



Drink & Dessert

Communication Magazine

2018 March

Vol. 31

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。

春が近づく3月となりました。寒いのが苦手な私としては早く暖かくなれないものかと思っておりますが、これからの季節が憂鬱になる方もいらっしゃるかもしれません。そう・・・“花粉症”です。

私はおかげさまで花粉症と無縁ですが、社内で花粉症の方を見ていると、“辛そうだな”と感じることもあります。

2018年は幅広い範囲で2017年よりも花粉の飛散量が多くなる予報が出ており、花粉症の方にとっては“つらい春”となりそうです。

また、この3月には東京タワーで改修工事を行っていた高さ250mの特別展望台がリニューアルオープン。これにあわせて体験型展望ツアーの「トップデッキツアー」が開始される予定で、以前の展望台に上ったことがある私としては機会があれば参加してみたい気持ちになります。東京タワーは2018年12月に開業60周年を迎えることになっており、新しい展望台のオープンで、メモリアルイヤーにふさわしい賑わいになるのではないのでしょうか。

このように色々なところで季節が動き出す3月のTPC Communication Magazine 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**
伊藤園カテキンの消臭効果を利用した靴下を共同開発して発売、他

News 2 **今月の気になる飲料・デザート新製品**
「デカビタCダブルスーパーチャージ」(サントリー)、他

News 3 **今月の気になる飲料・デザートトレンド**
TT CUP(ダイエットカップ)

News 4 **TPC 社員の飲料・デザート購入録**
コカ・コーラ ピーチ

News 5 **TPC メンバーに聞きました！《Drink & Dessert アンケート》**
好きなフレーバーに関する質問

News 6 **今月の気になる数字**
39.0%

News 7 **今月のヘルスケアニュース**
オーラルケアはコミュニケーションツール

News 8 **TPC レポートのご案内**

Topics

今月の気になる業界ニュース

このコーナーでは、2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。

■伊藤園カテキンの消臭効果を利用した靴下を共同開発して発売(2月8日)

伊藤園は、「靴下屋」などを全国で展開するタビオと共同でお茶の渋みの主成分であるカテキンを用いた靴下(「気持ちいいシルクの靴下」)を開発して2月15日から発売することを発表。この商品は独自技術で開発したカテキン染色ナイロン糸を使用して作った消臭機能を付加した靴下となっている。伊藤園は今後も“お茶をお客様の身近な製品へ活用する”をテーマに、今回のような製品の開発へ積極的に取り組んでいくとしています。

■セブン-イレブン「SEVEN CAFÉ」刷新(2月9日)

セブン-イレブン・ジャパンは、CVS カウンターコーヒーの「SEVEN CAFÉ」を刷新して、3月上旬から展開することを発表。今回は2013年1月の販売開始から初となる大幅なリニューアルとなっており、豆のブレンドの見直し、焙煎方法の変更(2種類→3種類へ)、豆使用量の増量(従来比約1割増)を行い、味わいを高めている。

■サントリー食品インターナショナルのグループ会社が生産設備を増強(2月14日)

サントリー食品インターナショナルのグループ会社であるサントリープロダクツは、京都宇治川工場の設備増強を行うと発表。具体的には、今後も需要拡大が見込まれる麦茶やPETボトルコーヒーの西日本エリアへ安定した商品供給を行うため、2018年夏頃から設備増強を開始して、2019年8月に新ライン稼働を目指す。なお、生産能力は新ライン稼働により従来の1割増(ケース単位)となる予定。

■ヤクルト本社ダノンとの協業関係に関する覚書を改定(2月14日)

ヤクルト本社は、ダノン(仏)と協業関係に関する覚書について、内容の改定を取締役会で決議したことを発表した。両社は2013年にそれまでの戦略提携関係(2004年～)を終了した際、新たに今後の協業関係に関する了解事項を確認する覚書を締結していたが、今回ダノンがヤクルト本社の株式を売却するにあたり、覚書の改定を実施。これまで協同で進めてきた合弁事業などを継続するほか、ヨーロッパ市場においてダノンがヤクルト本社の商品を販売するなど、新しい協働事業の実現可能性を検討していくとしている。

■明治プロテインなどの生産を行う工場を新設(2月13日)

明治は、岡山県にプロテインなどの生産を行う新工場を建設すると発表。新工場を建設する背景としては、スポーツ栄養分野におけるプロテイン市場の需要拡大が進んでいることが挙げられ、約180億円を投資して、新工場を建設する。なお、新工場の生産能力は約11,000トン/年となる予定。

■江崎グリコ米国チョコレート製造販売会社買収(2月20日)

江崎グリコは、米国でチョコレートの製造・販売を行っているTCHO Ventures, Inc. (以下、TCHO社)を買収したことを発表。同社を買収した目的としては、米国のチョコレート市場が堅調に推移するなかで、特にプレミアムチョコレート市場の需要拡大が見込まれることから、高品質チョコレートブランドの「TCHO(チョコ)」を展開するTCHO社を買収して、米国でのチョコレート事業を拡大していきたいことが挙げられる。



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>

■「デカビタ C ダブルスーパーチャージ」 (サントリー)(2018 年 2 月 20 日)

「デカビタ C」ブランドより、ブランド初のゼロカロリータイプの新製品。元気な気分になりたいけど、カロリーは必要ない方をターゲットとしている。

■「ゼロカロリーの〈カルピス〉すっきり」 (アサヒ飲料)(2018 年 2 月 20 日)

カルピスに沖縄海塩を加え、甘みを残さないすっきりとした後味に仕上げた乳性飲料。ゼロカロリーでありながら、カルピス独自のおいしさを高めた商品となっている。

<アルコール類>

■「ザ・モルツ 麦香る 3.5%」 (サントリービール)(2018 年 2 月 13 日)

ビール「モルツ」ブランドの新製品。デコクション製法によって引き出した、香り豊かな麦の味わいを心地よく楽しむことができる。コンビニ限定のビールとして、全国で数量限定発売する。

■「米と麴のあまざけ」 (大関)(2018 年 2 月 26 日)

お米由来のやさしい甘みとまろやかな味わいを特徴とした甘酒。今回、季節限定で販売していた同商品を通年商品として発売。アルコール 0%、砂糖不使用の酒蔵ならではの米麴甘酒となっている。

■「焼酎ハイボール 〈はっさく割り〉」 (宝酒造)(2018 年 2 月 27 日)

昭和 20 年代後半に、東京下町の大衆酒場で飲まれていた味を追求した辛口チューハイ。はっさくの爽やかな酸味と香りの特徴としており、糖質 80%オフで仕上げている。

<菓子>

■「ポテトチップス チーズチーズチーズ」 (カルビー)(2018 年 2 月 12 日)

チーズ感満載のポテトチップス。コクのある「チェダー」と、甘みのある「モzzarella」と、豊かな風味の「カマンベール」を使用している。コンビニ限定販売。

■「ビスコ 焼きショコラ」 (江崎グリコ)(2018 年 2 月 20 日)

ビスケット「ビスコ」ブランドの新フレーバー。乳酸菌を 1 億個配合したなめらかなチョコクリームを、香ばしいチョコビスケットでサンドしている。おなかに優しいクリームサンドビスケット。

■「大玉チョコボール ピーナッツ」 (森永製菓)(2018 年 2 月 20 日)

大粒のピーナッツを、香ばしい食感のクリスピー層で包んだ準チョコレート菓子。体積が通常のチョコボールの 2.5 倍となっているため、大人でも満足できる食べ応えとなっている。



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。

TT CUP(ダイエットカップ)

今回は、「TT CUP(ダイエットカップ)」について、ご紹介したいと思います。

「ダイエットカップ」とは、水をカップに注いで、飲むと普通の水がジュースに変わるというカップです。フレーバーは、全 6 種類(アップル、グレープ、レモン、オレンジ、コーラ、ストロベリー)あります。

「ダイエットカップ」の仕組みは、カップの上部にフルーツアロマが香る仕組みになっており、その香りを嗅覚で堪能し、ただの水を飲んでいるにも関わらず、脳はジュースを飲んでいると錯覚してしまうのです。

糖尿病、ダイエット中、健康に気を遣う方など、全ての方にお勧めの商品ですね。



(出典:<http://www.toa-ind.com/products/dietcup.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します。



コカ・コーラ ピーチ

- 会社名：日本コカ・コーラ株式会社
- 価格：115 円(税抜)
- 容器：PET
- 容量：500ml
- 購入場所：オフィス近くのコンビニ
- 商品特徴
「コカ・コーラ」ブランドにおける期間限定の新フレーバー。炭酸とマッチした桃の香りが気分をリフレッシュさせる。
- 購入理由
昔からコーラが好きで、コーラと桃を組み合わせることでのどのような味になるのか気になったから。
- 食後の感想
・コカ・コーラのすっきりとした爽やかさと桃の甘い香りが口いっぱいに広がります。後味でもしっかりと桃の風味を楽しむことができ、今までに味わったことがない美味しさでした。

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☆

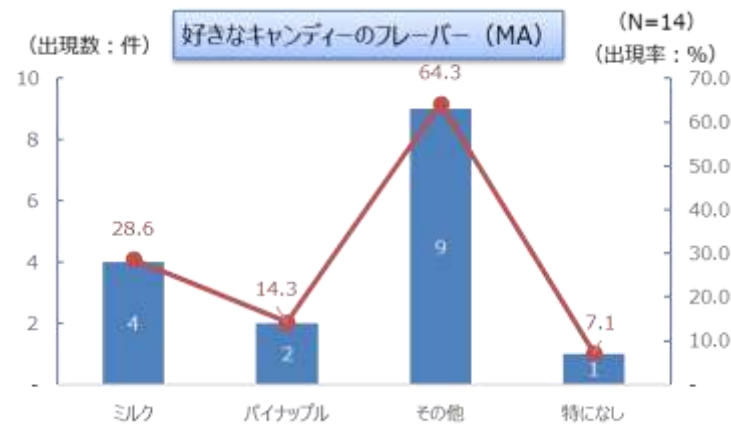
好きなフレーバーに関する質問

今月の社内アンケートはジュース、キャンディー、アイスにおける好きなフレーバーをそれぞれ尋ねました。今回は、14 名の方に回答をいただきました。

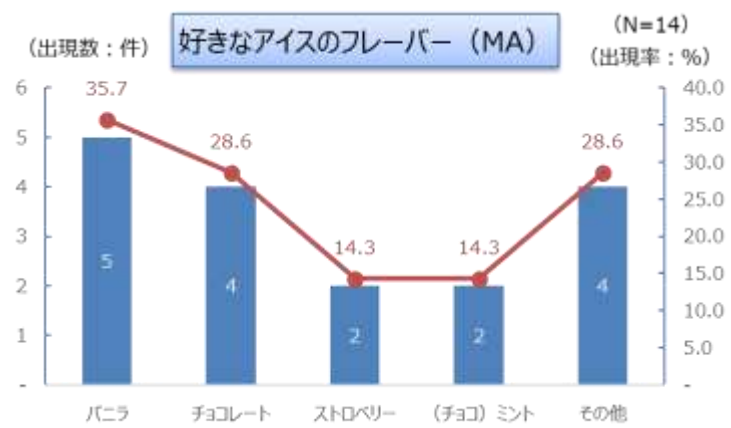
Q.ジュース、キャンディー、アイスクリームに関して、好きな味・フレーバーをそれぞれお答えください。(MA)



まず、ジュースにおいては「オレンジ」の出現率が 35.7%で最も高く、以下「グレープ」が 21.4%、「アップル」と「ミックス」が各 14.3%で続いています。なお、「オレンジ」と回答した方の中では、「特に『ポンジュース』の濃厚な味が好き」といった声が寄せられました。



次に、キャンディーにおいては「ミルク」の出現率が 28.6%で最も高く、次いで「パイナップル」が 14.3%と続いています。なお、「ミルク」と回答した方は「濃厚ミルクが好き」「ミルクのコクがあるものが好き」といった声が多かったです。



最後に、アイスクリームでは「バニラ」の出現率が 35.7%で最も高く、以下「チョコレート」が 28.6%、「ストロベリー」と「(チョコ)ミント」がそれぞれ 14.3%で続いています。すなわち、アイスクリームに関しては、他の項目と異なり、「バニラ」や「チョコレート」といった定番フレーバーに票が集まった結果となりました。また、フレーバーを問わず「ハーゲンダッツの濃厚な味が好き」という意見もありました。

今回のアンケート調査の結果から、これら 3 項目の共通点として、フレーバーに対しては“濃厚さ”を求めている人が多いことがわかりました。それでは、次回のアンケートもお楽しみに♪

今月の気になる数字

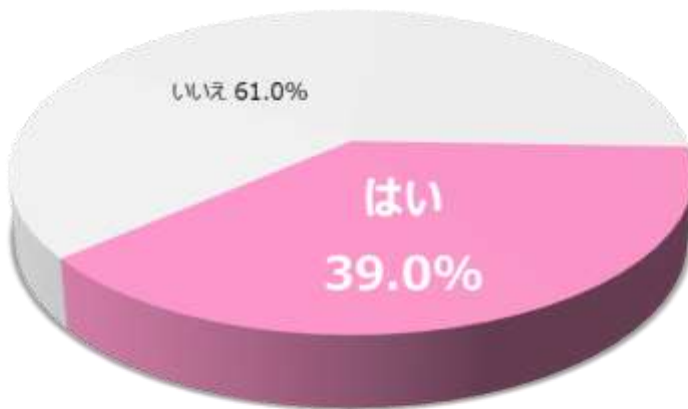
このコーナーでは、自社・他社を問わず、マーケティングに使えるようなデータを紹介したいと思います。

39.0%

皆さま、2017年の流行語大賞が「インスタ映え」と「付度」であったことはご存知でしょうか？その中で、今月の気になる数字は Instagram をはじめとした SNS に注目。ソーシャルメディアで写真映えするかが基準となり、商品の購入を決める消費行動を指す「フォトジェニック消費」についての数字です。

写真映えを意識して仕入れを行ったことがあるか (SA)

(N=486)



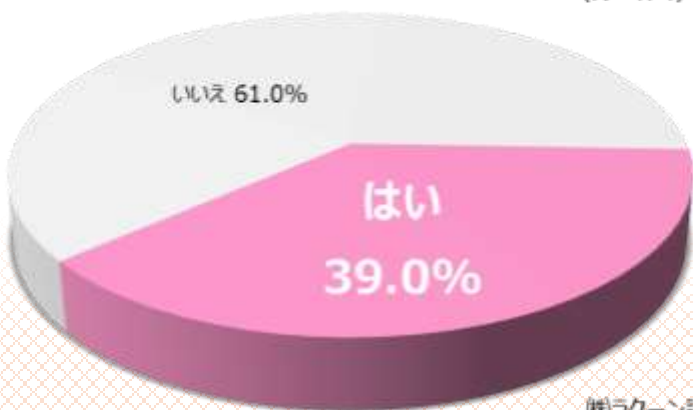
(株)ラクーン調べ

今回は、株式会社ラクーンが運営する卸・仕入れサイト「スーパーデリバリー」にて、会員小売店を対象に行った「フォトジェニック消費」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5月29日～6月20日の期間に会員である全国47都道府県および海外の中小小売店486店舗を対象に実施したインターネット調査になります。

まず、写真映えを意識して商品の仕入れを行ったことがあるかを尋ねたところ、「はい」と回答した小売店が39.0%、「いいえ」が61.0%という結果になりました。なお、実際に意識している小売店では、「写真映えする明るい色や模様を選択したり、話題の商品などを選んでいく」といった意見がありました。

SNSにアップされている写真を参考に仕入れをすることがあるか (SA)

(N=474)



(株)ラクーン調べ

次に、Instagram や Facebook などの SNS にアップされている写真を参考に商品を仕入れることがあるかを尋ねたところ、SNS を参考に仕入れをしている小売店は39.0%という結果になりました。

これらの結果から、小売店が商品を仕入れる際に、写真映えを意識したり、SNS を情報源にしているケースは約4割であることがわかりました。現時点で出現率は5割にも満たないですが、今後さらに SNS の普及が進むにつれて、SNS が商品の仕入れに与える影響はより大きくなるのかもしれません。

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。

オーラルケアはコミュニケーションツール

今回ご紹介するのは、食品でのケアニーズが高まっている「オーラルケア」のコンシューマーレポートです。

1万人の予備調査では、**7割もの人に「気になる口内トラブル」**があり、トラブルの原因は「**口内の手入れが不十分**」とする人がもっとも多い結果でした。普段から歯間ブラシ（55.0%）やデンタルリンス（41.1%）などを使い十分にケアをしているように思いますが、**オーラルケアが足りない**と認識しています。そうしたオーラルケアに不安がある・自信がない層に対して「**手軽**」で、かつ「**場所を選ばない**」オーラルケア食品は魅力的です。

- ◆今後のオーラルケア食品の利用意向 74.8% 特に、「女性」「30代」の意向が高い
- ◆ヤング層のオーラルケアは「コミュニケーションツール」、シニア層は「自分の歯で食事ができること」をそれぞれ重視

（出現率：%）
気になる口内のトラブル(MA)
【性・年齢別】



（出現率：%）
普段利用しているオーラルケア食品の種類(MA)
【性・年齢別】



今後のオーラルケア食品の商品開発に役立てていただけたら幸いです。レポートをご覧くださいことも可能です。気軽にお申しつけくださいませ。（森）


あなたのマーケティング課題を解決するための最適なりサーチをご提案！
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■

- 2018 年 飲料トレンド・高付加価値アイテムの市場分析調査(発刊予定:2018 年 3 月 16 日)担当:丸山
 2018 年 全国パティスリー要覧(発刊予定:2018 年 3 月末)担当:伊藤
 2018 年 チルド飲料の市場分析調査(発刊予定:2018 年 4 月 16 日※)担当:野々下

※価格改定のご案内

弊社では、2018 年 4 月 1 日以降に発刊する市場調査レポートの商品価格を改定させていただく事となりました。何卒ご理解を賜り、今後とも TPC マーケティングリサーチをご愛顧いただけますようお願い申し上げます。

| | 書籍のみ | PDFのみ (ダウンロード版) | 書籍+PDF | 事前予約 (書籍+PDF) |
|----------|--------------|-----------------|---------------|---------------|
| 事業所内限定価格 | 97,000円 (税別) | 97,000円 (税別) | 107,000円 (税別) | 97,000円 (税別) |
| 法人内限定価格 | - | 194,000円 (税別) | 214,000円 (税別) | 194,000円 (税別) |

■新刊資料のご案内■

コンシューマーレポートNo.255 シリーズ第 5 弾 飲料自販機の需要拡大ポイントを探る —“スマホアプリ活用”と“自販機専用商品の強化”が有効—

発刊日:2018 年 1 月 31 日 / 頒価:360,000 円+税



■調査趣旨

今回、飲料自販機の需要拡大のための調査を実施。同調査は、月に 1 回以上飲料自販機を利用する中学生以上の 10~60 代を対象にしたもの。その結果、“品揃え”“ポイント付加”などの評価が高まり、利用機会が増加していることが分かった。また、自販機向けのスマホアプリの認知度や利用率が高まっていることから、今後は自動販売機専用商品など品揃えの拡充や、スマホアプリを活用したサービス面の強化が求められる。

調査対象

月に 1 回以上自動販売機を利用する
10 代(中学生以上)~60 代の男女
624 人

調査内容

1. 普段の飲料の購入状況
2. 自動販売機の利用状況
3. 自動販売機の評価・イメージ
4. 自動販売機向けスマホアプリの利用状況
5. 自動販売機における商品の買い方
6. 「自動販売機専用商品」の購入状況・考え方
7. 今後の自動販売機の利用意向

- 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!