



Drink & Dessert

Communication Magazine

2018 September

Vol. 37

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。

2018 年の夏は猛暑に続いて相次ぐ台風の発生など、本当におかしな天候が続きました。台風については、例年これからがシーズンとなりますので、引き続き注意が必要です。

さて、弊社ごとではありますが、2016 年、2017 年に続き 2018 年も無料セミナー（TPC マーケティングフェア 2018）を開催する運びとなりました。すでに、弊社ホームページや DM などによるご案内でご存知の方もいらっしゃるかと思いますが、2018 年は 10 月 11 日（木）に大阪、10 月 25 日（木）に東京でセミナーを行います。テーマは、“高齢者における「低栄養」の実態と食品ニーズ” “や” 注目の「フレイル市場」の

展望と課題” についてのテーマを企画しております。
※現時点での予定となっており、最終的なテーマは追って弊社ホームページなどでお知らせいたします。

また、大阪会場では弊社が発刊しておりますマーケティングレポートの閲覧会も同時に開催いたしますので、お時間ある方はセミナーとともにぜひともご参加いただければありがたいと思います。

セミナーの詳細な情報については随時弊社ホームページや DM などでご案内いたしますが、ご質問がありましたらお気軽にご連絡ください。

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

ハウス食品グループ、乳酸菌事業本格参入、他

News 2

今月の気になる飲料・デザート新製品

「ヨーグリーナスパークリング」(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

高アルコール飲料

News 4

TPC 社員の飲料・デザート購入録

TOUGH GUMMY(タフグミ)

News 5

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

飲食店(レストラン、居酒屋など)におけるソフトドリンクの飲用実態

News 6

今月の気になる数字

36.2%

News 7

今月のヘルスケアニュース

フレイルから介護まで①

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、8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。

■ハウス食品グループ、乳酸菌事業本格参入（8月2日）

ハウス食品グループは、グループ会社のハウスウェルネスフーズが研究を行ってきた「乳酸菌 L-137」を活用した商品展開を本格化して、乳酸菌市場に参入することを発表。「乳酸菌 L-137」は東南アジアの発酵保存食である「なれずし」由来の乳酸菌となっており、免疫力向上や歯周病改善などの機能が明らかになっているほか、加熱処理することで安定性が向上するといった特徴も確認されています。すでに、アメリカや台湾へのサプリメント向けや、水産畜産の飼料向けとしての素材供給は行われていましたが、今後はハウス食品グループが展開する飲料などに活用していくことで、乳酸菌事業の規模拡大に取り組むとしています。具体的には、現状 3 億円程度の乳酸菌事業売上高を、2020 年度で 70 億円、2023 年度で 100 億円規模まで伸ばしていく考え。

■サントリープロダクツ榛名工場の PET ボトル生産設備増強（8月3日）

サントリー食品インターナショナルのグループ会社であるサントリープロダクツは榛名工場で無菌充填による製造が可能なペットボトル製品の生産設備を増強すると発表。成長カテゴリーである麦茶や PET コーヒーなどを中心に、中期的に製品の安定供給を図ることが目的で、2018 年冬から着工して 2020 年春、2021 年春にそれぞれ新ラインの稼働開始を目指す。なお、増強が完了した時点で年間の生産能力は 3,400 万ケースとなり、従来比で約 1,000 万ケースの増加となる予定。

■不二家、海外事業強化へ（8月6日）

不二家はアジア地域での事業強化を発表。具体的には 2019 年をめぐりに中国でのビスケット生産と販売を開始するとしており、これまでの棒状ポップキャンディのみの展開から、品揃えを拡充することで基盤拡大を図る。加えて、東南アジア諸国連合 (ASEAN) に活動拠点を構える方針も明らかにしており、海外市場での基盤確立を加速させていく。

■麒麟ビバレッジ、グループ会社の麒麟ビバレッジバリューベンダーを統合（8月7日）

麒麟ビバレッジは、2019 年 1 月 1 日付で麒麟ビバレッジバリューベンダー社（以下、KBV 社）を統合することを発表。KBV 社は 2015 年 7 月に麒麟ビバレッジの自動販売機に関する商品企画・マーケティング・販売関連業務を担う会社として設立されたが、今回麒麟ビバレッジグループの一体経営によるさらなる経営の効率化、エリア戦略の推進を目的に、再度統合することになった。なお、KBV 社の業務は麒麟ビバレッジ内の自動販売機営業本部に引き継がれる。

■日本ルナ「バニラヨーグルト」ブランド初となる期間限定カフェをオープン（8月24日～26日）

日本ハムグループでヨーグルトや乳酸菌飲料の製造・販売を行う日本ルナは、8月24日～26日に「バニラヨーグルト」ブランドの期間限定カフェ（「VANILLA YOGURT CAFÉ」）をオープン。同カフェは、「バニラヨーグルト」ブランドの発売 25 周年と、「バニラヨーグルトの日（8月24日）」の制定 10 周年を記念したイベントの一環として展開しており、バニラヨーグルトをイメージさせたブルーとホワイトを基調とした店内に、インスタ映えするアイテムを飾り、話題性を喚起。さらに、「バニラヨーグルトフラッペ」やアマンドとコラボレーションした「バニラヨーグルトリングシュー」と特別メニューとして提供するなど「バニラヨーグルト」の世界観と美味しさが体験できる空間となっている。



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>

■「ヨーグリーナスパークリング」

(サントリー食品インターナショナル)(2018 年 8 月 7 日)

「ヨーグリーナ」のkokを残しつつも、爽やかな味わいをさらにすっきり爽快に楽しむことができる炭酸タイプで仕上げています。

■「クリアラテ 抹茶」

(アサヒ飲料)(2018 年 8 月 7 日)

天然水に宇治抹茶から抽出した抹茶エキスを生乳由来の乳清ミネラルを配合。同社独自の「クリアラテ製法」により、透明な液色でゴクゴク飲める「止渴性」と抹茶ラテのような「kok」の両立を実現した。

■「お〜いお茶 抹茶入り玄米茶」

(伊藤園)(2018 年 8 月 20 日)

「お〜いお茶」ブランドより、紅葉をデザインした秋限定パッケージの新製品。丁寧に焙煎した国産の玄米を使用し、苦みを出さず、「甘み」を徹底して抽出した玄米茶飲料となっている。

<アルコール類>

■「京の秋 贅沢づくり」

(サントリービール)(2018 年 8 月 21 日)

「旨味麦芽」を使用することで、贅沢なkokを実現したビール。また、希少なギャラクシーホップを一部使用し、レイトホッピング製法を採用することで、上質で華やかな香りを実現した。

■「食楽」(アサヒビール)(2018 年 8 月 21 日)

“さんま”や“きのこ”など秋に旬を迎える食材と相性の良い秋限定醸造の生ビール。ミュンヘン麦芽を一部使用し、ビールらしい豊かなkokと程よい苦みに加えて、焙煎された国産米を採用することで、食事に合う香ばしい香りに仕上げた。

■「焼酎ハイボール いよかん割り」

(宝酒造)(2018 年 8 月 21 日)

キレのある辛口といよかんならではの爽やかな香りと豊かな酸味を特徴としたチューハイ。糖質 80%オフを実現している。

<菓子>

■「クロレッツ XP グリーンライムミント」

(モンデリーズ・ジャパン)(2018 年 8 月 1 日)

クロレッツの味わいはそのままに、緑茶ポリフェノールを新配合した、ライムミント味のガム。

■「とんがりコーンスweet 塩キャラメル味 乳酸菌入り」(ハウス食品)(2018 年 8 月 13 日)

kokのあるキャラメル風味とほんのり塩味がきいた、甘じょっぱいとんがりコーン。ハウス食品が独自に研究してきた乳酸菌「L-137」を 1 箱当たり 100 億個配合している。

■「アジアンムーチョ トムヤムクン」

(湖池屋)(2018 年 8 月 20 日)

「アジアンムーチョ」シリーズのトムヤムクン味のポテトチップス。エビの旨みに 6 種類のスパイス&ハーブ(赤唐辛子、レモングラス、こぶみかんの葉、コリアンダー、ジンジャー、セロリシード)がきいた辛酸っぱい味わいを表現



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。

高アルコール飲料

今回は「高アルコール飲料」についてご紹介したいと思います。

「高アルコール飲料」とは、文字通りアルコールの含有率が高い飲料のことを指します。「高アルコール飲料」の明確な定義はありませんが、大体アルコール度数が 7～9%程度の商品がこれに該当しており、節約志向の高まりから、40～50 代男性を中心に需要が広がっています。

主な商品としては、サントリービールが展開する「頂くいただき」や麒麟ビールの「のどごし STRONG」、サントリースピリッツの「-196℃ストロングゼロ」、サッポロビールの「りらくす」など、ビール・チューハイにおいて様々な商品が販売されています。



(出典: <https://toyokeizai.net/articles/-/216904>)

人気の秘密としては、“安価で酔えること”や“飲みごたえがあること”、“満足感を得られること”など、コストパフォーマンスに優れた点が消費者に支持される理由が挙げられます。縮小傾向にある酒類市場のなかで高アルコール飲料が活性化のけん引役となり得るのかとともに、さらに今後どのような商品が台頭するか非常に楽しみです。

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します。



TOUGH GUMMY(タフグミ)

■会社名：カバヤ食品株式会社

■価格：180 円(税抜き)

■容器：パウチ

■容量：100g

■購入場所：近所のスーパー

■商品特徴

クセになる高弾力食感の大粒グミ

■購入理由

オフィスで食べるお菓子を探していた際に、売り場で目立つ黒色のパッケージと「この弾力、クセになる。」というフレーズに惹かれたため

■食後の感想

・まんまと、この弾力にハマりました！といいますが、2 噛み、3 噛みじゃ食べきれないほどの弾力で、1 個食べるのに 30 回以上は噛みました。ただ、食べ終わってもお口がこの食感を覚えており、「もう 1 個食べたい」という思いに駆られ、気付いた時には 2～3 個食べていました(笑)。

・味が「ジンジャーエール」「コーラ」「ソーダ」と 3 種類あるのも嬉しい要素。その中でも、私は「ソーダ」が 1 番好みでした。

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

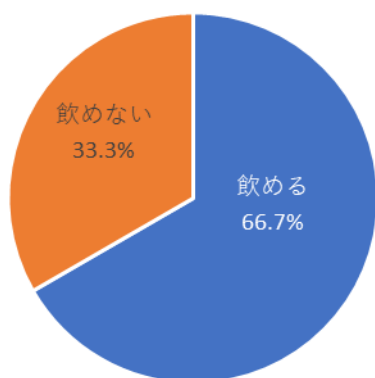
このコーナーでは、TPC メンバーに飲料・デザートに関するアンケート調査を実施！小ネタにどうぞ☆

飲食店（レストラン、居酒屋など）におけるソフトドリンクの飲用実態

今月は「飲食店（レストラン、居酒屋など）におけるソフトドリンクの飲用実態」について、社内アンケートを実施しました。今回は 18 名の方に回答をいただきました。

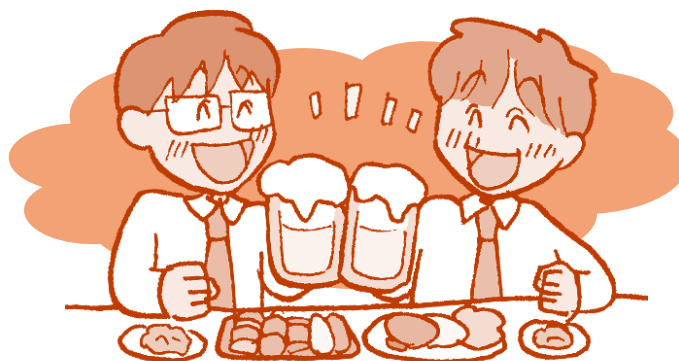
Q1. アルコール飲料を飲めるかどうか (SA)

アルコール飲料を飲めるかどうか (SA)



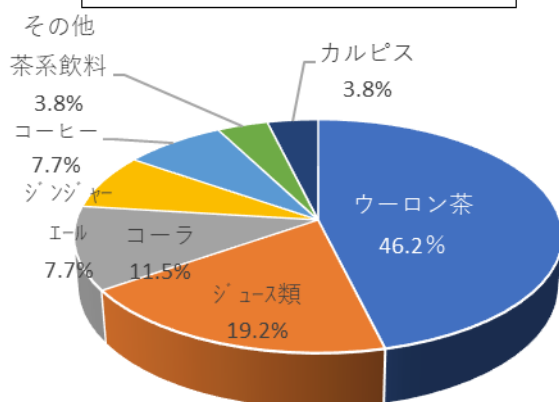
N=18

初めに、アルコール飲料を飲めるかどうかについて聞いたところ、「飲める」が 12 人、「飲めない」が 6 人で 3 分の 2 が「飲める」とのことでした。また、「飲めない」を回答した 6 人中 4 人は女性でした。



Q2. 飲食店でよく注文するソフトドリンク

飲食店でよく注文するソフトドリンク (MA)



N=26

次に、18 名に飲食店でよく注文するソフトドリンクについて聞きました。その結果、「ウーロン茶」が最も多く 12 名、「ジュース類」が 5 名、「コーラ」が 3 名、「ジンジャエール」「コーヒー」がそれぞれ 2 名、「その他茶系飲料」「カルピス」が各 1 名で全体の約半数がウーロン茶と回答しました。ウーロン茶を選んだ理由としては、「食事の邪魔にならないから」や「食事に合うから」など、食事との親和性を挙げる人が多かったです。また、アルコールを飲める人は「アルコール臭を抑えてくれるから」や「すっきり飲んで負担が少ないから」という理由でもウーロン茶を注文するとのことでした。

次に、ジュース類を選んだ理由として、アルコールを飲めない人は「味が好きだから」、飲める人は「さっぱりしているから」や「アルコール後でも飲みやすいから」といった回答が見受けられました。

この他、コーラやジンジャエールといった炭酸飲料を注文する人は爽快感を求める傾向にあることも分かりました。

皆様はどのような飲料をよく注文しますか？自分にとって相性の良い飲料と付き合って楽しい食事になりたいですね。

それでは、次回もお楽しみに…。

今月の気になる数字

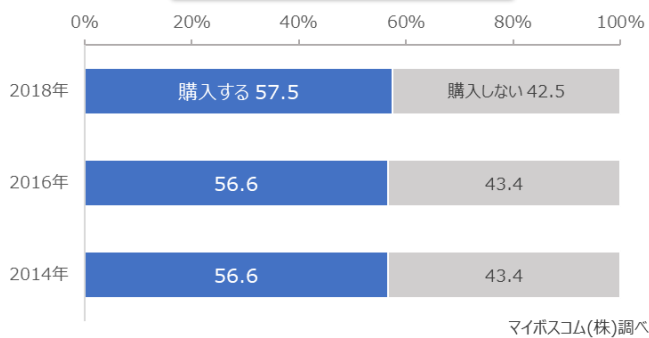
このコーナーでは、自社・他社を問わず、マーケティングに使えるようなデータを紹介したいと思います。

36.2%

今月の気になる数字は、「コンビニエンスストア(以下、CVS)の冷蔵コーナーで購入するスイーツ」についての数字です。

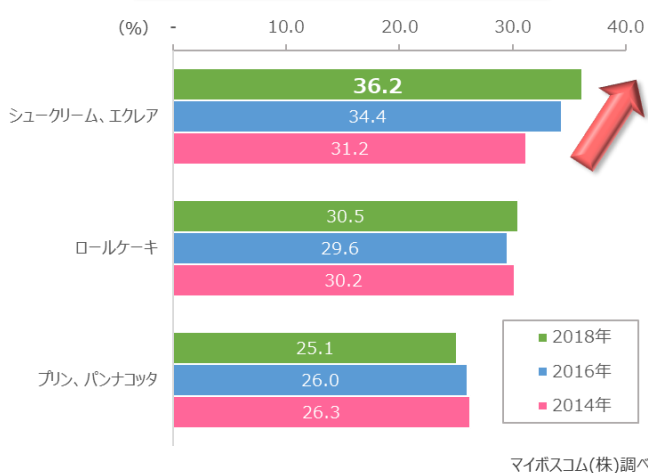
今回は、マイボスコム株式会社が隔年で行っている「CVS スイーツ」に関するアンケート調査の結果を一部抜粋しました。なお、同調査は、2018年5月1日～5月5日の期間に10代～70代の男女10,571名を対象に実施したインターネット調査となります。

CVSスイーツの購入率 (SA)



まず、10,571人全員にCVSの冷蔵コーナーで売っているスイーツを購入するか尋ねたところ、全体の57.5%を占める6,078人が「購入する」と回答しました。前回(2016年)、前々回(2014年)の結果と比べると、購入率は若干上がっているものの大差ないことがわかりました。すなわち、CVSスイーツの購入率は5割後半を維持し続けているといえます。

購入するCVSスイーツの種類 (MA)



次に、CVSスイーツ購入者6,078人に具体的に購入するスイーツの種類を聞いたところ、「シュークリーム、エクレア」とした人が**36.2%**で最も多く、次いで「ロールケーキ」が30.5%、「プリン、パンナコッタ」が25.1%が続いています。また、これら上位3種類を過去2回の結果と比較すると、「シュークリーム、エクレア」の購入率が年々上昇しており、前々回より5ポイント高くなっています。



今回の調査から、CVSの「シュークリーム、エクレア」の需要が拡大傾向にあることがわかりました。実際に、「セブンイレブン」では8月に「チョコミント味」、9月に「さつまいも味」など毎月新商品を投入しているほか、その他のチェーンにおいても定期的に新商品やリニューアルを行っており、各社の注力度がうかがえます。

今後もCVSの「シュークリーム、エクレア」は味覚面の向上、ラインアップの拡充などで、より一層進化していくかと思われます。今後の動きに注目です。

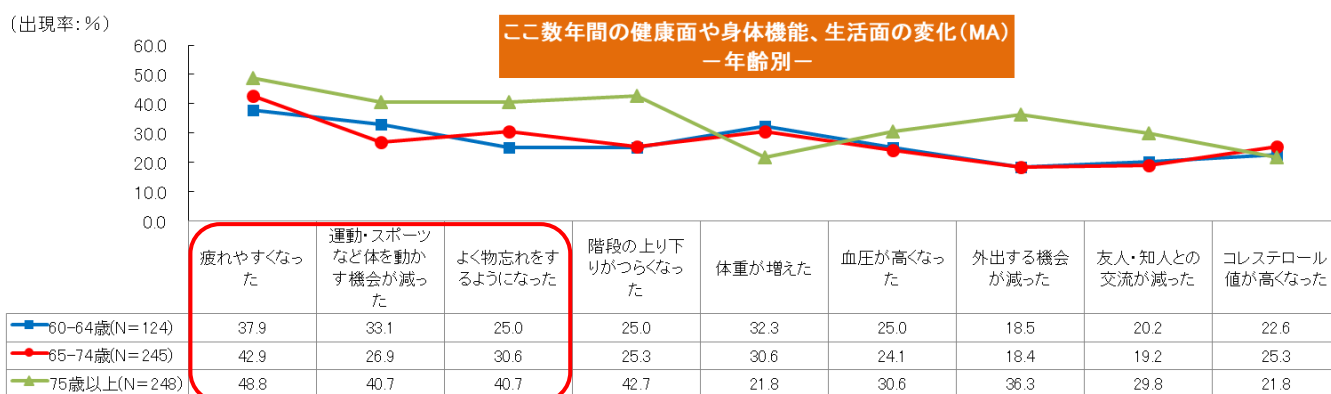
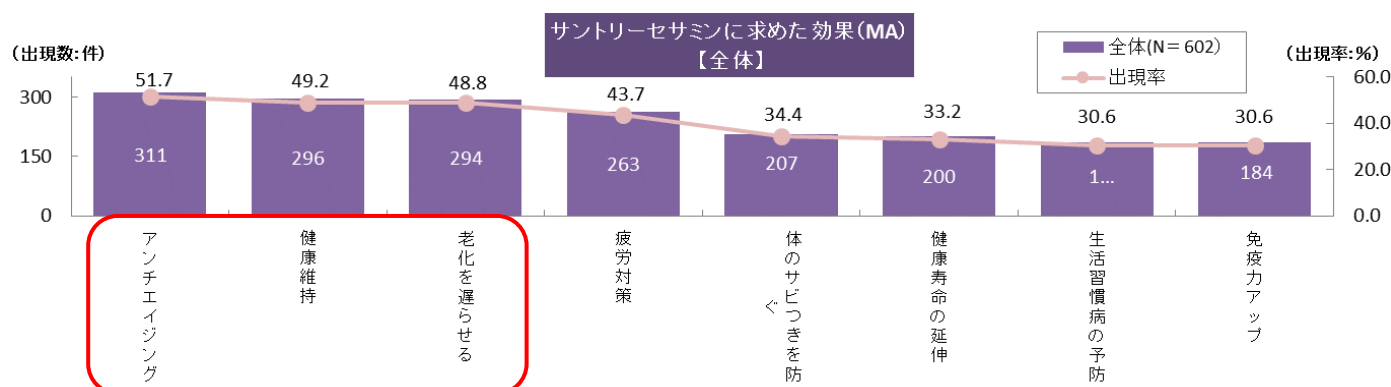
今月のヘルスケアニュース

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。

フレイルから介護まで①

こんにちは TPC ヘルスケア担当の森井です。

今回は、10月に開催する TPC マーケティングフェア 2018 のご紹介です。セミナーのテーマは「フレイルから介護まで」とし、特に栄養を軸に予定。健康寿命 PPK（ピンピンコロリ）のためのフレイル対策のポイントは可逆性があることです。早い段階から症状に気づき、早期のケア・対策をすることが大事とされています。それらの実態やニーズを TPC コンシューマーレポートでは、**プレフレイル → フレイル → 介護**まで広くラインアップしています。そのうちプレフレイルにあたるテーマの「サントリーセサミン」調査では、45歳～70代までの年齢に対する危機感や恐れがよくわかります。「**年齢的に必要だと思った**」、「**老化を遅らせたい**」からサントリーセサミンを摂る。また、「年を取った」と感じるシーンは、①**疲れ** ②**足腰膝** ③**体力・持久力の低下**です。続いて、「シニアの食事の問題点」では、「**糖質の摂りすぎ**」が気になり、「ごはん」、「肉類」を減らして、「**野菜**」、「**大豆**」、「**牛乳**」を摂るようになるシニア世代。食生活が変化した理由は①**年を取った**②**健康を意識して**③**食べる量が減った**こと。75才以上の後期高齢者になると、格段に衰えが来る、それが見て取れるレポートです。また、年齢や年を取ることに過敏であり、年齢に縛られている日本人の姿がよくわかります。次回は第二弾として、介護予備軍～要介護までをお届けします。



今後のフレイル関連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ナリサーチをご提案！
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■

2018 年 カフェ・喫茶店のエリア別バイヤー・サプライヤー調査(発刊予定:2018 年 10 月 26 日)担当:水上

2018 年 チーズの市場分析調査(発刊予定:2018 年 10 月 26 日)担当:丸山

2019 年 食系企業の乳酸菌事業戦略調査(発刊予定:2018 年 11 月 6 日)担当:伊藤

容器に着目！リキャップ型チルド飲料のニーズ調査(第 2 弾)(発刊予定:2018 年 10~12 月頃)担当:水上

■新刊資料のご案内■

コンシューマーレポート No.262 果汁飲料の飲用実態と今後のニーズ(第 9 弾) —果汁飲料復調のポイントは“フレッシュ”や“ハンドメイド”の追求！—

発刊日:2018 年 6 月 27 日 / 頒価:360,000 円+税



■調査概要

今回、20~60 代の男女を対象に、果汁飲料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、“糖分”や“カロリー”に対する意識の高まりから、飲用経験率は減少した。一方で、「果汁 100%未満」の飲料を日常的に飲用する人は 2 年連続で増加した。また、今後の飲用意向としては、“機能性”よりも“製法”が重視される傾向から、“フレッシュ”や“ハンドメイド”に着目した商品開発が有効的であるといえる。

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

20~60 代の男女 620 人

調査内容

1. 果汁飲料の飲用・購入実態
2. 果汁飲料の商品評価
3. 果汁飲料飲用中止者の実態
4. 今後の飲用意向と商品ニーズ
5. 果汁飲料に対する考え方

調査実施日

2018 年 6 月 1 日~6 月 3 日

- 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！