tpc.
TPCマーケティングリサーチ株式会社
〒550-0013　大阪府大阪市西区新町2-4-2　なにわ筋SIAビル8F

TPC 広報室
Communication Magazine

Vol.25
2018.6

TEL 06-6538-5358
FAX 06-6538-6531
HP http://www.tpc-cop.co.jp/
MAIL webmarke@tpc-osaka.com

Index

01 石垣島へ行ってきます！
02 男性の“ヘビーユーザー”化が需要拡大の鍵！
03 ファミマの“宇宙フラッペ”は一体どんな味？
04 Photo Library
05 Pick out a TPC report
06 編集後記

石垣島へ
行ってきます！

じんわりと汗ばむような気候になり、海が恋しくなる季節がやってきましたね。

さて、TPCは来月、石垣島へ社員旅行に行くこととなりました。

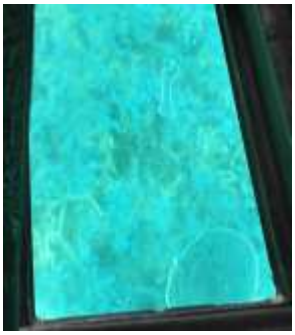
TPCが石垣島へ行くのはこれが2回目。ということで、今回は以前の石垣島社員旅行の様子を少しだけ振り返ってみます！

石垣島といえば、インターネットで検索すると数えきれないほど多くの旅行・ツアープランがヒットする、沖縄の観光地として有名な島ですね。県内では3番目の広さになります。

沢山の観光地や絶景ポイントが紹介されていたりしますが、やはり何といっても沖縄に行くからには"海"でしょう！写真からも分かる通り、水がとても透き通っていて底が見えてしまうくらい、綺麗なエメラルドグリーンの海がいくつもありました。ちなみに石垣島を含めた八重山諸島は、海開きが早いことで知られていますが、2018年は3月21日に海開きしていますね。

ビーチによっては、シュノーケリングや水上スキー、ウェイクボード、マリンジェットなど、他にも様々なマリンアクティビティを楽しむことができます。日中は自由行動だったのですが、挑戦した人も何名かいたようです。また、パラソルやバーベキューセットなどのレンタルも充実していて、沖縄の海を満喫できました。

ちなみに皆さんは、「ガラス底ボート」というものをご存知でしょうか。その名の通り、クジラ型のボートの底が一部ガラス張りになっており、そこから海中の様子を見ることができるという特徴があります。



このボートは、ブセナ海中公園で乗ることができます。先程も触れましたが、水が澄んでいるので海中のサンゴや熱帯魚がとてもよく見えるのです。海中散策ができる時間は約20分ほどなのですが、熱中していたためあっという間に終わってしまいました。滅多に体験できることではなかったので、とても楽しむことができました。

さて、ここまで前回の石垣島について、"海でできること""やったこと"を中心にざっくりとお伝えしました。今回はプランが若干変更になっているようなので、また違った石垣島の魅力を見つけることができそうでわくわくしています。

それはそれとして、もちろん海にも行く予定です！石垣島では既に最高気温が30度を超えているようなので、海水浴をするにはぴったりなのではないでしょうか。充実した社員旅行となるよう、一緒に行くTPCの仲間たちと存分に楽しんできます！

Column

DRINK&DESSERT

男性の”ヘビーユーザー”化が需要拡大の鍵！

健康や美容･ダイエット向け商品も増加 スムージーの飲用ニーズを徹底調査！

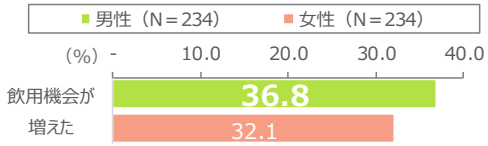
近年愛飲者が増え、コンビニ等でもよく見かけるようになったスムージー。元は「凍らせた野菜や果物をミキサーにかけた飲み物」のことですが、生野菜やナッツを使用した商品など、健康や美容・ダイエット向けのメニューも増えてきていますね。

ここまで読んで分かる通り、スムージーは実際に女性の飲用者が多いです。しかし今回の調査では、男性ユーザーに面白い結果がみられました。

今回は、2018年5月11日に発刊したばかりの消費者調査レポート「スムージーの飲用実態と商品ニーズを探る（第3弾）」を参考に、男性のニーズを中心に見ていきましょう。

女性が”ヘビーユーザー”であるのに対し 男性に多いのは”トライアル需要”

まず、この1年間のスムージーの飲用機会をみると、なんと男性が出現率36.8%で女性を上回りました。しかし、”長期飲用者”や”ヘビーユーザー”に関しては、男性よりも女性が多いという結果に。



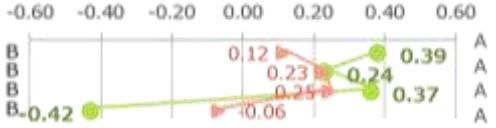
	男性（N＝234）	女性（N＝234）
長期飲用者	19.2%	26.1%
ヘビーユーザー	39.3%	41.5%

つまり、男性には”トライアル需要”が多いと言えます。スムージーの需要拡大のためには、女性顧客の維持は勿論ですが、男性の”ミドルユーザー”の育成・定着化を図っていくことも重要ですね。

トライアル需要の多い”男性ミドルユーザー”が求める商品コンセプトは？

ここで重要となるのは、”ヘビーユーザー”化させたい男性の”ミドルユーザー”が、スムージーに何を求めているかです。

調査の結果、男性の”ミドルユーザー”に向けた有効的な商品開発ポイントとして有効なのは、「野菜メイン」「高品質」「栄養価が高い」など、健康面を重視したキーワードであることが分かりました。



B	A
フルーツがたっぷり入ったデザート感覚で楽しめるスムージーが飲みたい	野菜の栄養がしっかり摂れる健康志向のスムージーが飲みたい
栄養価は低くても、飲みやすいものを飲みたい	多少飲みにくくても、栄養価が高いものを飲みたい
品質や栄養価にはそれほどこだわらないので、手頃な価格のものが飲みたい	多少価格が高くても、品質や栄養価が高いものを飲みたい
一杯でバランスよく色々な栄養がとれるスムージーが飲みたい	「美肌」や「デトックス」など、目的別の効果に特化したスムージーが飲みたい

また、飲用目的を見てみると、男性の”ミドルユーザー”をターゲットとした商品開発を考える際は、「リラックス・気分転換」や「生活習慣病予防」「メタボ対策」などの健康訴求を踏まえることも重要そうです。

今回はかなり簡潔にまとめましたが、当レポートでは、使用している素材やよく飲用するブランド、市販のスムージーの評価、スムージー以外の健康系飲料の飲用実態に関してもまとめております。最新ニーズの把握のため、もしくは今後の商品開発の参考データとして、ぜひ一度ご検討ください。

参考レポート

2018年5月11日発刊

消費者調査No.260
スムージーの飲用実態と商品ニーズを探る（第3弾）
360,000円+税

関連レポート

2018年3月16日発刊

2018年
飲料トレンド・高付加価値アイテムの市場分析調査
87,000円+税

Check!　4月29日より販売！　「宇宙」と「夢の国」をイメージした新作フラッペ

ファミマの“宇宙フラッペ”は一体どんな味？

写真は混ぜてしまった後なので色味があまり宜しくないですが、4月末に発売したファミマのフラッペシリーズの新作「ギャラクティカグレープフラッペ」を飲んでみました！

2枚目を見ていただくと分かりますが、ブドウ・オレンジ・カシスの果汁が入っています。オレンジ果汁が一番多いはずなのですが、一口飲んでみるとブドウの味が強いように感じました。同時発売の「ファンタジーピーチフラッペ」は友人が飲んでいたのですが、こちらは桃味が強めだそうです。見た目に反して味はとても美味しくて、冷たいので暑い日にぴったりでした。

この商品、蓋を開けてまずホットミルクを注ぐのですが、すぐに混ぜないとミルクが冷え、氷の塊が残るので注意が必要です。味の変化が楽しいので、見かけたらぜひ飲んでみてくださいね。

Photo Library

Webマーケが撮影した
今月の1枚をご紹介

TVや雑誌でも取り上げられ、話題となっている「高カカオチョコレート」をご存知でしょうか。「高カカオチョコレート」とは、カカオを70%以上含むビターチョコレートのことを指します。

「高カカオチョコレート」に多く含まれる"カカオポリフェノール"には、抗酸化作用による美肌効果や、動脈硬化予防、アレルギー予防などが期待できるのです。その分「高カカオチョコレート」は脂質やカロリーが高く、摂取過多で不眠・頭痛に繋がる恐れのあるカフェインなどの成分も多く含まれるので、食べすぎに注意！ですね。

Pick out a TPC report

TPCビブリオテック
http://www.tpc-osaka.com/

Marketing Report

自社の強みに特化した ブランド展開が活発化

TPCマーケティングリサーチ(株)調べ

2018年 全国パティスリー要覧

発刊日：2018年4月27日／頒価：97,000円（税抜）

当資料は、パティスリーの原材料（小麦粉や乳製品、油脂等）を扱うメーカーや商社が、パティスリーメーカーの営業先を開拓する際に有用な資料となっております。

当資料では、有力パティスリー企業15社と地域のパティスリー企業175社の計190社を網羅しています。この内、有力パティスリー企業では、「企業概要」「店舗展開状況」「主要商品一覧」「アイテム集計」「パティスリー売上高」「原材料の主要仕入先」「事業戦略」「今後の方向性」の8つを調査項目として、企業ごとに事業動向を明らかにしています。

営業開拓の強い味方になること請け合いですので、ご興味のある方は、是非一度中身をご覧になった上で、ご検討いただければ幸いです。

Comment by
伊藤 広大
Kodai Ito
第1マーケティンググループ

編集後記

25回と続いてきた「TPC広報室」ですが、今月号をもって休刊する運びとなりました。急なお知らせとなりましたが、沢山の会員様にお手に取っていただき、嬉しいお言葉をいくつも頂きました。長らくのご愛読、本当にありがとうございました。

なお、"化粧品""ヘルス""飲料・菓子"の無料ニュースレターは引き続き発行いたします。さらに、新しく"医薬品"の無料ニュースレターの発行も予定しています。医薬品領域を担当されているお客様向けに鋭意制作中ですので、ぜひ楽しみにお待ちください。

企画・編集 TPCマーケティングリサーチ株式会社
〒550-0013 大阪府大阪市西区新町2-4-2 なにわ筋SIAビル8F
TEL 06-6538-5358
FAX 06-6538-6531
HP http://www.tpc-cop.co.jp/
MAIL webmarke@tpc-osaka.com