

### 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、弊社からのお知らせです。弊社では、3月1日より社名が株式会社総合企画センター大阪からTPC マーケティングリサーチ株式会社に変更となります。これに伴い、3月までの期間においても資料の案内などは新社名が記載されたもので皆様のお手元に届くかと思しますので、何卒よろしくお願い致します。

さて、昨年2月のニュースレターでは恵方巻の話題を取り上げましたので、今年は2月のもうひとつの大イベントであるバレンタインデーについて取り上げたいと思います。バレンタインデーに関する最新の意識調査※1では、バレンタインデーに告白したい人へ本命チョコを贈る予定の女性が1割以下となってい

る一方で、約7割が“男女問わずチョコを媒体としたコミュニケーションを深める日”とすることに賛同するという結果がでています。具体的には、これまで女子同士で広まっていた“友チョコ”が、親子や同僚、先輩後輩の間へも広まりつつあるなど、バレンタインデーのカジュアル化が進行しているようです。

ちなみに、この調査では「バレンタインデーにどんなメッセージを伝えたいか」を聞いたところ、1位が「いつもありがとう」、2位が「お世話になってます」、3位が「好きです」という結果となっておりますので、チョコを渡す方は、この一言を添えてみてはいかがでしょう。

それでは、今号もどうぞお楽しみください。

※1 江崎グリコ㈱が実施した「バレンタイン事情 2016」（2015年12月8日～9日調査）の調査結果を引用

News 1 **今月の気になる業界ニュース**  
麒麟ビバレッジ事業方針を発表、他

News 2 **今月の気になる飲料・デザート新製品**  
「本搾り青汁 リッチココア」(ファンケルヘルスサイエンス)、他

News 3 **今月の気になる飲料・デザートトレンド**  
コーンショット

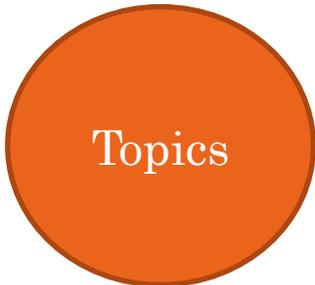
News 4 **TPC 社員の飲料・デザート購入録**  
トロピカーナ 朝のオレンジ

News 5 **TPC メンバーに聞きました！《Drink & Dessert アンケート》**  
仕事中にちょっと食べたいお菓子は？

News 6 **今月の気になる数字**  
35.8%

News 7 **今月のヘルスケアニュース**  
高齢者は「75歳」から??

News 8 **TPC レポートのご案内**  
シリーズ第4弾 飲料自販機の需要拡大ポイントを探る



Topics

## 今月の気になる業界ニュース

このコーナーでは、1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。

### ■キリンビバレッジ事業方針を発表 (1月19日)

キリンビバレッジは、2017年の事業方針として「強固なブランド体系の構築」と「収益性の高い事業構造の転換」を掲げ、持続的な利益ある成長の実現に励む。また、2017年は“コト消費”に着目して、「生茶」や「午後の紅茶」でブランドの体験型ショップを展開する計画。同社は、このように“商品”と“コト”の両面で企業の存在意義を高めていく構え。

### ■「サントリー 天然水」(サントリー食品インターナショナル)がミネラルウォーター市場 21年連続No.1達成(1月12日)

サントリー食品インターナショナルは同社の中核ブランドである「サントリー 天然水」が、ミネラルウォーター市場で21年連続 No.1 を獲得したと発表。同ブランドは、“清冽でおいしい水”というブランドイメージが定着しており、近年では派生シリーズとして「ヨーグリーナ&南アルプスの天然水」(フレーバーウォーター)など話題性のある商品を上市し、ブランド価値を高めている。なお、2016年の年間販売数量は1億ケースを達成した。

### ■森永製菓、独自素材“パセノール”を化粧品原料として販売開始(1月23日)

森永製菓は2006年より研究を重ね、独自開発した健康素材“パセノール”の化粧品原料販売を開始する。“パセノール”はパッションフルーツの種子から抽出した素材で、アンチエイジング機能を有する“ピセアタンノール”が豊富な素材。2016年には食品原料としての販売を開始しており、この度化粧品原料としての販売を始めることで、さらに同素材の価値を広めていく。

### ■カルビー、新ブランドショップ「Yesterday's tomorrow」を期間限定出店(1月17日)

カルビーは国内のロングセラーブランドのお菓子を取り揃えた新たなブランドショップ「Yesterday's tomorrow」を2月8日～14日の期間限定で伊勢丹新宿本店に出店する。同店では“子供のころから親しんだお菓子”、“今でも食べたいくなる地元のお菓子”、“おなじみのメーカーのちょっとよそいきのお菓子”を全国から集めて販売。取り扱う商品はカルビー製品だけでなく、「カプリコ」(江崎グリコ)や「チョコボール」(森永製菓)など豊富にラインアップする(取扱商品は変更になる可能性あり)。また、お菓子をモチーフにした雑貨や、馴染みのあるキャラクター商品も取り扱い、思わず写真を撮ってシェアしたくなる要素を多く取り入れることで、「お菓子を通じて、新しいつながりが生まれる場」を提供するとしている。

### ■エノテカ、フランス・アルザスの名門ワイナリー「トリンバック」の正規代理店となり商品の販売を開始(1月10日)

エノテカ(アサヒグループホールディングス傘下)は、フランス・アルザスを代表するワイナリー「トリンバック」の正規代理店となり、商品の販売を開始する。「トリンバック」は1626年に創業し、4世紀13代にわたってアルザスワインの歴史と伝統を守ってきた家族経営のワイナリー。1898年に国際ワインコンクールで最高位の賞を獲得し、一躍世界的な脚光を浴びることとなった。なお、エノテカが取り扱うのは、最高峰ワインの「リースリング クロ・サンテューヌ」など20種類。



## 今月の気になる飲料・デザート新製品

ここでは、12～1月発売の飲料・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>

#### ■「本搾り青汁 リッチココア」(2016年12月16日)(ファンケルヘルスサイエンス)

1杯あたりケールを40g使用しており、1食分の緑黄色野菜量(40g)が手軽に摂れる。製品にはミネラル農法で栽培した国内産ケールを100%使用している他、ミネラルの吸収を高める“植物性ツイントース”を配合。加えて、ケールと相性の良い2種類のココアパウダーのほか、まろやかな味わいになる調整豆乳パウダーをブレンドすることで、味覚面を強化している。

#### ■「ユーグレナの緑汁 抹茶仕立て」(2017年1月4日)(ユーグレナ)

多様な栄養素を含むユーグレナ(ミドリムシ)とクロレラをブレンドした粉末タイプ飲料。ユーグレナやクロレラに加えて、3種類の日本茶を使用し、抹茶仕立ての深みのあるコクが味わえる。

#### ■「瞬間パック 和歌山県産 厳選みかん」(2017年1月16日)(伊藤園)

和歌山県産温州みかん果汁を100%使用した果汁飲料。搾って瞬間的にパックする製法を採用することで、旬のみかんのおいしさを愉しめる(期間限定商品)。

### <菓子>

#### ■「小枝プレミアム<芳醇ウイスキー>」(2017年1月17日)(森永製菓)

ウイスキーがしみ込んだ濃厚チョコレートケーキのような味わいが楽しめる大人向けの「小枝」。スコッチウイスキーとウオッカを使用し、ガナッシュ仕立てのチョコレートをややビターなチョコレートでコーティングしている。

### <ヨーグルト・スイーツ>

#### ■「タカナシ ヨーグルト Wの乳酸菌」(2017年1月23日)(タカナシ乳業)

LGG 乳酸菌と TMC0356 乳酸菌を使用したヨーグルト。“アレぐみ”な春の対策として、期間限定商品として発売。

### <アイスクリーム>

#### ■「パピコ<大人の濃い苺>」(2016年12月26日)(江崎グリコ)

大粒で甘みが強い“あまおう”に、ほどよい酸味を持つ“とちおとめ”を加え、しっかりと味わいとすっきりとした後口が味わえる。

### <アルコール類>

#### ■「食事においしい ごちそう梅酒<すっきり淡麗>/<しっかり芳醇>」(2017年2月28日)(サントリースピリッツ)

拡大する食中酒需要を狙って発売。“旨味たね製法”で梅本来の味は生かしつつ、甘さを抑えた食事にあう梅酒となっており、濃い味わいの料理(しっかり芳醇)とあっさりした味わいの料理(すっきり淡麗)それぞれに合うようなアイテムをラインアップしている。

#### ■「超男梅サワー」(2017年3月7日)(サッポロビール)

2015年、2016年と期間限定で販売してきた商品を2017年から通年で販売。これにあたり、梅果汁と共に梅を煮詰めて凝縮した梅肉エキスを増量(既存品の1.5倍)し、超濃厚なしょっぱいまさとアルコール9%のガツンとくる飲み応えが楽しめる。



## 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。

### コーンショット

今回は、海外の SNS で話題となっている“食べられる容器”の「コーンショット」を取り上げたいと思います。コーンショットとは、コーンで出来た食べられる容器に、マシュマロやチョコレートなどをいれ、コーヒーや紅茶などのドリンクを注いだスイーツで、コーンのザクザクした食感と中身の様々な味わいが絶妙な歯ごたえを感じることができます。

2017年1月には、東京の原宿に専門店(Anywhere Door)がオープンしており、コーンショットを使った「ワッフルショット×メルトティラミス」(マスカルポーネチーズと濃厚な生クリームをあわせた「メルトティラミ

ス」をワッフルショット(コーンショット)に入れている)などのハイブリットスイーツを販売。ここ数年、海外で人気となったスイーツの日本初上陸ブームが続いているなか、新たな『日本初上陸スイーツ』として、話題を集めること間違いなし！！

日本初上陸に目がないあなたは、今すぐ原宿へGO！！



## 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。

### トロピカーナ 朝のオレンジ



■会社名：キリンビバレッジ株式会社

■価格：140円(税抜き)

■容器：PET

■容量：330ml

■購入場所：会社近くのセブン-イレブン

#### ■商品特徴

- ・オレンジの品種にこだわり、“バレンシアオレンジ”のみを使用
- ・ビタミンCたっぷりの栄養機能食品
- ・“朝”の飲用を訴求

#### ■購入理由

朝食を食べる時間がなく家を出たものの、少し小腹が空いたので会社近くのコンビニエンスストアに入りました。ただ、会社のデスクでモリモリ朝食を食べるのも気が引けます。お菓子だと栄養が偏るし…。そこでチョイスしたのが、この「トロピカーナ 朝のオレンジ」です。330mlも飲めば小腹が膨れるし、ビタミンCたっぷりで栄養補給もバッチリ。ちょうど喉がイガイガしていた時だったので、ビタミンCが有難かったです。

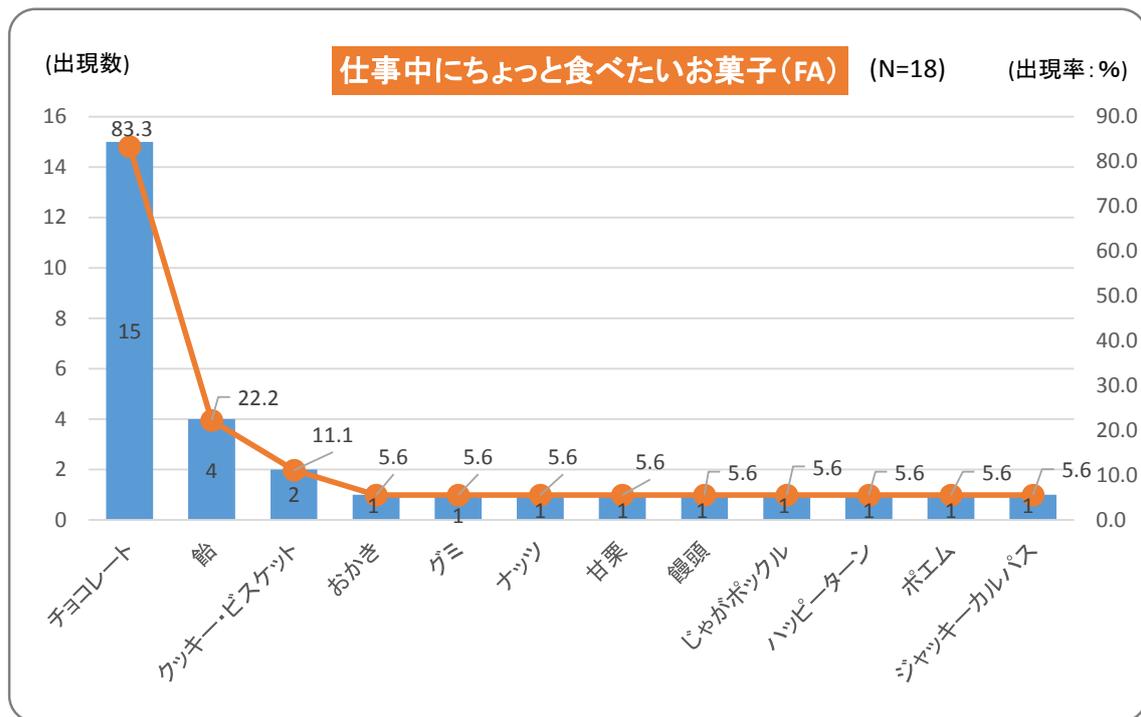
#### ■食後の感想

- ・素直に美味しい！オレンジの味がとても濃くて、ビタミンCを補給している実感がわいてきます。
- ・330mlは私にとってちょうどいい容量。多すぎないので冷たいうちに飲み切れるし、少なくともないので小腹が膨れました。
- ・実はこの記事を書くまでに何度かリピートしちゃっています。“朝”に限らず、オレンジジュースを飲みたいときは、「トロピカーナ 朝のオレンジ」についつい手が伸びます。

## 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☆

### 仕事中にちょっと食べたいお菓子は？



今月のアンケートです。今月は「仕事中にちょっと食べたいお菓子」を聞きました。18 人の方に自由回答でご回答いただきました。

トップはダントツで「チョコレート」！回答率は 8 割を超えました。「甘いものがうれしい」「糖分摂取で疲労回復になる」「一口サイズ」「手が汚れない」「食べても音が出ず周りに気をつかわない」といった項目をすべて満たすチョコレート、納得の結果ですね。「一粒で幸せな気分になり、満足できます^^」という回答があるかと思えば、「GABA を机に置いていたら、一気になくなって怖かったです。」といった声も。食べ方は人それぞれようです。

2 位は「飴」。こちらもお手軽に食べることができるオフィス菓子の代表選手ですね。「スーッとする飴ちゃん(ハーブ系)…あまり大きい声では言えませんが、仕事中眠たくなることがあるので、「ヤバイ…」と思った時は服用します。1 日平均 5 個は食べています。」という回答がありました…服用って笑

少数意見には、具体的な商品名も挙がってきました。「ジャガポックル」や「ポエム」なんていう、お土産菓子も挙がっています。「ジャガポックル…じゃがりこやジャガビーとは違う一段上の美味しさだと思います。コンビニとかでもっと手軽に買えたらいいのかなと思います。」これは…仕事中に食べたいお菓子というか、単純に「食べたいお菓子」ではないのかしら？ 確かに「ジャガポックル」、美味しいですけどね～。

また、「甘栗」や「ナッツ」といったヘルシーお菓子も。「ナッツ…今年からジャンクなものを食べずに食事をしっかり取る、という目標を立てており…。その観点からいうと積極的に間食をしたいとは思わないのですが、あえて取るとすれば、塩や油分を添加しないナッツの類でしょうか。」すばらしい目標！見習いたいです。

それでは来月もお楽しみに☆

## 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。

**35.8%**

さて、表紙の「今月のひとり言」でも話題にあがっていましたが、2月のビッグイベントといえばバレンタインですね。そこで今回の気になる数字は“バレンタイン”に関する数字です。

ここでは株式会社明治が昨年の12月に行った「バレンタインに関する意識と実態調査」というインターネット調査の一部データをご紹介します。

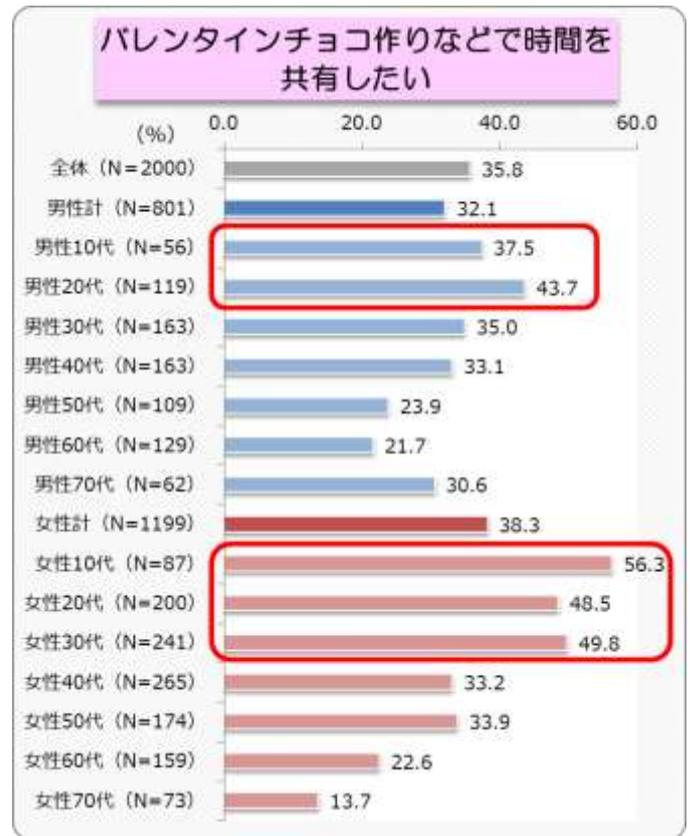
まず、この調査で「チョコと一緒に作るなどバレンタインに関する時間を共有したいか」を聞いたところ、全体の35.8%の人が「共有したい」と答えています。特に、男性は10～20代、女性は10～30代の出現率が高く、若い世代ほどそう思う傾向が強いです。今後は、友人とバレンタインの準備で盛り上がり、バレンタイン当日に恋人と一緒にチョコを作るといった、時間も体験も共有できる“体験型バレンタイン”が流行りそうですね。

また、個人的に気になった項目がありましたので、ご紹介します。2016年のバレンタインにチョコをもらった男性と、もらえなかった男性の「普段の行動」と「バレンタイン直前の行動」を聞いたところ、もらった男性はもらえなかった男性に比べて、日ごろの気配りやちょっとしたアプローチがバレンタインチョコという結果になって表れているようです。

同じく、バレンタイン直前の行動をみると、「そーいや、もうすぐバレンタインだな～」などと芝居して回りくどいことをするよりも、素直に「バレンタインチョコ頂戴♪」とおねだりした方がバレンタインチョコをもらえる確率が上がっていることから、皆さんご参考に・・・。

この調査をみて私は学びました。「日ごろの態度や行い」というものは非常に大事であり、それが結果として如実に現れるのが2月14日だということに(笑)。そして、もしバレンタイン直前になって切羽詰まった時は素直に「バレンタインチョコ下さい」というのが良いみたいです。

この他、この調査には色んな項目があり、面白い結果が出ているので、ご興味がありましたら、株式会社明治の「バレンタイン予測 2017」をご確認くださいませ。



## 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。

### 高齢者は「75歳」から？

弊社コンシューマレポートでは、これまで超高齢社会へ対応するためのデータとして、「シニア」を切り口にしたレポートを多数発行してきました。

テーマとしては、「シニアの清涼飲料」、「シニアの乳製品」、「シニアの夕食」、「シニアの菓子」、「シニアのコーヒー」、「シニアのアイス」、「シニアのスポーツ補助食品」、「シニアの筋力」、「シニアのオーラルケア」など 30 テーマにのぼり、いずれもヒットしています。これらのテーマがヒットしている要因としては、①シニア世代をターゲットにしたレポートが少ない ②自分たちが経験していないシニア世代が何を求めているのかわからない、などが大きな理由です。

さて、「シニア」と聞いてイメージするのは何歳くらいでしょうか。シニア＝高齢者、高齢者といえば、自分の両親世代？ そうなると 68 歳？ いやいやまだまだ元気で動き回っている。「お金あり」「時間あり」で旅行も行き放題。腰が痛い、膝が痛い、とは言うものの、よく食べ、よく話す。ひと昔前の「高齢者」とは違う。。。みなさん、そういう印象ではないでしょうか。

こうした中で、今年に入り、日本老年学会と日本老年医学会が一般的に 65 歳以上とされている高齢者の定義について、「75 歳以上」とすべきだとする提言を発表。これにあたり、65～74 歳は「心身ともに元気な人が多く、高齢者とするのは時代に合わない」として新たに「准高齢者」と名付けることも提言しています。この提言に至った理由としては、近年の 65 歳以上では、脳卒中などで治療を受ける割合が以前より低下する一方、身体能力をみる指標の歩行速度などが上がる傾向にあり、10～20 年前に比べて 5～10 歳は若返っていると判断。また、60 歳以上に聴取した「高齢者とは何歳以上と思うか」という内閣府の意識調査（2014 年）では、「75 歳以上」と回答した人が 28%にのぼることや、平均寿命が男女ともに 80 歳を超えていることなどが挙げられます。

ただ、上記提言を実現するにあたっては、健康寿命の面（男性が 71 歳、女性が 74 歳（2013 年調べ））や、社会保障面の再構築などといった問題をクリアする必要もあることから、国としては慎重に議論していくとのこと。

これまで弊社レポートでは、60 代、70 代など 10 歳刻みでレポート分析をしてきましたが、今後変わるかもしれません。

なお、冒頭であげた「シニア」関連のレポートについて、ご興味いただけましたら気軽にご連絡くださいませ。また、リニューアル発行のご要望も承ります。

### シニア ターゲットコンシューマーレポート

#### シニア飲料・デザート



#### シニアヘルスケア



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■

2017年 東南アジアの飲料市場(発刊予定:2017年2月17日)担当:水上

ホットドリンクの飲用実態と今後のニーズ(第9弾)(発刊予定:2017年2月下旬)担当:中橋

2017年 飲料総市場マーケティングデータ 飲料新製品・商品戦略分析調査【年間版】

(発刊予定:2017年3月1日)担当:中村

2017年 ゼロ訴求商品の市場分析調査(発刊予定:2017年3月17日)担当:中橋

### ■新刊のご案内■

## シリーズ第4弾 飲料自販機の需要拡大ポイントを探る —ユーザーの意識は「価格」から「メーカー・商品力」へ—

発刊日:2016年12月22日 / 頒価:360,000円+税



### ■概要

今回、飲料自販機の需要拡大ポイントを探るため、「月に1回以上」飲料自販機を利用する10代～60代の男女を対象に調査を実施。その結果、週に3回以上利用するヘビーユーザーは、男性、20代～40代、就業している人、オフィスビル・職場に多いことが分かった。また購入の際には、メーカー・ブランドにこだわると回答した人が増加している。同調査は今回で4回目となり、時系列での分析も交えたレポートとなっている。

TPC マーケティングレポート・フェア 2017

# 既刊資料閲覧会

2017/2/15(wed)-2017/2/17(fri) 10:00~16:00

3日間限定で市場・消費者・患者・ドクター調査レポートの  
全ラインナップを開放!!!

詳細は(株)総合企画センター大阪 広報担当までお気軽にお問い合わせください。 TEL 0120-30-6531

### 社名変更のお知らせ

平成29年3月1日より、「株式会社総合企画センター大阪」を  
「TPC マーケティングリサーチ株式会社」と社名変更いたします。

- 発行元 : 株式会社 総合企画センター大阪
- 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!