tpc.

Drink & Dessert
Communication Magazine

2017 April
Vol.20

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。4 月から新たな年度が始まるという企業も多いかと思いますが、それとともに新社会人がデビューする季節でもありますね。毎年、公益財団法人日本生産性本部はその年の新入社員の傾向を様々なモノに例えて表現していますが、今年は一体どんなタイプと命名されるのか・・・。

昨年の 2016 年は“ドローン型”と命名されています。これは社会の転換期に新社会人となる世代に向けて、世界を広く俯瞰できるように高く飛び立ってほしいという想いの一方で、使用者（ここでは上司や先輩）の操縦ミスや使用法の誤りにより、早期離職に繋がってしまう危険性も含んだ表現となっています。ちなみに、私が大学を卒業して新社会人となった 2000 年（これで歳がバレますね）を調べてみると、“栄養補給型”と命名されています。これは、栄養補給食品がビタミンやミネラルを豊富に含んでいる点を、語学力やパソコン活用能力にあてはめており、企業の体力増強には役立つが、直射日光に弱い点や賞味期限内での摂取を、叱責や試用期間内にやる気が薄れる危険性もあるということを表現したものとなっています。

このように、各年とも良い面と悪い面それぞれを含めた表現となっていますが、例えられている側としては“そんな一括りでまとめないでほしい”という不満を持つ人も少なからずいるのではないでしょうか。

弊社にも 3 月から何名かの新人さんが入社してきていますが、ぜひそれぞれの能力を最大限発揮できるように成長していってほしいと切に願っています。

それでは、今号もどうぞお楽しみください。

Topics

News 1 今月の気になる業界ニュース
森永乳業がアメリカでヨーグルト事業を開始、他

News 2 今月の気になる飲料・デザート新製品
「アーモンド効果 エスプレッソ」（江崎グリコ）、他

News 3 今月の気になる飲料・デザートトレンド
ニトロ・ブリューコーヒー

News 4 TPC 社員の飲料・デザート購入録
ハーゲンダッツ 華もち ごま胡桃

News 5 今月の気になる数字
43.0%

News 6 今月のヘルスケアニュース
「糖」と「脂肪」

News 7 受託/委託/依頼調査のご案内
「知りたい」「調べたい」ニーズにお応えします

News 8 TPC レポートのご案内
ゼロ・オフ飲料の市場分析調査

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。

■森永乳業がアメリカでヨーグルト事業を開始（3 月 2 日）

森永乳業は、2017 年 7 月～9 月をめどに、アメリカ本土でヨーグルト事業を開始すると発表。アメリカのヨーグルト市場は年 5%平均で伸長しているが、ヨーロッパ諸国や日本と比べてヨーグルト消費量が少ない状況となっていることから、ヨーグルト市場に参入することで、同社国際事業の強化を図っていく。なお、販売はアメリカの子会社（Morinaga Nutritional Foods,Inc.）の販路を活用するとしている。

■六甲バターが新たな生産拠点建設に向けた用地取得契約を締結（3 月 7 日）

六甲バターは、新たな生産拠点を建設するために、兵庫県神戸市が保有している工場用地を取得したことを発表。現在、同社は兵庫県（稲美工場）と長野県（長野工場）に生産拠点を構えているが、生産体制を強化するために新たな生産拠点の建設を開始する。新たな生産拠点については 2019 年 3 月末までの稼働を目指していく予定。

■日本コカ・コーラが飲料業界で初となる「HDI 五つ星認証」を取得（3 月 8 日）

日本コカ・コーラは、同社お客様相談室が国際的なサポートサービスの評価認証制度である「HDI 五つ星認証プログラム」において、最高評価となる「五つ星認証」を取得したと発表。同評価認証制度は、HDI-Japan※が提供するサポートセンターの認証資格となっており、顧客視点で卓越したサービスを提供していることに加えて、サポートセンターの“リーダーシップ”、“方針と戦略”、“従業員管理”のプロセスや手順などが評価対象となっています。今回、日本コカ・コーラは「リーダーシップ」「方針と戦略」の項目で高い評価を獲得したことが、「五つ星認証」の取得に繋がったとしています。

※IT サポートサービスにおける世界最大の団体 HDI の日本支部。世界企業 500 社番付（米経済誌フォーチュン）の上位企業が多数加盟するなど、世界で 5 万を超える会員を有しており、カスタマーサービス・テクニカルサポートプロフェッショナル向けのカンファレンス開催、国際認定資格制度の運用、人的ネットワーク、情報共有の促進などを行っている。

■JR 東日本ウォータービジネスがエキナカ自販機「acure」の新型機導入（3 月 14 日）

JR 東日本ウォータービジネスは、JR 東日本管内で展開しているエキナカ自販機「acure」の新たなラインアップとなる、「イノベーション自販機」を東京駅に設置し、サービスを開始すると発表。今回設置される「イノベーション自販機」は、事前に「acure pass（アキュアパス）」と呼ばれるスマートフォンアプリと連動して、アプリ内での事前購入や家族、友人にドリンクのプレゼントができる機能など、これまでにない“自販機の新体験”を提供する。

■ヤクルト本社が中東地域で「ヤクルト」の販売を開始（3 月 16 日）

ヤクルト本社は、3 月中旬以降から中東地域 5 ヶ国で相次いで「ヤクルト」の販売を開始していくことを発表。具体的には、3 月 19 日のアラブ首長国連邦を皮切りに、オマーン、バーレーン、カタール、クウェート（以上、3 月 26 日より）で「ヤクルト」を販売することになる。これらで販売される商品はフィリピンのヤクルト工場から輸入されるとのこと。

■味の素ゼネラルフーヅが 7 月から新社名に変更（3 月 17 日）

味の素ゼネラルフーヅは、7 月 1 日より社名を変更すると発表。新社名は「味の素 AGF 株式会社」で、今回実質的な呼称として浸透している“AGF”を社名に加えている。新社名は 6 月に開催予定の同社株主総会を経て正式に決定することになっています。

今月の気になる飲料・デザート新製品

ここでは、2～3 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＞

■「アーモンド効果　エスプレッソ」（2017 年 2 月 27 日発売）（江崎グリコ）

「アーモンド効果」シリーズの新アイテム。エスプレッソコーヒーの苦みとアーモンドのまろやかな味わいが楽しめるコレステロールゼロの植物性ミルクとなっている。砂糖不使用で、1 日分のビタミン E と食物繊維入り。

■「充実野菜　グリーンスムージー」（2017 年 3 月 20 日発売）（伊藤園）

飲む直前に振って泡立たせると、滑らかな口当たりが楽しめる。リンゴピューレ、寒天、セロリクラッシュなどで飲み応えのある食感が味わえる。また、ケールを主体とした 11 種の野菜に 3 種の果実を加えているので、不足しがちな野菜を補給するのに最適である。

■「BOTTLATTE（ボトラッテ）　クリーミーカフェラテ」（2017 年 3 月 21 日発売）（雪印メグミルク）

シリーズ新アイテム。香りとコクが引き立つ 2 種類のコロンビア豆をブレンドし、コーヒーの豊かな香りとコクをまろやかなミルクで包みクリーミーな味わいに仕上げた。エスプレッソ抽出したコロンビア豆を 100%使用。ミルクの味が気持ちを落ち着かせ、クリエイティブな作業をするシーンでの飲用を訴求している。

■「キッコーマン　焙煎大豆茶」（2017 年 3 月 27 日発売）（キッコーマン飲料）

特定保健用食品。植物由来の食物繊維（難消化性デキストリン）を配合し、食事の際に、糖の吸収をおだやかにする。大豆を丸ごと焙煎して甘みやうまみを引き出した、すっきりとした味の無糖茶となっている。また、味や風味にこだわり、大豆茶に適した契約栽培の大豆だけを使用している。カフェインゼロ、糖質ゼロ、脂質ゼロ。

＜アイス・デザート＞

■「白くまトロピカル」（2017 年 3 月 13 日発売）（丸永製菓）

春夏限定商品。マンゴーベースのアイスが持つトロピカルな味わいに加え、後味が爽やかなパッションフルーツの酸味がバランスよく調和している。パイナップル、クランベリーの果肉がゴロゴロと入り、ボリューム感がある。

■「CREAM　SWEETS　ミルクティープリン」（2017 年 3 月 21 日発売）（雪印メグミルク）

茶葉の香りが効いたミルクティープリンを、滑らかな口当たりに仕上げた。濃厚なまろやかクリームとミルクティーが絡み合う、ちょっとリッチなミルクティーのスイーツ。

＜菓子＞

■「さつまりこ　黒蜜きなこ味」（2017 年 3 月 13 日発売）（カルビー）

「じゃがりこ」のカリッとした食感と、さつまいもの素朴な甘さが楽しめる「さつまりこ」。甘い黒蜜と、香ばしいきなこがさつまいも本来の甘さを引き立てているなど、「和」素材を使って上品な味わいに仕上げている。

＜アルコール類＞

■「ウィルキンソン　期間限定　ジントニック＋ビターグレープフルーツ」（2017 年 3 月 22 日発売）（アサヒビール）

期間限定、シリーズ新アイテム。「ウィルキンソン　タンサン」を使用し、炭酸強めの爽快な味わいが楽しめるジンベースの RTD。すっきりとした苦みと、爽やかなグレープフルーツの香りが味わえる。

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。

ニトロ・ブリューコーヒー

今回は、コーヒーの新たなトレンドである「ニトロ・ブリューコーヒー」について、紹介したいと思います。

「ニトロ・ブリューコーヒー」とは一体何なのかというと、時間をかけてゆっくり抽出する水出しコーヒーの「コールドブリューコーヒー」の進化系と言われるコーヒーです。具体的には、水出しで抽出したコーヒーを専用のサーバーで"窒素"を充填しながら注ぐコーヒーのことです。

このコーヒーはアメリカで人気に火が付き、日本でも 2016 年 4 月に取り扱う店舗（VERVE COFFEE ROASTERS）が新宿にオープンしました。

気になる味ですが、窒素によって引き立つコーヒーの香り、きめ細やかでクリーミーな泡立ちにより、ミルクが入っていなくてもマイルドな口当たりとなっているようです。

この「ニトロ・ブリューコーヒー」が、2017 年にコーヒー業界の大きなトレンドとなるか注目です。

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。

ハーゲンダッツ　華もち　ごま胡桃

■価　格：266 円（税抜）
■容　器：紙カップ
■容　量：92ml
■購入場所：セブン-イレブン
■商品特徴
2015 年に発売された人気の和風アイスシリーズの新製品
■購入理由
・前々から気になっていたが買う機会がなかったから
・アイスともちがどう合うのか気になったから
■食後の感想
・最初はもちの食感がアイスとは思えず気になったが、食べ進めるにつれて気にならなくなった
・アイスと混ざった胡桃が食感のアクセントになっている
・少し溶けだしてから食べたほうが食べやすい。味は"素晴らしい"の一言

今月の気になる数字

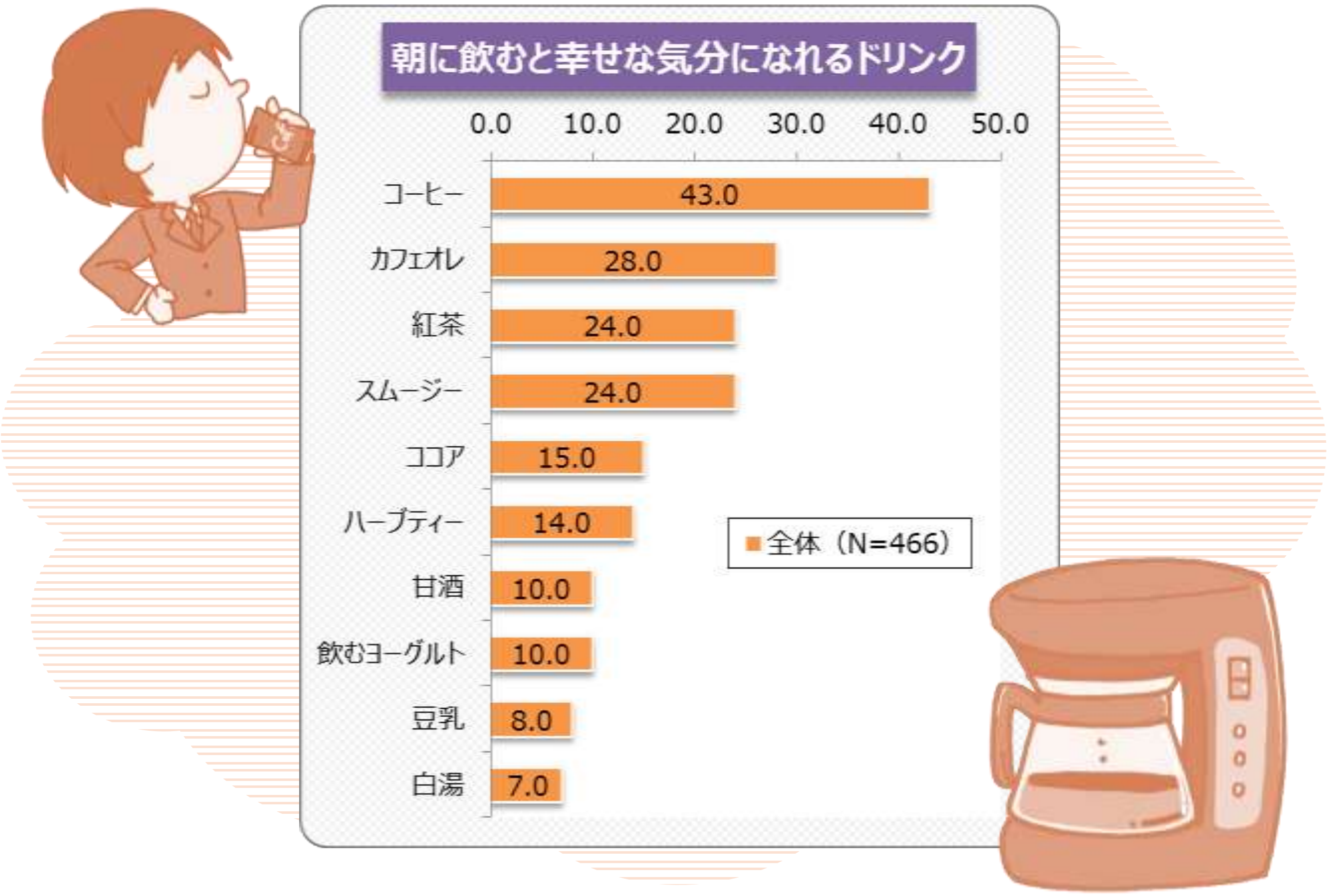
このコーナーでは、自社・他社を問わず、マーケティングに使えそうなデータを紹介したいと思います。

43.0%

今回は、メルメディアが運営するポータルサイト「朝時間.jp」より、「現実と理想の朝ごはん」に関する調査の中から「朝に飲むと幸せな気分になれるドリンク」の項目の数字をピックアップします。ちなみに同調査は、2016 年 12 月 14 日～2017 年 1 月 10 日の期間に、「自宅で朝ごはんを食べる」と回答した「10～60 代の女性」466 名に対し、インターネットで実施したものとなっています。

「朝に飲むと幸せな気分になれるドリンク」の結果をみると、トップは「コーヒー」(**43.0%**)、2 位は「カフェオレ」(28.0%)、3 位は「紅茶」「スムージー」(各 24.0%)となっていました。すなわち、“コーヒー系”の飲料が 7 割以上を占める結果となりました。私の勝手な予想ですが、同じ“コーヒー系”でも砂糖やミルク、フレーバーなどを加えた、「甘さとカロリーがご機嫌なコーヒーなのでは？」と思いました。ちなみに私は、甘～いカフェオレに限らず甘いドリンクを飲むと凄く幸せな気分になります(笑)。

個人的には、トップの「コーヒー」がどんな飲まれ方をされているのか気になるデータでした。今回は気になる数字というよりも気になるデータでしたね。今後、弊社の消費者調査として企画するのも良いかもしれません。私と同様に、ご興味がおありの方がいらっしゃいましたら、お気軽に弊社までご連絡ください。



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。

「糖」と「脂肪」

今回は「糖」や「脂肪」に着目した TPC ヘルスケアコンシューマ―レポートをご紹介します。

まず、「糖」関連としては、これまでに「血糖値対策トクホ」「抗糖化」「ロカボドリンク」といったレポートを発刊。同じく、「脂肪」関連では「中性脂肪・体脂肪トクホ」「メタボ」「脂肪を減らす商品」といった切り口で調査を行いました。

「糖」「脂肪」それぞれのテーマは、機能性表示食品の発売により、トクホ（特定保健用食品）との違いやニーズの変化といった点を仮説としており、「トクホ vs 機能性表示食品」といった切り口での分析も行っております。

その中で最新の「糖」対策に関するレポートの結果を少しだけご紹介します。
まず、「『食事の糖の吸収』と『血糖値の上昇』」のどちらが気になるか？という質問では、66.1%の人が「食事の糖の吸収」が気になるとしており、「血糖値の上昇」（33.9%）より多い結果となりました。
また、「糖」対策の商品を購入する際に重視するポイントでは、「トクホだから」を挙げたのが半数以上（52.4%）となり、「機能性表示食品だから」（25.7%）と比べて重視されています。現状は、価格が手ごろな機能性表示食品よりもトクホに対する需要がまだまだ根強いといえそうですね。

このほかにも、各ブランドの利用状況や商品評価などについてまとめたテーマもあり、それぞれの「強み」「弱み」を把握することで今後の商品開発などにご活用いただけるデータとなっております。レポート内容について、ご興味の方は清水・森井までお気軽にご連絡くださいませ。

（参考情報）弊社「『糖』対策の商品ニーズ調査」（2017 年 2 月 10 日発刊）から
Q.「現在摂取している特定保健用食品」「同機能性表示食品」上位ブランド　※（ ）：出現率

特定保健用食品	機能性表示食品
「からだすこやか茶 W」（51.4%）	「（ほっと）食事の生茶」（31.9%）
「食事と一緒に十六茶 W」（33.7%）	「パーフェクトフリー」（25.4%）
「健茶王」（18.5%）	「カロリミット」（24.1%）
「蕃爽麗茶」（16.3%）	「アサヒスタイルバランス」（16.8%）
「三ツ矢サイダープラス（W）」（10.1%）	「LIBERA」（9.5%）
「賢者の食卓」（7.4%）	「大人のカロリミット」（8.6%）

※上記結果は「継続的かつ定期的に摂取している主な商品（3 つまで）」の回答を集計したもの

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

受託/委託/依頼調査のご案内

IS 598110　ISO27001

飲料・デザート分野では、領域（飲料、酒、乳製品・デザート・菓子）ごとに専門調査員が様々な角度から市場や商品及び企業を調査・分析することで、常に新鮮で高品質なマーケティング情報を提供しています。 また、営業体制や自販機設置状況、企業別新製品動向などの戦略ベースのデータの充実化にも注力しています。

3C（Customer/Competitor/Company）の視点で市場の全貌を明らかにいたします。

市場調査（国内・海外※）	・ランキング（No.1）　・調査業務用/家庭用家庭用飲料機器（ウォーターサーバーなど） ・市場沿革　・市場規模推移　・メーカー別/ブランド別/チャネル別シェア　・品目分析 ・メーカー別/ロケーション別自販機設置状況　・今後の市場性 ・海外現地サプライヤー調査（拠点配置/生産品目…）　など
競合調査	・収益構造　・生産/研究開発体制　・営業/流通/販売体制　・自販機の設置状況/品揃え ・小売店への営業提案　・商品戦略/事業モデル　・広告費と配分　・顧客数　・顧客育成方法 ・生産拠点（設備品目数量）　・業務用　・外食ルート展開状況 など
商品開発（改良）調査	・新商品/試作品に関するグループインタビュー ・指定ブランドのリニューアルポイント　・コンセプト分析 など
小売店調査	・店頭価格/陳列/パッケージ ・販売店一覧 など
流通チャネル調査	各チャネルへのユーザー調査（取扱状況・意向/ブランド評価など） ・外食チェーン　・仕入先
消費者調査（定量調査／定性調査）	・利用実態　・企業/ブランドイメージ　・認知度　・購入実態　・使用実態　・ブランド比較 ・コンセプト評価　・価格評価　・満足度　・ブランドスイッチ状況　・購入決定要因　・ターゲティング ・今後の商品ニーズ　・業務用　・飲料業態別 など

※海外調査実績…中国、韓国、台湾、タイ、インドネシア、ヴェトナム、マレーシア、シンガポール、ミャンマー、欧米など

消費者調査実績

・リキャップ型チルド
・ベビー＆キッズ飲料
・「熱中症対策」飲料
・果汁飲料
・ホットドリンク
・飲料自販機
・乳酸菌の疾病予防ニーズ
・スムージー
・コンビニコーヒー
・通販・宅配における飲料
・豆乳
・青汁
・カップ式自販機
・シニアのアイスクリーム購入実態
・シニアのコーヒー飲用実態
・栄養補助食品
・健康おやつ
など

これまでに培った豊富な経験と情報をもとに、お客さまのマーケティング課題の解決をサポートします。

調査に関するご質問・お見積もりなどお気軽にお問合せください。

TPC 受託　検 索

http://www.tpc-osaka.com/

0120-30-6531

営業時間>>9:00～17:00（月～金）

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　酒類総市場マーケティングデータ（発刊予定：2017 年 4 月上旬）担当：中橋

2017 年　飲料市場・マーケティングパワー調査（発刊予定：2017 年 5 月下旬）担当：水上・甲斐

果汁飲料の飲用実態と今後のニーズ（第 8 弾）（発刊予定：2017 年 6 月下旬）担当：後呂

■新刊のご案内■

2017 年　ゼロ・オフ飲料の市場分析調査
－明確な健康訴求と付加価値訴求で需要が拡大するゼロ飲料市場－

発刊日：2017 年 3 月 27 日 ／　頒価：87,000 円+税

■概要

2016 年度のゼロ・オフ飲料市場は、前年比 4.8％増の 9,644 億 5,000 万円となった。伸びた要因としては消費者の健康志向が高まり、清涼飲料市場において存在感が大きくなっている事が挙げられる。近年は、ゼロを訴求した飲料の需要が大きく、コーヒー飲料や茶系飲料が市場を牽引している。当資料では、ゼロ・オフ飲料の中で、より市場が伸びているゼロ飲料の市場動向と商品展開状況についてレポートしている。

総市場編

1. 調査対象範囲
2. 栄養表示基準制度
3. 主要参入企業一覧
4. ゼロ・オフ飲料のアイテム展開状況
5. ゼロ飲料のアイテム展開状況
6. ゼロ飲料の甘味料使用状況
7. ゼロ・オフ飲料の市場規模分析
8. ゼロ飲料の市場規模分析
9. 主要メーカーの今後の方向性

市場編

1. コーヒー飲料
2. 炭酸飲料
3. 茶系飲料（全体）

市場編調査項目（共通）

1. 市場背景
2. ゼロ・オフ飲料のアイテム集計
3. ゼロ飲料のアイテム集計
4. ゼロ飲料に占める甘味料の割合
5. ゼロ・オフ飲料の市場規模推移
6. ゼロ飲料の販売規模推移
7. 主要メーカーの商品政策

個別企業編調査項目（共通）

1. 企業概要
2. 商品展開状況
3. 飲料全体に占めるゼロ・オフ飲料の割合
4. ゼロ飲料の販売規模分析
5. ゼロ飲料の商品政策

■発行元　：　TPC マーケティングリサーチ株式会社
（旧）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！