



# Drink & Dessert

## Communication Magazine

2018 April

Vol. 32

### 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。

まずは皆様にお知らせです。すでに弊社ホームページ内ではご案内しておりますが、弊社では4月1日以降に発刊する市場調査レポートの商品価格を改定させていただくことになりました。皆様にはご迷惑をおかけしますが、何卒ご理解を賜り、今後ともTPCマーケティングリサーチをご愛顧いただくよう、よろしくお願い致します。

さて、各地で桜も満開を迎えて、お花見に出かける方も多いのではないのでしょうか。最近、デリバリーサービスなども充実しており、お花見が一種のイベントになりつつある状況にもなっています。桜を見ると

本格的な春の到来を感じる人も多いかと思いますが、それぞれ様々な形で日本の春を象徴する桜を楽しみましょう。

このほか、4月は新年度の開始や新入社員が入ってくるなど、あわただしい1か月となる企業も多いかと思いますが、TPC Communication Magazineをご覧いただいて一息ついていただければ幸いです。

それでは、今後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

サントリー食品インターナショナル「クラフトボス」の自動販売機での販売開始、他

News 2

#### 今月の気になる飲料・デザート新製品

「スターバックス スパークリング <リフレッシュング テイスト(ノンカロリー)>」(サントリー食品インターナショナル)、他

News 3

#### 今月の気になる飲料・デザートトレンド

クラフトビール

News 4

#### TPC 社員の飲料・デザート購入録

たべるシールド乳酸菌チョコレート

News 5

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

カフェでよく注文するドリンクメニューに関する質問

News 6

#### 今月の気になる数字

8,007,676 回

News 7

#### 今月のヘルスケアニュース

腸内環境の改善にヨーグルトでは物足りない！？

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、3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。

### ■サントリー食品インターナショナル「クラフトボス」の自動販売機での販売開始(3月27日)

サントリー食品インターナショナルは、2017年に発売した「クラフトボス ブラック」の自動販売機での販売を開始することを発表。同ブランドは2017年に発売後、初年度で1,000万ケースを超えるヒットを記録したPETボトルコーヒーとなっており、今回オフィスワーカーなどさらに幅広いユーザーを取り込むために自動販売機での取り扱いをスタートする。

### ■明治 Facebook 公式企業アカウントを開設(3月22日)

明治は3月22日より、Facebookに公式企業アカウントを開設することを発表。同アカウントでは、新製品やキャンペーン情報、レシピ紹介、イベント報告などを投稿することで、同社ならびに製品群の認知向上を図っていく。

### ■サッポロホールディングス国産レモン生産振興への取り組み開始(3月20日)

サッポロホールディングスは、傘下企業であるポッカサッポロフード&ビバレッジで基幹事業となっているレモン事業に関連した取り組みとして、ICTを活用した国産レモンの栽培試験を開始することを発表。国産レモンに対する需要が拡大するなか、生産者の高齢化対策や後継者の育成、新規就農者の参入を促す取り組みを展開することで国産レモンの安定的な供給量の確保につなげる。

### ■江崎グリコ日本初の「肌の潤いを保つ」機能を訴求した機能性表示食品を発売(3月22日)

江崎グリコは、4月に低分子コラーゲンペプチドを含有して「肌の潤いを保つ」という健康機能を訴求したコラーゲンドリンクを発売すると発表。従来あった「ヘスペリジン&コラーゲン」を機能性表示食品としてリニューアル発売する形での展開となっており、訴求力を高めることで美肌効果を求める需要を喚起していく。

### ■UCC 上島珈琲が新しいコーヒースタイルを提案する施設をオープン(3月20日)

UCC 上島珈琲はユーシーシーフードサービスシステムズと共同で横浜にFOOD & TIME ISETAN YOKOHAMAをオープンすると発表。ここでは、食べ物との組み合わせからマッチするコーヒーが選べる製品を販売するなど、“フードとコーヒーの組み合わせによるコーヒーの新しい魅力を発見し、自宅の時間をもっと幸せにしてくれる”コーヒースタイルを提案していく。

### ■ネスレ日本「ネスカフェ」「キットカット」を中国ECサイトで販売開始(3月7日)

ネスレ日本は2018年の事業戦略発表会で、メイド・イン・ジャパンの「ネスカフェ」と「キットカット」について中国のECサイトでの販売を開始すると発表。具体的には、中国大手ECサイトのアリババと連携して4月から「ネスカフェ」、秋ごろから「キットカット」を展開していくというもの。併せて「キットカットショットラトリー」の中国での出店も行っていく予定となっている。



## 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>

#### ■「スターバックス スパークリング <リフレッシュング テイスト(ノンカロリー)>」(2018 年 2 月 27 日発売)(サントリー食品インターナショナル)

コーヒーチェリー(生豆を含む)由来のカフェインを配合した透明スパークリングドリンク。コーヒーチェリー(生豆を含む)由来のカフェイン以外にも、ミネラル(リン、ナトリウム)が含まれるココナツ果汁を配合しており、炭酸の刺激がほどよい爽快感を生み出している。

#### ■「タカナシ コクっとミルク <ルイボスティータラテ>」(2018 年 3 月 5 日発売)(タカナシ乳業)

ルイボスティータラテと北海道産生乳を 50%使用したミルクを合わせたティーラテとなっており、ミルク本来のコクが味わえる。香料不使用、ノンカフェイン。

#### ■「Vivit's APPLE SODA C」(2018 年 3 月 5 日発売)(伊藤園)

国産リンゴを使用した果汁入り炭酸飲料。酸味が苦手な人でもビタミン C が取れるよう、国産リンゴの果汁と、食感の残るピューレで仕上げている。1 本当たりビタミン C1000mg を含有している。

#### ■「アミール やさしい発酵乳仕立て」(2018 年 3 月 6 日発売)(アサヒ飲料)

ラクトリペプチド(VPP、IPP)を含む、血圧が高めの人に適した機能性表示食品。継続しやすい飲み切りサイズの容量と酸味を抑えた優しくまろやかな味となっている。

#### ■「紅茶花伝 クラフティー 贅沢しぼりオレンジティー」(2018 年 3 月 12 日発売)(日本コカ・コーラ)

“紅茶に 100%果汁を注ぐ”という新しいコンセプトの紅茶飲料。香り豊かな紅茶に、おいしいところを贅沢に搾ったオレンジ 100%果汁、仕上げにはちみつを少し加えており、やさしい甘さのすっきりとした味わいとなっている。

### <アルコール類>

#### ■「桃の紅茶酒」(2018 年 3 月 1 日発売)(養命酒製造)

“女性のための恋するお酒”がコンセプト。華やかな桃の香りとリラックス系ハーブ、紅茶のおいしさが楽しめる。スリランカ“ルンビニ茶園”の選別手摘みのルフナ茶の紅茶エキスを 100%使用しており、同社独自のブレンドにより、紅茶の風味を生かしつつ、深みのある味に仕上げている。

#### ■「SORRY UMAMI IPA」(2018 年 4 月 1 日発売)(ヤッホーブルーイング)

鯉節を使用し、鯉節が持つうまみ成分により酵母の働きを活性化させ発酵を促進させたクラフトビール。ふんだんに使用したアメリカ産ホップのシトラスやトロピカルフルーツを思わせる香りが引き立ち、華やかでジューシーな味に仕上げている。

### <菓子>

#### ■「ルック・カレ <カカオ 70+チアシード>」(2018 年 3 月 6 日発売)(不二家)

プチとした食感が楽しめるチアシード入りハイカカオチョコレート。苦みを抑えた同社オリジナルブレンドのカカオ 70%のチョコレートに、プチッと食感が特徴のチアシードと、ほのかにフルーティーなアサイーエキスパウダーを混ぜ合わせた。

食物繊維も多く、忙しい女性の美と健康を応援する商品となっている。



## 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。

### クラフトビール

今回は「クラフトビール」についてご紹介したいと思います。

「クラフトビール」とは、直訳すると“手作りのビール”という意味で小規模な醸造所で製造されている、あるいは少量生産で特徴的な製法スタイルを採用したビールのことを指します。代表的なものとしては、ヴァイツェン、ペールエール、IPA、ピルスナー、スタウトなどが挙げられます。

クラフトビールの販売規模を見ると、アメリカのビール市場全体では約 2 割のシェアを占めているものの、日本におけるシェアはビール市場全体の 1%程度となっており、まだまだ認知度も低い状況にあります。そんな中で、国内メーカーがクラフトビール事業への取り組みに注力しています。特に、キリンビールは「グランドキリン」の販売に加え、子会社を通じて小規模な醸造所店舗を開設するなど、拡販を積極的に進めています。

独自性が強いビールとして、今後どのようなものが市場に上市されるのか非常に楽しみです。



(出典: <https://www.jbja.jp/archives/4173>)

## 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。



### たべるシールド乳酸菌チョコレート

- 会社名：森永製菓株式会社
- 価格：138 円(税抜き)
- 容量：50g
- 購入場所：会社近くのスーパー
- 商品特徴

シールド乳酸菌を配合したサイコロ状のチョコレート。一袋に 100 億個のシールド乳酸菌 M-1 が含まれている。

- 購入理由

まず、仕事中にリフレッシュするために、チョコレートを食べたいと思った。その上で、菓子売り場にあったチャック付きチョコレート菓子の内、最も安かったため購入。

- 食後の感想

他のチョコレートより甘めの味であったため、リフレッシュすることができた。また、袋にチャックが付いているため、少量ずつ食べるのに便利であった。

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

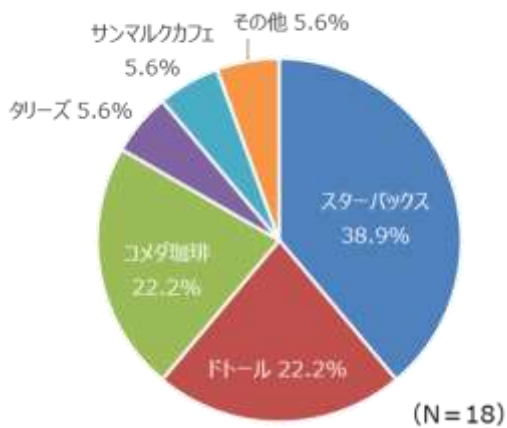
このコーナーでは、TPC メンバーに飲料・デザートに関するアンケート調査を実施！小ネタにどうぞ☆

### カフェでよく注文するドリンクメニューに関する質問

今月の社内アンケートはカフェ・喫茶店で注文するドリンクメニューを尋ねました。今回は、18 名の方に回答をいただきました。なお、このテーマは 2016 年 3 月号(vol.7)にも行っており、2 回目の調査となります。

#### Q1.今までに最もよく利用したカフェ・喫茶店をお答えください。(SA)

##### 今までに最もよく利用したカフェ・喫茶店 (SA)

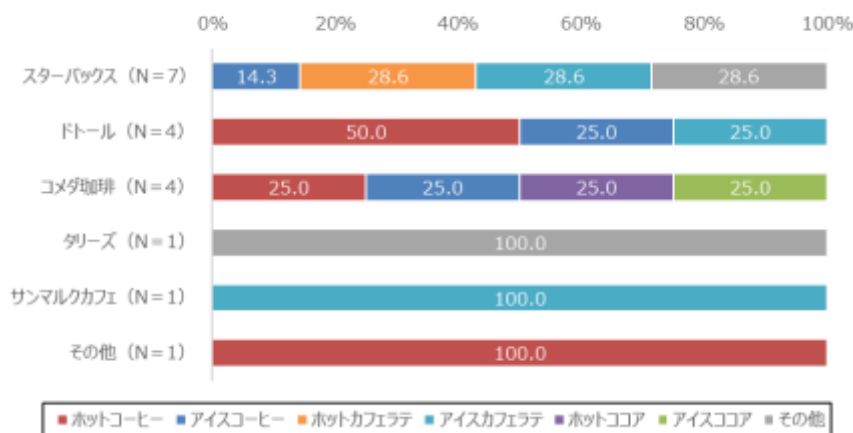


まず、今までに最もよく利用したカフェ・喫茶店を尋ねたところ、「スターバックス」がトップとなり、38.9%の出現率でした。以下、「ドトール」と「コメダ珈琲」がそれぞれ 22.2%、以下「タリーズ」「サンマルクカフェ」「その他」が各 5.6%となっています。

「スターバックス」は男女ともにまんべんなく支持を得てトップとなりました。また、「ドトール」は 4 人中 3 人が「女性」、「コメダ珈琲」は 4 人全員が「男性」と票に偏りがみられました。なお、「ドトール」と回答した人は「近所にあるから」、「コメダ珈琲」は「コスパが良いから」という声が多かったです。

#### Q2.そのカフェ・喫茶店で最もよく注文する(していた)ドリンクメニューをお答えください。(SA)

##### 最もよく注文する(していた)ドリンクメニュー (SA)



次に、前問で回答したカフェ・喫茶店で最もよく注文する(していた)ドリンクメニューを尋ねたところ、「スターバックス」利用者は様々な種類のドリンクメニューを飲んでいることがわかりました。具体的にみると、「カフェラテ(ホット/アイス)」がともに 28.6%で最も多く、「アイスコーヒー」が 14.3%となりました。なお、「その他」については、「抹茶クリームフラペチーノ」や「ホットの抹茶ラテ」が挙げられました。なお、「スターバックス」利用者は「無料でトッピングが出来るのでその都度味を変えています」といった意見もありました。

それ以外のカフェ・喫茶店においては、「ホットコーヒー」や「アイスコーヒー」、「カフェラテ」など代表的なコーヒーメニューを挙げる人がほとんどでした。

なお、前回は「紅茶」や「ジュース」といった意見もありましたが、今回はコーヒーメニューに票が集まる結果となりました。それでは、次回のアンケートもお楽しみに♪

## 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ようなデータを紹介したいと思います。

**8,007,676 回**

今回は、株式会社サイカが発表している「テレビ CM 出稿額が多いブランド」の調査結果を一部抜粋してご紹介します。

同調査は、2017年3月1日～2018年2月28日の1年間においてブランド別のCM放送回数を地域別に測定して、各地域の推定出荷単価を掛け合わせた集計を実施したものとなっています。まず、対象期間内に放送された全ブランド(18,943ブランド)の放送回数は**8,007,676回**。これをブランド別で見ると、トップは宿泊施設の料金比較サイト「トリバゴ」で152.7億円となりました。また、テレビCMの出稿額が最も多かった商品サービス・カテゴリーは「食品・飲料」で、出稿金額は全体の17.1%にあたる883.1億円となっています。

なお、ブランド別で1位となった「トリバゴ」は売上の87%を広告費へ投下しているといわれており、その企業戦略がこの結果に表れているようです。

こういうランキングをみると、普段何気なくみるテレビCMの見方も変わってくるのではないのでしょうか。

### <テレビCMの出稿額が多いブランドTOP10>

順位	ブランド名	出稿金額
1位	トリバゴ	152.7億円
2位	Y!mobile	99.6億円
3位	ニトリ	71.0億円
4位	Indeed	69.3億円
5位	UQmobile	55.7億円
6位	タウンワーク	50.4億円
7位	キューピーコーワドリンク	46.9億円
8位	ユニバーサル・スタジオ・ジャパン	41.0億円
9位	ソニー損保の自動車保険	41.0億円
10位	みんな家族割	40.0億円

# 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。

## 腸内環境の改善にヨーグルトでは物足りない！？

こんにちは TPCヘルスケア担当の森井です。

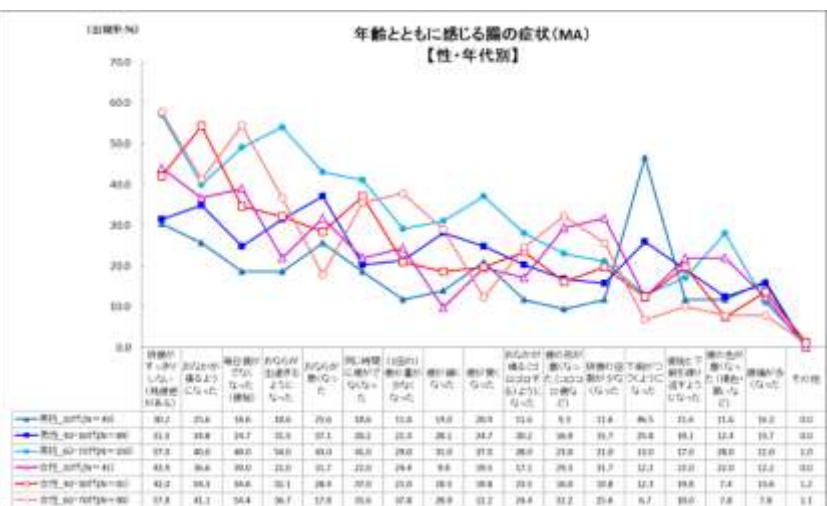
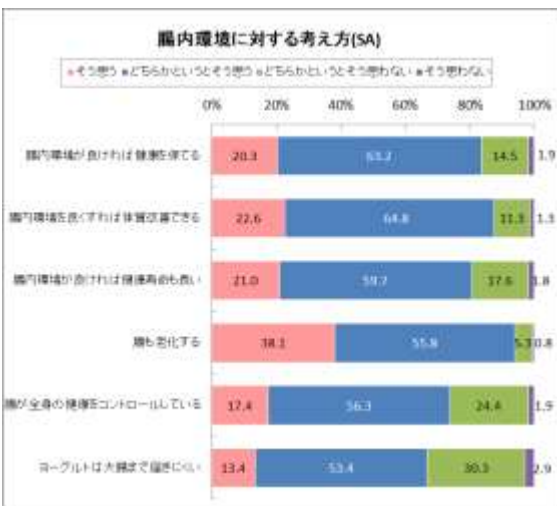
今回ご紹介するのは、引き続き注目度が高い「腸内環境」のコンシューマーレポートです。

1万人を対象とした予備調査では、**腸内環境が気になり、かつ、腸内環境が悪い人の割合は3割**にのぼります。特に、割合が高いのは**30代女性(4割強)**となっています。また、**年齢とともに腸の不調を感じる人は7割**にのぼり、「排便がすっきりしない(残便感がある)」、「おなかが張るようになった」といった症状を感じる人が多くなっています。

このほか、腸内環境の悪化がからだに及ぼす影響としては、「**大腸がん**」(86.3%)、「**ニキビ・肌荒れなど**」(84.6%)、「**口臭・体臭**」(81.8%)、「**肥満・太りやすい**」(71.3%)が上位回答として挙がっています。

こうした中で、腸内環境を改善するために行っていることは「**ヨーグルトの摂取**」が主流であり、「**習慣になっている**」「**食べやすい**」「**朝食に摂りやすい**」という点が選択基準となっています。ただ、**ヨーグルト摂取者のうち腸内環境改善効果を感じている人は4割程度にすぎず**、効果を感じている人は決して多くありません。

- ポイント:**
- ◆腸内環境のためにヨーグルトを摂っているが改善割合は低い
  - ◆ヨーグルトは、習慣化や朝食需要であり、腸内環境の改善には満足していない
  - ◆9割もの人に腸内環境の改善意向あり。将来的な疾患予防のためにも、より効果実感の高い商品が求められている



今後の腸内環境対策の商品開発に役立てていただけたら幸いです。レポートをご覧いただくことも可能です。気軽にご連絡くださいませ (森)

**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 全国パティスリー要覧(発刊予定:2018年4月23日※)担当:伊藤

#### ※価格改定のご案内

弊社では、2018年4月1日以降に発刊する市場調査レポートの商品価格を改定させていただく事となりました。何卒ご理解を賜り、今後ともTPCマーケティングリサーチをご愛顧いただけますようお願い申し上げます。

	書籍のみ	PDFのみ(ダウンロード版)	書籍+PDF	事前予約(書籍+PDF)
事業所内限定価格	97,000円(税別)	97,000円(税別)	107,000円(税別)	97,000円(税別)
法人内限定価格	-	194,000円(税別)	214,000円(税別)	194,000円(税別)

ホットドリンクの飲用実態と今後のニーズ(第10弾)(発刊予定:2018年3月30日)担当:水上

スムージーの飲用実態と商品ニーズを探る(第3弾)(発刊予定:2018年4月)担当:水上

植物性ミルクの飲用実態と今後のニーズ(発刊予定:2018年4~5月頃)担当:水上

カフェの利用実態とコーヒーの受容性調査(発刊予定:2018年4~5月頃)担当:水上

### ■新刊資料のご案内■

## 2018年 飲料トレンド・高付加価値アイテムの市場分析調査 —健康機能強化で注目される飲料カテゴリーを徹底分析—

発刊日:2018年3月16日 / 頒価:87,000円+税



#### ■調査趣旨

近年の清涼飲料市場は、既存ブランド強化のためのフレーバー・容量の拡充や、利益率が高いブランドの拡販に注力する動きが目立っている。その中で、各社は独自性を持った高付加価値品の展開を進めている。特に近年は、消費者の健康意識の高まりを受け、機能性を重視した商品展開が活発化している。当資料では、9カテゴリーの飲料を抽出し、商品展開や市場規模、参入各社の取り組みなどを、多角的な視点から分析している。

#### 調査対象トレンド9カテゴリー

- ◆カフェインレス飲料
- ◆機能性表示食品飲料
- ◆植物性ミルク
- ◆スムージー
- ◆Wトクホ飲料
- ◆熱中症対策飲料
- ◆フレーバーウォーター
- ◆リキャップチルド飲料
- 参考:CVS カウンターコーヒー

#### 調査項目 ※一部異なる

- 1.市場概況
- 2.発売経緯
- 3.商品展開状況
- 4.ブランド分析
- 5.市場規模推移
- 6.販促活動
- 7.今後の市場性

- 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!