tpc.

Drink & Dessert
Communication Magazine

2017 December
Vol.28

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。

先日、情報誌「日経トレンディ」が毎年恒例となっている“今年のヒット商品と翌年のヒット予測”を発表しました。このランキングは、人やモノ・サービスなど様々なヒット商品をランキング形式で発表するもので、2017年はゲーム機の「Nintendo　Switch」が1位となりました。また、食品分野に関連するものとしては「明治ザ・チョコレート」（2位）や「クラフトボス」（6位）、「ローカーボ食品」（17位）、「シールド乳酸菌」（20位）、「KOIKEYA　PRIDE　POTATO」（21位）、「日清カレーメシ」（29位）が上位30位までにランクインしています。

このほか、2018年のヒット予測で1位となっている、「マルチAIスピーカー」は、最近続々と商品が発売されており、すでにヒットの兆しが見え始めていますよね。「日経トレンディ」以外にも博報堂総合研究所がまとめた2018年のヒット予想では“ひとり助け”がキーワードとなっており、近年自分ひとりでやらなければならないことが増えていることを支える商品やサービスに注目が集まるとしています。

ヒット予測に関しては「マルチAIスピーカー」のように、既にヒットの兆しが見えているものもありますが、取り上げられていないものが突如として流行するケースもありますので、今回のヒット予測と来年の今頃に発表される2018年のヒット商品を見比べてみるのも面白そうですね。

弊社も皆様がヒット商品を生み出すために活用できるような情報提供ができるように精進していきたいと思います。

それでは、今号もどうぞお楽しみくださいませ・・・。

Topics

News 1 今月の気になる業界ニュース
アサヒグループホールディングス、飲料子会社のエルビーを売却、他

News 2 今月の気になる飲料・デザート新製品
「緑茶まるごとEGCG」（伊藤園）、他

News 3 今月の気になる飲料・デザートトレンド
ホット専用日本酒

News 4 TPC社員の飲料・デザート購入録
ガーナ　大人の生チョコ

News 5 TPCメンバーに聞きました！《Drink＆Dessertアンケート》
あなたが好きなケーキの種類を教えてください。

News 6 今月の気になる数字
40.2%

News 7 今月のヘルスケアニュース
機能性表示食品の摂取実態とニーズ探索調査

News 8 TPCレポートのご案内

今月の気になる業界ニュース

このコーナーでは、11 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。

■アサヒグループホールディングス、飲料子会社のエルビーを売却（11 月 2 日）

アサヒグループホールディングスは、チルド飲料を製造・販売している子会社のエルビーを、投資ファンドのポラリス・キャピタル・グループへ売却することを発表。同社は 2005 年にカネボウからエルビーを買収して子会社として以降、チルド飲料事業の拡大を進めてきたが、今回事業ポートフォリオの再構築のため、エルビーの売却に至った。なお、ポラリス・キャピタル・グループへの全株式譲渡は 2017 年 11 月 30 日までに完了する予定となっている。

■サントリー食品インターナショナル、ペプシコとタイに合弁会社設立（11 月 2 日）

サントリー食品インターナショナルは、タイの子会社（Suntory Beverage＆Food Asia Pte.Ltd.）がペプシコの子会社の株式を 51%取得して、合弁会社化したことを発表。ペプシコの強固な事業基盤と、サントリー食品インターナショナルグループが培ってきたお茶などの健康志向飲料の商品開発の知見を活かして、タイにおける飲料事業の拡大を図っていく。なお、株式譲渡完了は 2018 年 3 月の予定となっている。

■江崎グリコ、クラウドベース音声サービスに対応するスキルを提供（11 月 8 日）

江崎グリコは、Amazon が提供する「Amazon Alexa」（クラウドベースの音声サービス）に対応するスキルの「教えて！ぐりこっち」を企画・開発して、Amazon スキルストアで提供を開始することを発表。同スキルは、家庭の食卓をサポートするためのスキルとなっており、知りたい食材の名前を質問すると食材の栄養や、その食材にまつわる小話を教えてくれる機能を備えている。同社では、今回提供するスキルによって、家庭の健康や栄養摂取を促すほか、子供が「食べること」を好きになるほか、食事中の家族の会話が楽しめる環境づくりをサポートしていきたいとしている。

■ヤクルト本社、中国の生産拠点に第2工場を建設（11 月 10 日）

ヤクルト本社は、中国ヤクルトの製造子会社である無錫ヤクルト（無錫工場）の敷地内に第 2 工場棟を建設することを発表。今回の生産体制強化は、中国における「ヤクルト」の販売が今後も伸長すると見込んでのものであり、第二工場が完成した後の無錫工場全体の生産能力はこれまでの 220 万本から 300 万本（いずれも 1 日あたり）に引き上げられる予定。

■ハーゲンダッツ・ジャパン、国内初となるコーンタイプアイスをセブン-イレブンジャパンと共同開発（11 月 20 日）

ハーゲンダッツ・ジャパンとセブン-イレブン・ジャパンは、ハーゲンダッツ・ジャパンの商品としては初となるコーンタイプアイスの「クリーミーコーン キャラメル＆マカデミア」を共同開発して 12 月 5 日から発売することを発表。同商品は、クリーミーなアイスクリームとサクサク食感のワッフルコーンの贅沢な組み合わせが特長となっており、セブン-イレブン限定商品として全国のセブン-イレブン 19,887 店舗（10 月末時点）で販売される。

■森永製菓、コンセプトショップの常設店をオープン（11 月 22 日）

森永製菓は、“お菓子をこえる「をかし」な体験”をコンセプトとしたショップの「TAICHIRO MORINAGA」で初となる常設店をオープンする。具体的には、2016 年 1 月から期間限定ショップとして展開していた上記コンセプトショップを大丸神戸店に常設店として出店するというもの。「TAICHIRO MORINAGA」は、森永製菓がこれまでに築き上げてきた菓子作りの技術で“美しい、見事だ、趣がある、心が惹かれる”といった「をかし」な体験を具現化した商品を展開しており、同社の代表的商品である「キャラメル」の濃厚な味わいが楽しめる焼き菓子の「キャラメルバウム」などが販売されている。

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＞

■「緑茶まるごと EGCG」（2017 年 11 月 6 日発売）（伊藤園）

緑茶に含まれる健康成分のカテキンの一種であるエピガロカテキンガレート（EGCG）が豊富な国産粉末緑茶と、国産天然水を混ぜてつくるパウダーイン緑茶飲料。独自のキャップ内に粉末の状態で充填しているため、通常では湯で溶け出しにくいカテキンなどの健康成分や栄養素がまるごと摂取できる。

■「ブレンディ＜心はずむ甘い香りのカフェオレ＞」（2017 年 11 月 14 日発売）（味の素 AGF）

「ブレンディ」シリーズの新商品。甘い香りが特徴のアラビカ豆 100％で作られた、ミルクと好相性の濃厚エスプレッソ抽出液を使用し、砂糖だけですっきりとした甘さに仕上げた。

■「伝承の健康茶」（2017 年 11 月 20 日発売）（伊藤園）

「伝承の健康茶」シリーズの新アイテム。そばの実に含まれるポリフェノールの一種である健康成分ルチンを 30mg 含んでいる。また、香ばしいおいしさが特徴の普通そばの実と、健康性の高い韃靼そばの実の 2 種をブレンドしており、香ばしいおいしさと健康性を兼ね備えた商品に仕上がっている。

■「ミニッツメイド　クラフツ」（2017 年 11 月 20 日発売）（日本コカ・コーラ）

「ミニッツメイド　クラフツ」シリーズの第二弾商品。今回は冬場に人気の高いアップル果汁とまろやかな発酵麦芽エキスをブレンドし、シナモンのフレーバーとオレンジピールの風味をプラスして仕上げた商品となっている。年末年始の忙しい中、仕事や休日など、大人のリラックスタイムに癒しのひと時を演出する本格果汁系飲料。

■「ウィングラム＜エナジックウォーター＞」（2017 年 11 月 21 日発売）（ブルボン）

「ウィングラム」シリーズの新商品。持久系運動のパフォーマンスをサポートする栄養プログラムドリンク。運動中でも飲みやすいように甘さを控え、人の体液に近い浸透圧でエネルギー産生サポート成分（L-カルニチン）とミネラル（NA、Ca、K、Mg）を配合している。

■「コク Grand time＜ふって飲む甘美なショートケーキ＞」（2017 年 11 月 28 日発売）（ダイドードリンコ）

「コク Grand time」シリーズの新商品で、ショートケーキの味わいを再現した新感覚デザート飲料。爽やかなイチゴ、滑らかな生クリームのコク、甘いスポンジの香りが感じられ、手軽にショートケーキのような味わいが楽しめる。

＜菓子＞

■「粉雪ショコラ」（2017 年 11 月 14 日）（ブルボン）

「粉雪ショコラ」シリーズの新商品。生クリームとバニラシードをぜいたくに練り込み、冬にしか味わえないミルク感豊かな生チョコレートに仕上げた。

＜ヨーグルト・デザート＞

■「森永アロエヨーグルト　旬摘みベリー」（2017 年 11 月 21 日）（森永乳業）

「森永アロエヨーグルト」シリーズの新商品。アロエ葉肉のみずみずしい食感とヨーグルトの爽やかな風味、ブルーベリー、ストロベリー、アロニアの 3 種のベリー果汁を使用した甘酸っぱさがアロエ葉肉のみずみずしい食感を引き立てている。

＜アルコール類＞

■「クリアアサヒ　とれたての贅沢」（2017 年 11 月 21 日）（アサヒビール）

「クリアアサヒ」シリーズの新商品。17 年に収穫した、山形県産“初摘みホップ”と、宮城県で栽培された“希望の大麦”を一部使用。ホップの華やかな香りと大麦の芳醇で豊かな味わいが楽しめる。

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ていきます。

ホット専用日本酒

今回は、ホット専用日本酒をご紹介したいと思います。

寒くなってくるこの季節には、熱燗などの日本酒を飲む人も多いのではないでしょうか。
しかし、ソフトドリンクのホット商品は CVS やスーパーで多く陳列されていますが、これまで熱燗の商品は見かけたことがなかったですよね。
というのも、熱燗の日本酒は加温しつづけると著しく品質が劣化してしまうため、品質保持が前提のホット商品を展開することは日本酒業界で実現不可能といわれていたからなのです。

そんな実現不可能なホット日本酒を日本盛が約 6 年の研究を経て商品化。今回発売された新商品は、「劣化臭を発生させにくい“老香”という酵母の開発」、「加温し続けても風味や香りが変化しにくい仕込み技術の確立」によって、連続加温に耐えうる日本酒となっています。

加温状態で買える日本酒の登場が消費の縮小する日本酒業界の活性化に貢献できるか、注目です。

（写真の出典：
http://www.nihonsakari.co.jp/kanzake/index.html）

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。

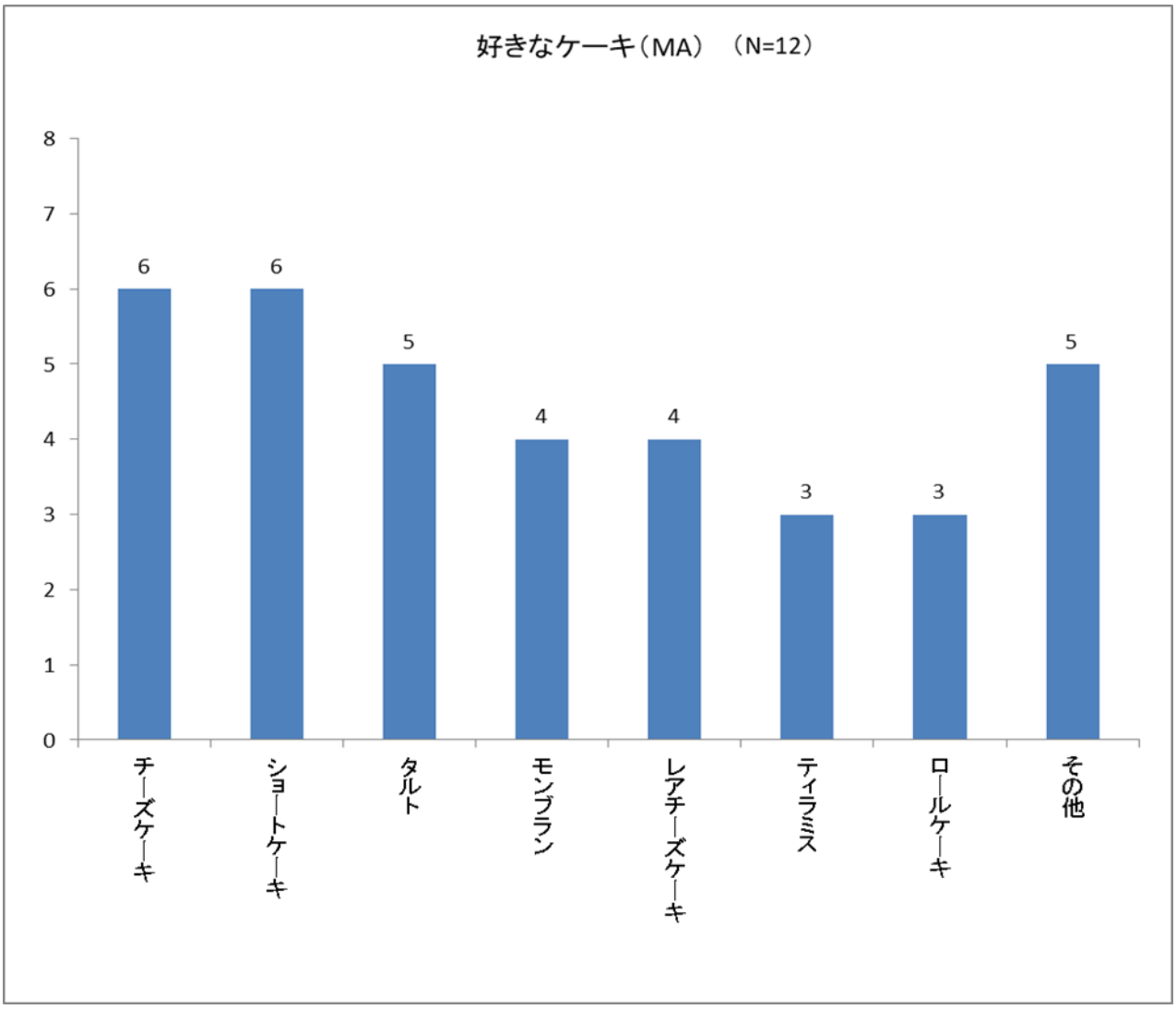
ガーナ　大人の生チョコ

■**会社名**：株式会社ロッテ
■**価　格**：128 円（税抜き）
■**容　器**：樹脂カップ
■**容　量**：100ml
■**購入場所**：近所のスーパー
■**商品特徴**
芳醇でなめらかな口どけの生チョコと絶妙にマッチしたバニラアイスが楽しめる『大人向けアイス』。
■**購入理由**
仕事帰りに無性にアイスクリームが食べたくなり、地元のスーパーを物色。その中で、一番美味しそうなパッケージデザインだったので購入しました。
■**食後の感想**
・とにかく美味しい。生チョコのリッチな味わいとバニラアイスの濃厚な味わいが絶妙にマッチしており、「1 日のご褒美」アイスとして最適ではないでしょうか(笑)。
・アイスクリームを食べているというより、何だか高級なデザートを食べているような感覚でした。本格チョコアイスとしてオススメの逸品です。

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☆

あなたが好きなケーキの種類を教えてください。（複数回答可）



クリスマスが近づく季節となりました。そこで今月は、「あなたの好きなケーキ」についてアンケートをとりました。

その結果、トップは「チーズケーキ」「ショートケーキ」で各 6 人が挙げています。やはり、王道の“ショートケーキ”強しといったところでしょうか。また、弊社ではショートケーキとともに“チーズケーキ”好きも多くいることがわかりました。

以下、「タルト」が 5 人、「モンブラン」と「レアチーズケーキ」が各 4 人、「ティラミス」と「ロールケーキ」が各 3 人で続いています。なお、「その他」は「ガトーショコラ」「チョコレートケーキ」「ミルクレープ」「ムースのケーキ」「ザッハトルテ」となっています。

このアンケート結果を見ると、皆さん自身も好きなケーキを食べたくなったのではないでしょうか？

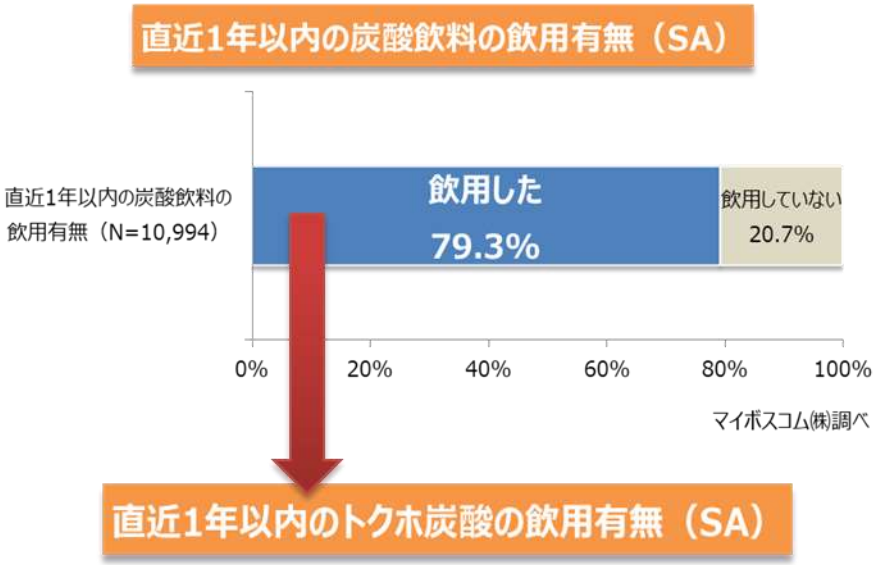
それでは、次回もどうぞお楽しみに。

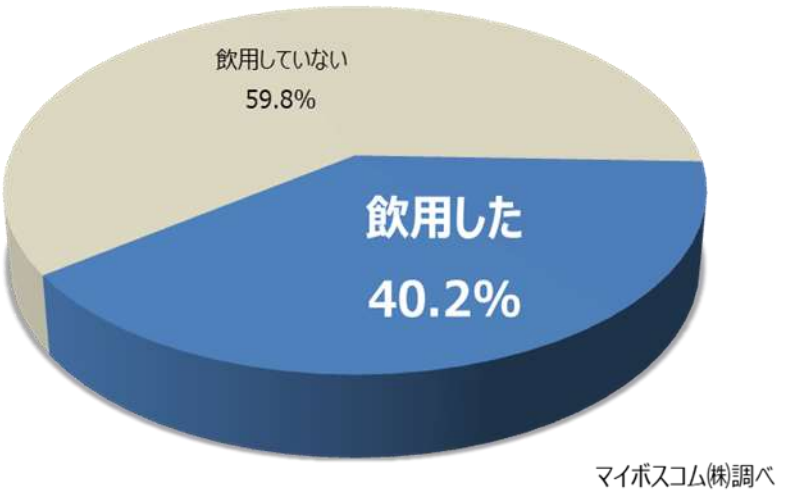
今月の気になる数字

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そうなデータを紹介したいと思います。

40.2%

今回は、マイボスコム株式会社が行った「炭酸飲料」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、2017 年 7 月 1 日～7 月 5 日の期間に男女 10～50 代の 10,994 人を対象に実施したインターネット調査になります。





まず、10,994 人全員に直近 1 年以内に炭酸飲料を飲用したかを尋ねたところ、全体の 79.3%を占める 8,721 人が「飲用した」と回答しました。そのうち、直近 1 年間にトクホの炭酸飲料を飲用したことがある人は、炭酸飲料飲用者の**40.2%**を占めることが分かりました。

また、同調査によると、トクホ炭酸の飲用理由は「味が好み」とした人が 44.0%で最も多く、以下「脂肪や糖の吸収を抑える、などの効能がある」が 20.1%、「試しに飲んでみた」が 14.9%、「同じ炭酸飲料を飲むなら、体に良いものを選びたい」が 13.7%で続いています。すなわち、“味覚面”を理由にトクホ炭酸を飲用する人が 4 割以上、“機能面”を理由に飲用する人が 2 割となっており、“機能面”よりも“味覚面”がより重視されている傾向となっています。

今回の調査でのトクホ炭酸の飲用者は半数以下でした。しかし、今後トクホ炭酸のニーズは、トクホならではの優位性を普及させることでより拡大していくのではないかと考えられます。

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。

機能性表示食品の摂取実態とニーズ探索調査

弊社では 2017 年 9 月末に 20～60 代男女を対象に消費者調査、「機能性表示食品の摂取実態とニーズ探索調査」を実施致しました。まず最初に、10,000 人に「機能性表示食品」制度の認知度を尋ねたところ、（制度名を）知っていると回答した人は全体の 8 割弱であり、1 年半前の調査に比べて 14.9 ポイント上昇しました。すなわち、「機能性表示食品」制度の認知が着実に拡大していることが伺えます。

本調査（N=1,030）の結果では、今後の摂取意向が高いヘルスクレームとして、①目の健康維持、②体脂肪の低減、③脂肪・糖の吸収抑制が上位となりました。男女間で差が大きくみられたヘルスクレームは「美肌・肌の保湿」のほか、「整腸作用」であり、女性が男性を上回る結果となりました。また、クラスター別にみると、“健康情報マニア派”は「整腸作用」「ストレス緩和・疲労感の軽減」「美肌・肌の保湿」、“日常生活健全派”は「体脂肪の低減」「中性脂肪の低減」「コレステロール値の改善」訴求商品の摂取意向が比較的高いことが分かりました。

当調査データは 10 月に大阪と東京で行われた「TPC マーケティングフェア」での「機能性表示食品市場の最新動向」セミナーでも活用致しました。11 月に発刊しましたレポートでは、男女別、年代別に加えて、健康意識・ライフスタイルを踏まえた 7 つのクラスター別に分析しておりますので、今後の明確なターゲット設定の一助になれば幸いです。ご興味のある方はお気軽にお問い合わせください。

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

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　トレンドアイスクリームの市場分析調査（発刊予定：2018 年 1 月 29 日）担当：水上
2018 年　全国パティスリー要覧（発刊予定：2018 年 2 月下旬）担当：中橋

■新刊資料のご案内■

2017 年　ヨーグルト・乳酸菌飲料の市場分析調査
－健康機能の深耕で“機能性アイテム”を中心に市場の拡大が続く－

発刊日：2017 年 10 月 31 日 ／ 頒価：87,000 円+税

■概要

2016 年度のヨーグルト・乳酸菌飲料市場は、前年比 4.2%増の 5,803 億円となった。要因としては、健康機能をより強く訴求した“機能性アイテム”が好調に推移したことが挙げられる。当資料では、ヨーグルト・乳酸菌飲料市場を種類別、メーカー別、ブランド別等に調査。さらに今回は、“機能性アイテム”の訴求別、機能別マーケットのほか、主要メーカー15 社の商品展開状況や開発動向等についても明らかにしている。

調査品目

◆ヨーグルト（プレーンタイプ／ハードタイプ／ソフトタイプ／ドリンクタイプ）
◆乳酸菌飲料

市場編

Ⅰ.総市場

1. 調査範囲
2. 菌の種類別品目数
3. ヨーグルト・乳酸菌飲料の総市場規模
4. メーカー別ブランド別販売規模構成
5. メーカー別分類別販売規模構成

Ⅱ.ヨーグルト市場

1. ヨーグルトのアイテム分析
2. ヨーグルトの市場概況
3. ヨーグルトの市場分析
4. ヨーグルトのメーカー・ブランド別シェア
5. ヨーグルトの種類別商品展開と今後の方向性

Ⅲ. 乳酸菌飲料市場

1. 乳酸菌飲料のアイテム分析
2. 乳酸菌飲料の市場概況
3. 乳酸菌飲料のメーカー・ブランド別シェア
4. 乳酸菌飲料の商品展開と今後の方向性

参考

1. メーカー別アイテム分析
◇メーカー別ヨーグルト・乳酸菌飲料新商品一覧

個別企業編調査項目（各社共通）

1. 企業概要
2. 商品一覧
3. アイテム分析
4. 売上分析
5. 販促活動
6. 商品政策
7. 今後の展開と見通し

■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！