位は「乳ボーロ」と「もみじの天ぷら」（各15.0%）となっています。この中でも特筆すべきは、1位の「りくろーおじさんのチーズケーキ」で、2

位に約40ポイントの差をつけており、圧倒的な人気を誇っているということです。

「りくろーおじさんのチーズケーキ」が大阪名物としての地位を確立している理由としては、価格面と流通面での工夫が挙げられます。価格面では、6号（直径18cm）で635円（税別）という低価格で販売することによって、子供から大人まで幅広い世代から支持を得ています。

同じく、流通面では大阪府にターゲット市場を絞った事業展開をしており、11ある路面店を全て大阪府内に設置しています。これによって、消費者に対して大阪名物であるという点をアピールしています。

自社商品をご当地名産品として認識してもらうためには、こうした地元での支持基盤を確立することが必要なかもしれません。



## 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。

### 注目のウイメンズヘルス

こんにちは TPC ヘルスケア担当の森井です。

今回ご紹介するのはウイメンズヘルス関連のコンシューマーレポートです。テーマは、注目度が高まっている「体温アップ」です。

まず、女性はどのような身体の不調を感じているのでしょうか。

20～60 代女性に聴取した身体の不調ベスト 5 は 1 位「肩こり」2 位「疲れやすい」3 位「冷え」4 位「腰痛」5 位「頭痛」であり、こうしたトラブルの対策として、「身体を温める」と回答した人は 3 割弱にのぼります。

また、「1 年中ずっと」体温が低いと感じており、その主な原因は、「血行不良」、「運動不足」、「筋肉量の低下」としています。なお、

年代別にみると、20・30 代の若年女性は「姿勢が悪い」こと、50・60 代の中年女性は「加齢」を原因とする人が多いです。なお、「姿勢の悪さ」は筋肉量の低下と関連が深く、以前調査した「ロコモビュティ」では、「姿勢をよくする」、「筋力アップ・維持」、「体幹を鍛える」といった対策を実施しています。

今後、身体を温める目的としては、「冷え性の改善」、「肩こり・腰痛などコリや筋肉疲労の改善」、「基礎代謝を上げ、新陳代謝を促す」、「免疫力の向上」が上位です。今後ニーズが高まる体温対策の商品開発にぜひともご活用くださいませ。

## 20-60 代女性（10,000 人）の 身体の不調 ベスト 5

1 位 肩こり 2 位 疲れ 3 位 冷え 4 位 腰痛 5 位 頭痛



### ウイメンズヘルスシリーズ

ご興味のあるレポートがございましたら、気軽にご連絡くださいませ



あなたのマーケティング課題を解決するための最適なりサーチをご提案！  
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■

2018 年 トレンドアイスクリームの市場分析調査(発刊予定:2018 年 1 月 29 日)担当:水上

飲料自販機の需要拡大ポイントを探る(発刊予定:2018 年 1 月 31 日)担当:後呂

2018 年 全国パティスリー要覧(発刊予定:2018 年 2 月下旬)担当:伊藤

2018 年 飲料トレンド・高付加価値アイテムの市場分析調査(発刊予定:2018 年 3 月 5 日)担当:丸山

2018 年 チルド飲料の市場分析調査(発刊予定:2018 年 3 月 12 日)担当:野々下

### ■新刊資料のご案内■

## コンシューマーレポートNo.252 乳酸菌・ビフィズス菌の疾病予防ニーズを探る

—「整腸作用」「免疫力向上」に次ぐ機能性訴求は「(内臓/体/中性)脂肪の低減」がポイント！！—

発刊日:2017 年 11 月 30 日 / 頒価:360,000 円+税



#### ■概要

今回、「免疫力向上、脂肪の低減、アレルギー疾患の改善、美容・アンチエイジング」を求めている男女を対象に、乳酸菌・ビフィズス菌配合商品に関する調査を実施。その結果、求められている機能は「免疫力向上」であった。また「脂肪の低減」を訴求している商品の効果は、利用者の求める効果と一致している割合が高かった。さらに、訴求ポイントとして有効なキーワードは“生きて届く/働く、乳酸菌の働き、増殖”であった。

#### 調査方法

WEB によるアンケート調査

#### 調査エリア

全国

#### 調査実施日

2017 年 11 月 7 日～11 月 8 日

#### 調査内容

健康意識が高く、乳酸菌・ビフィズス菌配合商品に「免疫力向上」「(内臓/体/中性)脂肪の低減」「アレルギー疾患の改善」「美容・アンチエイジング」のいずれかの効果を求めている 20～60 代の男女

#### 調査内容

1. 乳酸菌とビフィズス菌の違い
2. 乳酸菌・ビフィズス菌配合商品の摂取実態
3. 乳酸菌・ビフィズス菌配合商品の評価
4. 乳酸菌・ビフィズス菌配合商品の今後の摂取意向

■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 ビプリオテック

お問い合わせはお気軽に！