

Drink & Dessert

Communication Magazine

2018 August
Vol. 36

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。

連日の酷暑で皆さん体調は崩されていないでしょうか。私も熱中症にならないように冷房やこまめな水分補給を心掛けているつもりですが、それを上回るほどの暑さですね。飲料メーカー各社の方は暑くなれば飲料の需要が高まるので、この暑さは歓迎している部分もあるかと思いますが、あまり暑すぎるのもよくないとは以前メーカーの方にお聞きしたことがある話です。この暑さは少なくとも7月一杯は続くようですので、くれぐれも体調管理は気をつけたいものです。

さて、話は変わりますが、6月~7月にかけて社会人の方で楽しみにしている方も多いかと思われる"夏のボーナス"。皆さんの会社でもすでに支給されましたでしょうか。民間のシンクタンク5社が予測したものによると、2018年夏における民間企業(事業所規

模 5 人以上でボーナスを支給する企業) 1 人あたりの ボーナス支給額は 37 万 3,000 円で前年比 1.8%増と なるようです。また、大企業に絞ってみると、東証 1 部上場企業 127 社の平均妥結金額は 74 万 6,105 円となっています。

ボーナスの使い道についても、調査会社のマクロミルが行った調査では、「貯金」が7割超でトップ。以下、「旅行」「外食」「ローン返済」「子供の教育費」という結果が出ています。「貯金」が圧倒的に多いのは今の世の中を表しているような気がしますね。

お盆休みも控える8月、皆様ボーナスなども有効に使って、有意義に夏を満喫しましょう。

それでは、今号もどうぞお楽しみください。

News 1		なる業界ニュース ガポールで「ポカリスエット イオンウォーター」の販売を開始、他	
News 2	今月の気になる飲料・デザート新製品 変健美水(日本コカ・コーラ)、他 Topics		
News 3	今月の気になる飲料・デザートトレンド チョコミント		
	News 4	TPC 社員の飲料・デザート購入録 ファンタ ヨーグルトロピカル	
	News 5	TPC メンバーに聞きました!《Drink & Dessert アンケート》 熱中症対策飲料の意識調査	
	News 6	今月の気になる数字 83.5%	
	News 7	今月のヘルスケアニュース ビタミンの多様なニーズ···	
	News 8	TPC レポートのご案内	

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いたします。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。

■大塚製薬 シンガポールで「ポカリスエット イオンウォーター」の販売を開始(7月1日)

大塚製薬はシンガポールで「ポカリスエット イオンウォーター」の販売を開始したことを発表。シンガポール政府が定める健康的である製品に対する認可マーク(「Healthier Choice Symbol(HCS)」マーク)を表示して販売することで、同国で高まる健康志向の需要の取り込みを図る。なお、同製品の海外展開は今回で5ヶ国目となっている。

■キリンビバレッジバリューベンダー 「みまもり自動販売機」の設置を開始(7月3日)

キリングループで自動販売機事業を展開するキリンビバレッジバリューベンダーは、警視庁西新井警察署と「防犯活動に関する覚書」を締結。その中で、2018 年夏から独自開発の小型カメラを内蔵した「みまもり自動販売機」を西新井警察署管内に設置することを発表。同自動販売機は、商品サンプルに専用の小型カメラを内蔵していることから、これまでと比べて人の目線での映像取得が可能となっており、地域の防犯意識向上ならびに犯罪発生時の一助となることを目指していく。なお、同自動販売機は、2018 年中に西新井警察署管内へ30台の設置を目指していくとのことです。

■UCC 上島珈琲「UCC ミルクコーヒー」ギネ ス世界記録に認定(7月4日)

UCC 上島珈琲が販売する缶コーヒー飲料の「UCC ミルクコーヒー」が「缶コーヒーの最長寿ブランド」としてギネス世界記録に認定(5月9日)され、その認定授与式が行われた。同ブランドは1969年に世界初の缶コーヒーとして発売され、2017年度までに累計約3億5,000万ケース(約150億本)を販売。缶コーヒー市場の礎を築いたブランドとして、今回ギネス世界記録に認定された。

■サントリービバレッジソリューション 飲料自動販売機の新サービス「宅弁 TM」を開始(7月5日)

サントリーで飲料自動販売機事業などを展開するサントリービバレッジソリューションは、グルメ情報・検索サイトの「ぐるなび」を運営する㈱ぐるなびと共同で、自動販売機を使った法人向けの新サービス(「宅弁 TM」)を東京都の一部区内で開始することを発表。「宅弁 TM」は、職場に設置された「宅弁 TM」仕様の自動販売機で、飲料購入と同様の方法で、ぐるなびがコーディネートする職場近隣のレストランが作る宅配弁当を注文できるサービスとなっています。同サービスは、働き方改革推進のなかで、"時間の有効活用"のニーズが高まる一方で、職場の昼食環境への不満度が高まっている状況に対応するものとなっており、サントリービバレッジソリューションは、ぐるなびとのシナジー創出により、飲料自動販売機の価値向上を図っていく。

■アサヒ飲料 「WeChat Pay」対応自動販売 機のテスト展開を開始(7月23日)

アサヒ飲料は、QRコード読み取りでキャッシュレス決済が可能な「WeChat Pay」に対応した自動販売機を東京都と大阪府内の観光地にテスト展開(計 16 台)することを発表。同自動販売機は、自動販売機の広告スペースに、販売商品情報を表示する QR コード表示用ディスプレイを搭載しており、スマートフォンの「WeChat Pay」専用アプリでQRコードを読み取って、キャッシュレスの決済ができるもの。今回、同自動販売機のテスト展開を行うのは、近年増加している訪日外国人が旅行中に感じている両替やクレジットカードの利用についての不満に対して、利便性向上を図った自動販売機の設置がどのような結果に繋がるかを検証するためで、このテスト結果次第で、将来的な全国展開も検討していくとのことです。











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>

■「爽健美水」

(2018年6月25日発売)(日本コカ・コーラ)

「爽健美茶」シリーズでなじみのあるハトムギ、大麦若葉、月見草の植物素材に加え、レモン、温州ミカン、ユズピール、ラカンカの4つの果物素材のエキスをブレンドしたフレーバーウォーター。体にしみわたるような、すっきりとした甘さの爽やかなおいしさが味わえる。

■「キリン 世界の Kitchen から 麦のカフェ CEBADA」(2018 年 7 月 24 日発売)(キリンビバレッジ)

スペインの麦のコーヒー"アグア・デ・セバダ"をモチーフに大麦、発芽麦芽を使用。コーヒー用の焙煎(ばいせん)機で、大麦を極限まで深煎り焙煎し、コクと香りを引き出しながら丁寧にドリップしたコーヒー飲料となっている。

■「デカビタC スポーツゼリーW」(2018年7月 17 日発売)(サントリー食品インターナショナ ル)

速攻性エネルギー源のグルコースと持続性エネルギー源のパラチノースをダブルで配合。吸収スピードの異なる2種の糖を組み合わせたことで、長時間エネルギーが必要となるスポーツシーンにぴったりのゼリー飲料となっている。また、ナトリウム100ml中40mg(食塩相当量100ml中0.1g)を配合しているため、熱中症対策にも最適な商品となっている。

■「Dole Smart Choice SUMMER TROPICAL」 (雪印メグミルク) (2018 年 6 月 12 日)

"マンゴーの王様"と称されるアルフォンソマンゴーを使用した果汁飲料。コップ 1 杯(200ml)当たり 62kcal であり、通常の果汁 100%飲料よりも糖質が 30%オフとなっている。

<アルコール類>

■「クリアアサヒ クリアセブン」 (2018 年 7 月 3 日発売)(アサヒビール)

アルコール分 7%。糖類は使わず穀物原料を使用し、 醸造工程では独自の発酵管理技術を活用している。高 アルコールならではの飲み応えと麦由来の豊かな味わい が楽しめる。

<ヨーグルト>

■「ビースリー スマートヨーグルト」 (2018 年 7 月 3 日発売)(森永乳業)

数千種類の中から選び抜いた特許成分ビフィズス菌 B-3 を配合。ミルクカルシウムが牛乳の 2 倍含まれており、理想の健康スタイルを目指す人向けのヨーグルトとなっている。

<菓子・アイスクリーム>

■「大玉チョコボール ピーナッツ ソルティホ ワイト」(2018 年 6 月 26 日発売)(森永製菓)

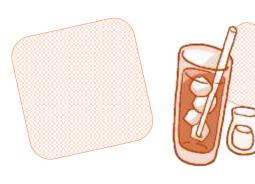
大粒ピーナツを使用し、体積が通常のチョコボールの2.5 倍の大きさ。ピーナツをコクのあるサクサクなクリスプ層で包み、ロレーヌ産岩塩を使用した後切れのよいホワイトチョコでコーティングした夏場にふさわしい味となっている。

■「ピノ トリュフショコラ」 (2018 年 7 月 2 日発売)(森永乳業)

過去の同シリーズの中で最もカカオ分を多くしている。 中味はフローラルな香りのエクアドル産カカオを低温焙煎したカカオマスを使用したチョコレートアイスを、フルーティーで香り高いドミニカ産カカオのカカオマスを使用したチョコでコーティング。生チョコのようなねっとり滑らかな食感が味わえる。

■「ハーゲンダッツ クリスピーサンド ほうじ茶 和の菓~黒糖仕立て~」(2018 年 7 月 10 日 発売)(ハーゲンダッツジャパン)

黒糖ソース入りのほうじ茶アイスクリームを、黒糖ほうじ茶コーティングで包み込み、ほうじ茶ウエハースでサンド。芳醇(ほうじゅん)に香るほうじ茶とコク深い黒糖が織り成す、和スイーツならではの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ていきます。

チョコミント

今回は、近年、飲料・デザート・菓子のいずれに 【直近で新たに発売された「チョコミント」フレーバー商品の一部】 おいても注目を集めているフレーバー「チョコミン ト」についてご紹介したいと思います。元々、「チョ コミント」のフレーバー自体は、昔から「サーティワン アイスクリーム」や「セブンティーンアイス」などアイ スで展開されていました。こうした中で、最近はミン トの爽やかな味とチョコレートの甘さが独特のハー モニーを生み出し、若い世代を中心に人気を集 め、「チョコミント」フレーバーを愛好する人を指す "チョコミン党"という言葉も生まれるほどブームとな っています。

実際に販売されている商品をみても、表のように アイス以外に飲料・デザート・菓子などのフレーバ ーとして使われることも多くなっています。また、「チ ョコミント」フレーバーは夏の需要が大きく、「ファミリ ーマート」や「ミニストップ」においては「チョコミント」 フレーバーの新商品が多数投入され、1 コーナー 丸ごと「チョコミント」系の商品が並んでいる店舗も 見られます。

カテゴリー	商品名	発売日
飲料	「マウントレーニア <カフェラッテ カカオミント> (森永乳業)	2018年3月13日発売
	「雪印コーヒー チョコミント」(雪印メグミルク)	2018年7月17日発売
デザート	「焼きスイーツ<夏限定チョコミント>」(オハヨー乳業)	2018年7月10日発売
	「デビルズチョコミントケーキ」(ファミリーマート)	2018年7月10日発売
	「チョコミントクッキーシュー」(ファミリーマート)	2018年7月10日発売
	「チョコミントシュークリーム」(ミニストップ)	2018年6月26日発売
	「無限チョコミントプリン」(ミニストップ)	2018年7月10日発売
	「ふわもちロールケーキチョコミント」(ミニストップ)	2018年7月10日発売
	「チョコミントモンブラン」(ミニストップ)	2018年7月10日発売
菓子	「ルックく2つのミント食べくらべ>」(不二家)	2018年5月15日発売
	「夏のうすやきカントリーマアム <チョコミント>」(不二家)	2018年5月22日発売
	「サロン・ドゥ・ルック<ミントソルベ>」(不二家)	2018年6月5日発売
	「カントリーマアムチップス <チョコミント>」(不二家)	2018年6月26日発売
	「小枝<チョコミント>」(森永製菓)	2018年5月15日発売
	「ダース<ミント>」(森永製菓)	2018年5月15日発売
	「ベイク<ミント>」(森永製菓)	2018年5月15日発売
	「もちもちショコラ <チョコミント味>」(ブルボン)	2018年5月15日発売

TPCマーケティングリサーチ(株)調べ

今後も「チョコミント」ブームは続くとみられ、様々なカテゴリー・ブランドで「チョコミント」フレーバーの商品が発売されること が予想されます。その中でカテゴリーによっては"ミント多め"や"チョコ多め"など差別化を図った商品が登場するかもしれま せんね。今後の「チョコミント」フレーバーの動向に注目です。

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いたします。



ファンタ ヨーグルトロピカル

■会社名:日本コカ・コーラ株式会社

■価格:140円(税抜)

■容 器: PET ■容 量: 490ml

■購入場所:オフィス近くのコンビニ

「ファンタ」ブランドにおける期間限定フレーバー。ヨーグルトフレーバーに、4種のトロピカル フルーツフレーバーをブレンド。ビタミン B 群と乳酸菌の 2 つの成分を含有している。

■購入理由

暑さが続く中、爽快感を楽しめる飲み物が欲しかったことと、期間限定という点に魅力を感じ たため。

■食後の感想

・パイナップルやマンゴーといった南国産の果物と少し酸味があるヨーグルトテイストが非常 にマッチしており、高い満足感を得ることができました。

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☆

熱中症対策飲料の意識調査

今月は、「熱中症対策飲料の意識調査」について、社内アンケートを実施。 14名の方から回答をいただきました。

Q1.ここ一年間で熱中症対策を意識して飲料を飲んだことがありますか。(SA)



まず、ここ一年間で熱中症対策を意識して飲料を飲んだことがあるかどうか尋ねた結果、全体の 78.6%を占める 11 人が「はい」と答えました。

このことから、熱中症を防ぐために飲料を飲むという意識は広く浸透していることが明らかになりました。



Q2.ここ一年間で、熱中症対策として最も多く飲んだ飲料を一つだけお答えください。(SA)



次に、ここ一年間で最も多く飲んだ熱中症対策飲料の種類を尋ねたところ、「スポーツドリンク」がトップとなり、36.4%の出現率でした。これに、「ミネラルウォーター・水」と「麦茶」と「果汁入り飲料」が各 18.2%、「経口補水液」が 9.1%と続いています。以上から、スポーツドリンクは、熱中症を予防する飲料として、確固たる地位を確立していることがわかりました。

さらに、最も多く飲用した熱中症対策飲料の具体的なブランドを尋ねたところ、スポーツドリンク(4人)では、「アクエリアス」(コカ・コーラ)が3人、「ポカリスエット」(大塚食品)が1人という結果になりました。

この他、果汁入り飲料(2人)では、「ソルティライチ」(キリンビバレッジ)が最も多く飲用するブランドとして、挙がりました。



今年は、例年よりも暑い夏になると予想されています。皆さんも熱中症にならないように、小まめに水分補給をして夏を乗り切りましょう。次回のアンケート調査もお楽しみに!

今月の気になる数字

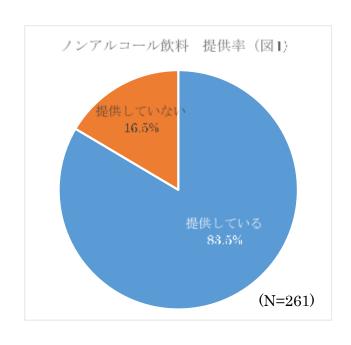
このコーナーでは、自社・他社を問わず、マーケティングに使えそうなデータを紹介したいと思います。

83.5%

今月の気になる数字は、「飲食店.COM」が行った「ノンアルコール飲料」に関する調査から一部抜粋しました。

同調査は、2018 年 4 月 12 日から同年 4 月 17 日の期間中、飲食店経営者・運営者(飲食店.COM 会員)261 件を対象に、ノンアルコール飲料の提供状況を調査したものになっています。

その結果、ノンアルコール飲料の提供率については図1の通りで、「提供している」と回答した飲食店の経営者・運営者は83.5%となっています。出現率が8割を超えた理由としては、ノンアルコール飲料が市場に受け入れられてきていることが挙げられます。続いて、ノンアルコール飲料を提供している飲食店の経営者・運営者に、どの種類のノンアルコール飲料を取り扱っているか質問したところ、「ノンアルコールビール」が最も多く、93.6%となりました。(図2参照)。以下、「ノンアルコールカクテル」が34.4%、「ノンアルコールワイン」が10.1%などと続いています。



同調査から、ノンアルコール飲料は飲食店で既にポピュラーな商品となっていることが明らかになりました。今後も、飲料メーカーによるノンアルコール飲料の新たなシーン訴求が進む中で、ますます存在感が増すことが予想されます。



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。

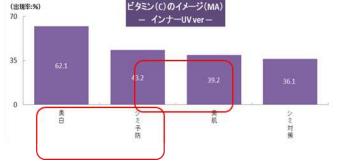
ビタミンの多様なニーズ・・・

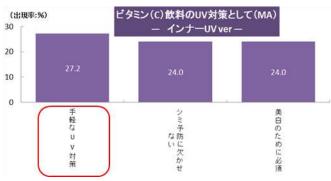
こんにちは TPC ヘルスケア担当の森井です。

今回は「ビタミン」に関連したデータのご紹介です。まず、【働く女性の顔の疲れ】の調査では、「体の疲れ対策」として「ビタミン C」、「ビタミン B 群」などを半数程度の女性が摂取。また、【インナーUV】の調査において、「ビタミン (C)」のイメージは、「美白」がもっとも高く、次いで「シミ予防」、「美肌」となっています(インナーUV ver)。

以上から、ユーザーの「ビタミン」のイメージは幅広く、多様なニーズに合致しています。「ビタミン」の可能性が広がりますね。











今後のビタミン関連の商品開発に役立てていただけましたら幸いです。 レポートをご覧いただくことも可能です。気軽にお申しつけくださいませ。 (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!最近はご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 チーズの市場分析調査(発刊予定:2018 年 10 月 17 日)担当:丸山

■新刊資料のご案内■

コンシューマーレポート No.261 植物性ミルクの飲用実態と今後のニーズ 「第三のミルク」のラインアップ拡充が「第二のミルク」の需要を奪う好機! –

/ソ」の而女で导力対版:一

発刊日: 2018 年 5 月 31 日 / 頒価: 360,000 円+税



■調査概要

今回、市販の植物性ミルクの飲用経験のある 20 代~60 代を対象に、植物性ミルクの飲用実態と今後のニーズについて調査を実施。その結果、植物性ミルクは"牛乳より健康的"というイメージが強く、健康面で優位性があった。さらに種類別では、「第二のミルク」は"機能性"、「第三のミルク」は"嗜好性"のニーズがより強かった。特に「第三のミルク」は、豊富な品揃えを望む声が多く、ラインアップ拡充が急務といえる。

調査方法

WEB によるアンケート調査

調査エリア

全国

調査対象

この 1 年間で市販の植物性ミルクの飲用経験 がある 20 代~60 代の男女 620 人 (「第二のミルク」および「第三のミルク」ユーザ ー各 310 人)

調査内容

- 1.植物性ミルクのイメージ
- 2.市販の植物性ミルクの飲用状況
- 3.市販の植物性ミルクの評価
- 4.子どもの植物性ミルクの飲用状況
- 5.今後の植物性ミルクの飲用意向

調査実査日

2018年5月9日~5月11日

資料体裁

A4 判カラーコピー製本 72 頁 CD-ROM 版(分析編・集計編・データ編)

■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/

お問い合わせはお気軽に

TPC ビブリオテック