



Drink & Dessert

Communication Magazine

2017 May

Vol. 21

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。

5月は1週目にゴールデンウィークがありますね。2017年は、5月の1日と2日を休めば最大9連休となりますし、例えば3日から休みでも5連休となることから、いろいろな計画が立てやすい日の並びになっています。

ただ、そうは思っているけど結局こうした連休中、近場へ買い物に行くぐらいで終わってしまうことも多々あるのは私だけでしょうか。

ちなみに、私は毎年実家に帰省しており、今年もその予定です。ぜひ、皆さん有意義な休日をお過ごしください。反対に、この連休中もお仕事のある方はご苦労様です。

さて、そんなゴールデンウィークのある5月ですが、新社会人の方などで注意しなければならないのは“五月病”。4月は新しい環境のもとやる気もありますが、その環境に適応できないと体や精神的な負担が大きくなり、最悪うつ病などを発症してしまう危険性もあります。

こうした症状は、ゴールデンウィークの休み中に4月からの疲れが一気に出て、休み明けに不調に陥るケースも多いといわれております。そのため、新入社員に加えて職場に新入社員がいる周りの方は注意が必要です。

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

カルビー、湖池屋一部ポテトチップス商品の販売を終了、休止、他

News 2

今月の気になる飲料・デザート新製品

「ビアドパパの飲むシュークリーム」(永谷園)、他

News 3

今月の気になる飲料・デザートトレンド

カクタスウォーター

News 4

TPC 社員の飲料・デザート購入録

〈ブレンディ〉 スティックカフェオレ カロリーハーフ

News 5

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

チョコレートに対するイメージ・印象は？

News 6

今月の気になる数字

31.9%

News 7

今月のヘルスケアニュース

ヘルスケア企画、続々決定！

News 8

TPC レポートのご案内

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】

Topics

今月の気になる業界ニュース

このコーナーでは、4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。

■カルビー、湖池屋一部ポテトチップス商品の販売を終了、休止(3月25日～)

カルビーと湖池屋は、それぞれが販売するポテトチップスの一部商品について販売を終了または休止することを発表しました。これは、2016年の8月に発生した北海道地区での台風の影響により、原料となるジャガイモの供給量が不足したため。この発表により、カルビーの「ピザポテト」の需要は急増しており、オークションサイトなどに高値で出品されているほか、販売休止日が前倒しとなるなど様々な影響が出ています。

■森永製菓が森永乳業との経営統合に向けた検討を終了(3月30日)

森永製菓は、森永乳業との経営統合に向けた協議を終了したと発表。経営統合に至らなかった要因としては、両社がそれぞれの事業戦略への注力で経営基盤の強化を図っていくことを最優先すべきとの結論となったことが挙げられます。ただ、今後も両者間の事業における協業の可能性についての検討は続けていくとしています。

■ローソンがチルドデザートと調理パンの栄養成分表示内容を変更(4月4日～)

ローソンは同社オリジナル商品のうちチルドデザートとサンドイッチなどの調理パンについて栄養成分表示を変更することを発表。内容は、これまで“炭水化物”とまとめて表記していたものを“糖質”と“食物繊維”に分けて表記するというもの。表示内容の変更は、糖質制限ブームで消費者の糖質への関心が高まっている中、糖質量を明記することで、糖質や健康を気にする消費者のニーズに対応するためとしています。

■アサヒ飲料が自販機の庫内温度を従来から4℃低くした自販機設置を開始(4月7日)

アサヒ飲料は夏場の最盛期に向けて、自販機におけるコールドの温度帯を従来の約5度から約1度にした自販機の設置を5月から開始すると発表。2017年中に同自販機を5,500台設置することを目指すとしています。同社は常温飲料の提供を可能とした自販機の設置も行うなど、温度帯による自販機の付加価値化を図っています。

■ポッカサッポロフード&ビバレッジがオンラインVRジムサービスを開始(4月8日)

ポッカサッポロフード&ビバレッジは、2017年の「ゲロルシュタイナー」におけるプロモーションテーマを“フィットネス”として、その一環としてスポーツ栄養士やスポーツジムが監修したVR(バーチャルリアリティ)ジムサービスを開始することを発表。随時トレーニングとストレッチプログラムを配信していくとしています。

■大塚製薬が発売30年目の「ファイブミニ」で初めてとなるリニューアルを実施(4月14日)

大塚製薬は「ファイブミニ」のリニューアルを実施すると発表。同ブランドは、「おなかの調子を整える」機能を訴求した特定保健用食品となっており、発売30年目で初めてのリニューアルとなります。リニューアル内容としては、新たにリコピン(トマト色素)を加えたほか、製品ロゴやパッケージも女性を意識したデザインに刷新しています。



今月の気になる飲料・デザート新製品

ここでは、3～4 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>

■「ビアードパパの飲むシュークリーム」

(2017 年 3 月 21 日発売)(永谷園)

シュークリーム専門店“ビアードパパの作りたて工房”のシュークリームに使われているクリームをイメージした飲料。さらっとしていながら、シュークリームのクリームのようなコクと甘さが楽しめる。

■「飲むミドリムシ<グリーンティー>」

(2017 年 4 月 4 日発売)(ユーグレナ)

「飲むミドリムシ」シリーズの新アイテムとなっており、石垣産ユーグレナに抹茶と和三盆糖をブレンド。ほのかで優しい甘さ、清涼感のあるさっぱりした味に仕上げています。軽やかな飲み口は、休憩時のちょっとしたリフレッシュ時はもちろん、食事時など、幅広いシーンで楽しめる。

■「アミノ水素水」

(2017 年 4 月 10 日発売)(伊藤園)

運動時に好適なアミノ酸 3,200mg(アラニン 3,000mg、テアニン 200mg)を摂取できる。甘味料や香料不使用で、アミノ酸と水素水を組み合わせずっきりとした味に仕上げた。

■「ヨーグルスタンド 希少糖の飲むヨーグルジャー<ぶどう>」(2017 年 4 月 10 日発売)(日本コカ・コーラ)

「ヨーグルスタンド 希少糖の飲むヨーグルジャー」シリーズの新商品。今回は性別問わず人気のぶどう果汁をブレンドしており、トロっとしたヨーグルト味とナタデココの食感を楽しみながら、小腹が満たせる乳性飲料となっている。

<菓子>

■「果 julia<レモン>」

(2017 年 3 月 28 日)(江崎グリコ)

果汁を含ませた果実チップス「果 julia」シリーズの新商品。果肉パウダーを練り込んだ焼き菓子と、果肉パウダー入りのクリームがあわさったフルーツの甘酸っぱさが濃く感じられる味わいとなっている。(レモン果汁 16%含有)

<ヨーグルト・スイーツ>

■「ウェルチ ゼリー」

(2017 年 4 月 17 日)(アサヒグループ食品)

「ウェルチ」シリーズの新アイテムで、「ウェルチ」ブランドで使用している厳選したコンコードグレープ果汁を使用。コンコードグレープの風味を生かし、芳醇な果実の味わいが楽しめる。

<アイスクリーム>

■「マシュマロチャンクショコラ」

(2017 年 3 月 27 日)(協同乳業)

チョコレートアイスに、マシュマロを混ぜ込み、焼きチョコをトッピングした新感覚のチョコレートアイス。2 つの異なる食感(焼きチョコのザクザク食感とマシュマロのふわふわ食感)が楽しめる。

■「ポンジューズアイスバー」

(2017 年 4 月 10 日)(森永製菓)

ポンジューズとのコラボレーション。ポンジューズ果汁を 100%使用して、ポンジューズの濃さ、酸味と甘さのバランス、味を再現した。このほかアイスのセンター部分はジェラートのようななめらかな食感で仕上げている。

<アルコール類>

■「とってもすっぱいレモンのお酒」

(2017 年 3 月 28 日)(合同酒精)

シチリア産レモン果汁 10%のほか、レモン蒸留酒とレモン浸漬酒をブレンドして仕上げた“すっぱい好きが求められるお酒”。

レモン約 2 個分の果汁と豊富なクエン酸を含有した中味で、様々なアレンジが可能となっており、SNS 用に撮影したくなる“フォトジェニックカクテル”が作れる。

■「前略 好みなんて聞いてないぜ SORRY<其ノ四 セッション柚子エール～あら塩仕立て～>」(2017 年 4 月 11 日)(ヤッホーブルイング)

「前略 好みなんて聞いてないぜ SORRY」シリーズの新商品。世界的にも珍しい柚子と粗塩を原材料に使用したセッションエールビール(アルコール度数を下げて、飲み続け安く仕上げたもの)となっている。なお、同商品はビール品評会“ASIA BEER CUP 2015”銅賞を受賞している。

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ます。

カクタスウォーター

近年、プラントウォーターと呼ばれる植物由来の飲料水が海外セレブを中心に話題となっており、様々な商品が登場しています。日本でも、2～3年前からココナッツウォーターが美容に効果的ということで数多くの商品が上市されていますが、今回は新たなプラントウォーターとして「カクタスウォーター」をご紹介します。

「カクタスウォーター」とは、サボテンの水分に注目して作られたものです。具体的には、ウチワサボテンの実から作られており、サボテンの抽出液と濃縮液にレモン汁や天然香料を加えて飲みやすくしたものが市販されています。また、「カクタスウォーター」は電解質やミネラルなどを豊富に含んでいるほか、抗酸化物質であるフラボノイドも含んでおり、体の中から毒素を排出するデトックス効果があるそうです。

現在、「カクタスウォーター」はアメリカを中心に販売されていますが、ココナッツウォーターに次ぐ、プラントウォーターとして日本に上陸するのか！？ 今後に注目です。



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します。



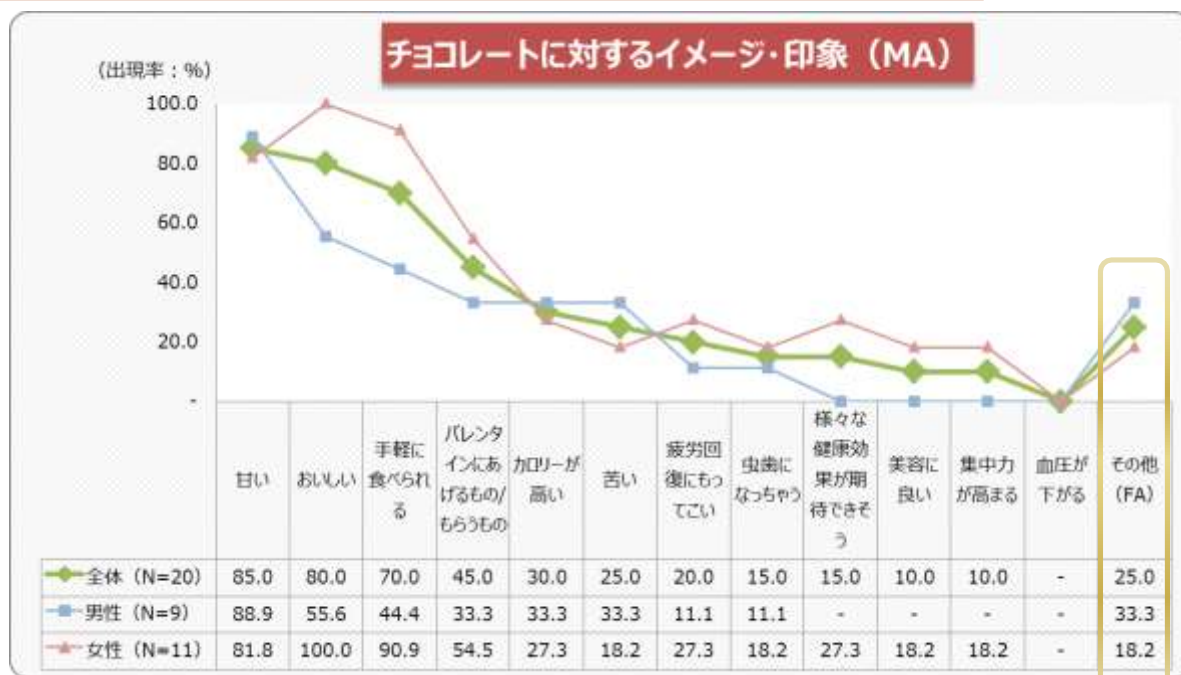
〈ブレンディ〉 スティックカフェオレ カロリーハーフ

- 価格：540 円(30 本)
- 容器：プラスチック
- 容量：6.1g(1 本)
- 購入場所：会社近くのライフ
- 商品特徴
カロリーの低いスティックカフェオレ
- 購入理由
 - ・TVCM に馴染みがあるから
 - ・“カロリーハーフ”に惹かれたから
- 食後の感想
 - ・甘すぎず、苦くもなく、仕事のリフレッシュに丁度いい
 - ・飲みやすい！

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☆

チョコレートに対するイメージ・印象は？



自由回答では、「明治の高級チョコが気になる！」「バレンタイン商戦」「調理するときにテンパリングが難しい」「食べ過ぎると、糖尿病を招く」「冬になると食べなくなる」「気分転換になる」といった意見もありました。その他、自由回答とは別に中学生の頃の甘くて苦い思い出トークや仕事にチョコを食べたときのエピソードトークをしてくれた方もいました(笑)。

この度、1ヶ月間の休載を経てアンケートが復活しました！さて、以前こちらのコーナーで「仕事中にちょっと食べたいお菓子は？」というアンケート(※Vol.18 に掲載)を実施したところ、「チョコレート」の回答率が 8 割超えという結果でした。この結果を踏まえて、今月は「チョコレートに対するイメージ・印象」(複数回答可)を聞いてみました。

その結果、全体では「甘い」とした人が 17 人で最も多く、出現率が 85.0%となりました。次いで、「おいしい」(80.0%)と「手軽に食べられる」(70.0%)が 7 割以上と高い割合で続いています。このほか、「バレンタインにあげるもの/もらうもの」とした人も少なくないことが分かりました。

次に、男女別にみると、「男性」は「甘い」(88.9%)、「おいしい」(55.6%)、「手軽に食べられ

る」(44.4%)、「女性」は「おいしい」(100.0%)、「手軽に食べられる」(90.9%)、「甘い」(81.8%)の順で高くなっています。すなわち、男女ともにチョコレートは**“甘くておいしく、手軽に食べられるもの”というイメージが強い**ようです。この他、ともに「疲労回復にもってこい」は回答があったのに対して、「様々な健康効果が期待できそう」「美容に良い」「集中力が上がる」は「女性」の回答しかありませんでした。つまり、**「男性」のチョコレートに対する健康イメージはまだまだ乏しい**といえそうです。

今回は男女別にみることで、チョコレートに対して、共通イメージや異なるイメージが窺えました。これからも様々なアンケートを実施したいと思います。それでは来月のアンケートもお楽しみに☆

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データを紹介したいと思います。

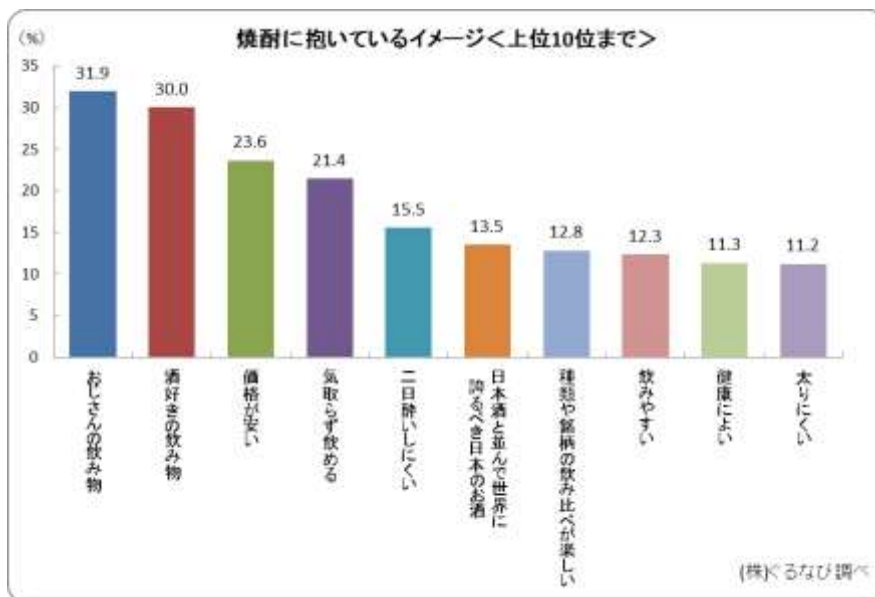
31.9%

今回の気になる数字は「焼酎に対するイメージ調査」についての数字です。

この調査は、㈱ぐるなびが2016年11月11日から2016年11月14日の期間に、全国の20歳以上の男女ぐるなびアンケート会員1,322人を対象に実施したインターネットアンケートになります。

その結果、「焼酎にどんなイメージを持っているか？」に関しては、「おじさんの飲み物」とした人が**31.9%**で最も多くなっています。また、「焼酎が通の飲み物だと思うか？」という質問を年代別でみると、最もこのイメージを強く感じているのが20代となっているほか、40代以下が50代以上よりもその傾向が強くなっています。すなわち若い年代ほど「焼酎が通の飲み物」と捉えているようです。

近年の酒類市場は若者のアルコール離れなどで苦戦していますが、今回の調査結果から“おじさん”や“通の飲み物”というイメージを払拭して、若者にも親しみやすいイメージをいかにして浸透させていくのが重要になっているようです。



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。

ヘルスケア企画、続々決定！

こんにちは TPC ヘルスケア担当の森井です。今回は、新年度に入り、続々と実査が決まっているヘルスケア企画のご案内です。

まずは、「**免疫力**」……以前、「腸内環境」の調査で「**腸内環境の改善に求める効果**」として「**免疫力**」が **NO1** だったことから、消費者にとって免疫力とはどういうものだろう？ どのような症状で「免疫力の低下」を感じるのか？ などの疑問を明らかにします。調査では成分のポジショニングで乳酸菌とその他成分との比較が明らかになれば面白いですね！

次に、「**体温アップ**」……最近特に、体温が低いことによる体の不調や**免疫力の低下（上記とも関連）**が話題になっています。エステサロンでは、「**グリーンハート 365－低体温撲滅運動－**」が盛んになっており、わたくし自身も重炭酸入浴剤の使用や、冷えとりなどで体温アップに努めています。今回の調査では、インナー・アウターの評価や商品比較を明らかにします！

続いて、「**花粉症 2017**」……今年の花粉症対策についての調査。市販薬ユーザーへの調査であり、ブランド評価や不満点などを明らかにします！

さらに、「**インナーUV**」……**2017 年はインナーUV 元年**と言われ、対策商品も増えています。以前調査した「インナー美白」では 1 年に半年以上もの間紫外線におびえる女性がいることがわかり、今回は、いわゆる「インナー美白」ではなく、**紫外線を浴びてしまったことをなかったことにしたい！** ビタミンや抗酸化力のある飲料でケアする！ などインナー美白よりも範疇を広げて調査を行いたいと考えております。わたくし自身はビタミン・リコピンなど抗酸化力のある飲料ニーズが高いと思っており、こちらのレポートを参考に商品開発の参考にさせていただけたらうれしいです。

最後に、「**デリケートゾーン**」……女性のデリケートゾントラブルの調査です。最近、若い女性だけでなく、尿もれする 40 代 50 代が増え、パッドの使用でムレ・かゆみなどを感ずやすくなっているとか。そうした女性向けのアウター・インナー商品のニーズを探ります！

というように、現在挙げられるテーマだけでも盛りだくさんですが、今後も、続々と企画の提案をしていきたいと考えております！

ご案内したテーマそれぞれに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、既存レポートのリニューアル発刊も承ります。

ヘルスケアコンシューマー企画

女性ターゲット

体温アップ（5 月末発刊予定）



インナーUV（8 月発刊予定）



デリケートゾーン（8 月発刊予定）



ヘルスケア全般

免疫力（5 月 19 日発刊予定）



花粉症 2017（6 月末発刊予定）



このほか、マーケティングレポートも随時発刊しております。以下は最近、ご要望を多くいただいているレポートです。



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 飲料市場・マーケティングパワー調査(発刊予定:2017 年 5 月 19 日)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 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】 ーブランド強化に商機！既存ブランドの需要拡大で活性化される飲料市場ー

発刊日:2017 年 3 月 3 日 / 頒価:90,000 円+税



■概要

2016 年度の清涼飲料市場は、金額で前年比 3.6%増の 3 兆 8,173 億円となった。市場拡大の要因としては、主要カテゴリーであるコーヒー飲料や茶系飲料等の既存ブランドの強化策が奏功。具体的には新シリーズの投入やリニューアル及び販路の拡大が挙げられる。当資料では、清涼飲料市場をカテゴリー別に、その市場動向や参入企業の販売動向を分析し、今後の需要拡大に向けた商品開発ポイントを提案している。

総市場編

1. 清涼飲料総市場の概況
2. 容器・容量別構成
3. 新製品発売動向・集計分析(2016 年 1 月～12 月)
4. メーカー別飲料種類別販売規模構成(2016 年度/2015 年度)
5. メーカー別ブランド別販売規模構成
6. 種類別市場規模予測

市場編

- ◆炭酸飲料
- ◆果汁飲料
- ◆コーヒー飲料
- ◆茶系飲料(紅茶、烏龍茶、緑茶、麦茶、ブレンド茶、健康茶)
- ◆野菜系飲料
- ◆ミネラルウォーター
- ◆スポーツ・機能性飲料
- ◆健康系飲料(食系栄養ドリンク、乳製系ドリンク、機能系ドリンク)
- 《参考》薬系栄養ドリンク

個別企業編

- ◆日本コカ・コーラ
- ◆サントリー食品インターナショナル
- ◆アサヒグループホールディングス
- ◆キリンビバレッジ
- ◆伊藤園
- ◆大塚ホールディングス
- ◆ダイドードリンコ
- ◆ヤクルト本社
- ◆カゴメ
- ◆ポッカサッポロフード&ビバレッジ

調査項目(各社共通)

1. 企業概要
2. 飲料商品展開状況
3. 飲料アイテム集計
4. 飲料種類別販売規模分析
5. 商品傾向と今後の方向性

■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！