

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。さて、梅雨真っ只中で気分も沈みがちなのは私だけでしょうか。

さて、そんな沈んだ気分を明るくする話題のひとつといえば、将棋界の新星藤井聡太四段の快進撃が挙げられるのではないのでしょうか。

藤井四段はプロデビューしてからここまで公式戦の連勝記録で、あの羽生さんを超えるなど、若干 14 歳にして全国にその名を轟かせる人気者となりました。最近では藤井四段のほかにも、卓球界の張本智和くん（13 歳）やサッカー界の久保建英くん（16 歳）など、様々な分野で 10 代初めから活躍する若者が目立っています。

そんな若くして才能を開花させた若者の話題でよく議論されるのが、メディアなど周りの過度な取り扱い。超一流になるには周りの重圧も関係ない度量を備

えていなければいけないという意見がある一方で、精神的に未成熟な部分も多い 10 代に過度な期待をかけることの危険性を指摘する声もあるなど、賛否両論のある難しい問題です。

こうした周りの雑音は活躍すればするほど大きくなるものですが、本人たちに罪はないので、自分の才能を最大限発揮して超一流になってもらいたいですね。

今回は才能のある若者を上から目線で応援してしまった 40 歳を目前にした一般会社員をお許しください。

それでは、今回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**
メルシャン、5 月下旬から香港輸出を開始、他

News 2 **今月の気になる飲料・デザート新製品**
「ジョア 手摘みキウイ」(ヤクルト本社)、他

News 3 **今月の気になる飲料・デザートトレンド**
ベジラテ

News 4 **TPC 社員の飲料・デザート購入録**
1 日分のマルチビタミンが摂れるピンクレモネード

News 5 **TPC メンバーに聞きました！《Drink & Dessert アンケート》**
駄菓子菓子界の No.1 は誰だ！？ キャラ-1 グランプリ 2017

News 6 **今月の気になる数字**
87.1%

News 7 **今月のヘルスケアニュース**
「体温アップ」対策の商品ニーズ

News 8 **TPC レポートのご案内**
果汁飲料の飲用実態と今後のニーズ(第 8 弾)



Topics

今月の気になる業界ニュース

このコーナーでは、6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。

■メルシャン、5月下旬から香港輸出を開始 (5月22日)

キリングroupのワイン事業部門であるメルシャンは、5月下旬から香港向けに日本ワイン「シャトー・メルシャン」を輸出すると発表しました。海外輸出は米国、シンガポールについて3か国・地域目となるそうです。キリンは、「香港の輸入ワイン市場は伸びており、今後も成長が期待できる」と説明しており、日本産ワインの評価を高めていく狙いがあります。

■サントリーとカルビーが女性の朝食需要を狙い、「ボスラテベース スイーツメープル」を共同開発(5月24日)

サントリー食品インターナショナルは、カルビーと共同開発した新商品「ボスラテベース スイーツメープル」を5月30日に発売すると発表しました。女性支持の高い「フルグラ」とコラボを行い、女性消費者の朝食需要を狙うとしています。同商品は、カルビーの「フルグラ」に注目し、共通のビジョンである「時短を豊かに忙しい日本の女性を応援する」のもと、タッグを組んで忙しい現代人の朝に貢献したいとしています。

■明治は、スナック菓子「カール」の全国販売を中止し、関西以西の西日本地域に限定して発売すると発表(5月25日)

明治は、スナック菓子の「カール」について、8月生産分をもって全国販売を休止し、販売地域を関西地域以西の西日本地域に限定すると発表しました。合わせて、ブランド整理も行い「カール チーズ味」と「カール うすあじ」の2種類のみ残り、それ以外は販売終了するとしています。同社は、カールの生産拠点を四国にある子会社の四国明治に集約する形となるということです。

■「忘れ物の傘」自販機に備え付け無料貸し出し、ダイドードリンコが東京などで展開(6月8日)

ダイドードリンコは、忘れ物の傘をリサイクルし、自動販売機に備え付けて無料で貸し出す「レンタルアンブレラ」を、関東エリアと愛知県で始めました。最大340ヶ所に順次設置する予定となっています。対象エリアは、東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、群馬県、茨城県、愛知県となっており、駅周辺やオフィス、大学構内など、利用頻度が高いとみられる場所に優先して設置します。

■トマトジュースの製造方法めぐるとの特許無効の裁判、カゴメの主張を認める判断(6月8日)

食品メーカーのカゴメが飲料メーカーの伊藤園の特許無効を訴えた裁判で、知財高裁はカゴメの主張を認める判決を言い渡しました。今回の裁判で問題となったのは、2011年に伊藤園が開発したトマトジュースの製造技術であり、この技術は糖度やアミノ酸含有量を一定の範囲内にすればトマトの酸味が抑えられ、「濃厚な味わい」と「フルーツマトのような甘み」が得られるとしており、2013年に特許登録されていました。これに対して、カゴメは製法の定義があいまいで、自社の技術が一部使われているとして、伊藤園に対して特許の無効を主張し、提訴していました。

■サントリー食品インターナショナル、「クラフトボス ラテ」の一時出荷停止(6月16日)

サントリー食品インターナショナルは、販売が想定を大幅に上回ったとの理由から、「クラフトボス ラテ」の一時出荷停止を発表しました。サントリーによると、今後の注文に対して安定的な供給量を確保できないため、供給体制が整うまでの間、出荷を一時停止せざるを得ないとのこと。再開時期は未定とのこと。

■伊藤園、茶畑でドローン実験 茶摘み最適日、上空から判断(6月22日)

伊藤園は、茶葉の収穫判断にドローンや固定カメラを使い、2020年度にも省力化した栽培体制を確立するとのこと。九州で展開する「茶産地育成事業」の茶園で、ドローンの利用実験を始めました。茶畑の画像を上空からドローンで撮影し、このデータを解析して茶摘みに最適な日を判断します。



今月の気になる飲料・デザート新製品

ここでは、5～6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>

■「ジョア 手摘みキウイ」

(2017年5月29日発売)(ヤクルト本社)

シリーズ新アイテム。“乳酸菌シロタ株”と牛乳コップ1杯(200ml)分のカルシウムが摂取できる飲むヨーグルト。キウイフルーツの爽やかな果汁感とヨーグルトのまろやかさがマッチした風味となっている。

■「スプライト エクストラ」

(2017年6月5日発売)(日本コカ・コーラ)

特定保健用食品の炭酸飲料。食事から摂取した脂肪の吸収を抑え、食後の血中中性脂肪の上昇をおだやかにする関与成分、難消化デキストリン(食物繊維)を配合している。「スプライト」ならではの強炭酸による刺激と清涼感のあるレモンライムの風味が味わえる。ゼロカロリー。

■「サントリー 特茶 ジャスミン」(2017年6月6日発売)(サントリー食品インターナショナル)

特定保健用食品。「伊右衛門 特茶」同様、脂肪分解酵素を活性化させる働きがある“ケルセチン配糖体”を配合しており、体脂肪低減作用を訴求している。特級・一級のジャスミン茶葉に、京都の老舗茶舗「福寿園」の茶匠が厳選した国産緑茶を加えることで、力強い華やかな香りの中にも爽やかですっきりとした渋みを感じることができ

■「菌活乳酸菌」

(2017年6月19日発売)(伊藤園)

8種類の乳酸菌を含んだ、ヨーグルトフレーバーですっきりとした味わいの乳酸菌入り飲料。カスピ海近郊のコーカサス地方で伝統的に作られている数種類の乳酸菌入りヨーグルトをイメージしている。脂肪ゼロ。

<アルコール類>

■「サントリー ザ・モルツ サマードラフト」

(2017年6月27日発売)(サントリービール)

シトラスの香りを思わせる「シトラホップ」と当社独自の製法で加工した麦芽を一部使用することで、夏にぴったりの“爽快な飲みごたえ”のビール。また、パッケージにグリーンやブルーを使用することで夏らしい爽やかなデザインとなっている。CVS 限定販売。

<アイス・デザート>

■「ピノ 魅惑の濃厚ジェラート グレープ&ベリー」(2017年6月19日発売)(森永乳業)

大人の女性に向けた、心煌めく一口ご褒美アイス。ブドウ果汁とカシス果汁をバランスよく配合し、ブルーベリーの果肉食感が楽しめるジェラートをブドウチョコでコーティングした一口タイプの濃厚ジューシーなジェラートとなっている。

■「新感覚かけまぜゼリー」

(2017年6月20日発売)(森永乳業)

大カップに入ったソーダ味のゼリーに、小カップに入ったソースをかけてまぜることで、“色・味わい・食感”の変化が楽しめる新感覚のゼリー。具体的には、ソースをかけてまぜると、ソーダ味がメロンソーダ風味に変わるとともに、微炭酸が発生し、炭酸の清涼感も楽しめる。また、青色のソーダゼリーが透明感のあるメロン色に変わり、視覚的にも楽しめる。

<菓子>

■「明治 ザ・チョコレート 軽やかな熟成感ピッドミルク」(2017年5月30日発売)(明治)

シリーズ新アイテム。カカオ分54%。栄養豊かかつ重厚ながら、スパイシーで爽やかな酸味を感じるドミニカ共和国産カカオを生かした、フルーティーさと力強さを併せ持つ味わいとなっている。カカオの香りと重厚なミルクの風味が楽しめ、甘さ控え目な大人向けのダークミルクチョコレート。

■「フェットチーネグミ すいかソーダ味」

(2017年6月6日発売)(ブルボン)

イタリアンパスタ、フェットチーネのような形状で、少し硬めのアルデンテな弾む噛みごちが楽しい、きゅんとすっぱいすいかソーダ味のグミ。ビタミンCと食物繊維入り。

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。

ベジラテ

今回は、少し趣向を変えて、これから日本でブームになりえる可能性のあるドリンクの「ベジラテ」をご紹介します。

「ベジラテ」は、エスプレッソの代わりにビーツやターメリックを使用するほか、牛乳の代わりにアーモンドミルクやココナッツミルクなどの植物性ミルクを使った作られたヘルシードリンクで、野菜パウダーなどを加えたものもあるようです。

発祥はオーストラリアで飲まれていたドリンクレンピとなっており、現在流行に敏感なニューヨーカーの間も大注目！！のドリンクになっているとかいえないとか…。中味はあっさりとした口当たりで飲みやすく、ノンカフェインということでカフェインが気になる方にも安心して飲むことができるものとなっています。

日本でも徐々に“ベジタリアン”が増加しつつあるなか、新たな海外発ドリンクとして、いつ日本でブームに火が付くか注目です！！



photos Kimisa H, Teruaki Kawakami, Tohru Yuasa, Molly Decondreaux

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。



1日分のマルチビタミンが摂れるピンクレモネード

■価格：156円(税抜)

■容器：紙パック

■容量：450g

■購入場所：ローソン

■商品特徴

この一本で1日分のマルチビタミン4種類を摂ることができる。
ピンクグレープフルーツの果肉入り

■購入理由

- ・最近熱くなってきて、家から持ってくるお茶だけでは足りなくなってきたから
- ・さっぱりしたものが飲みたかったから

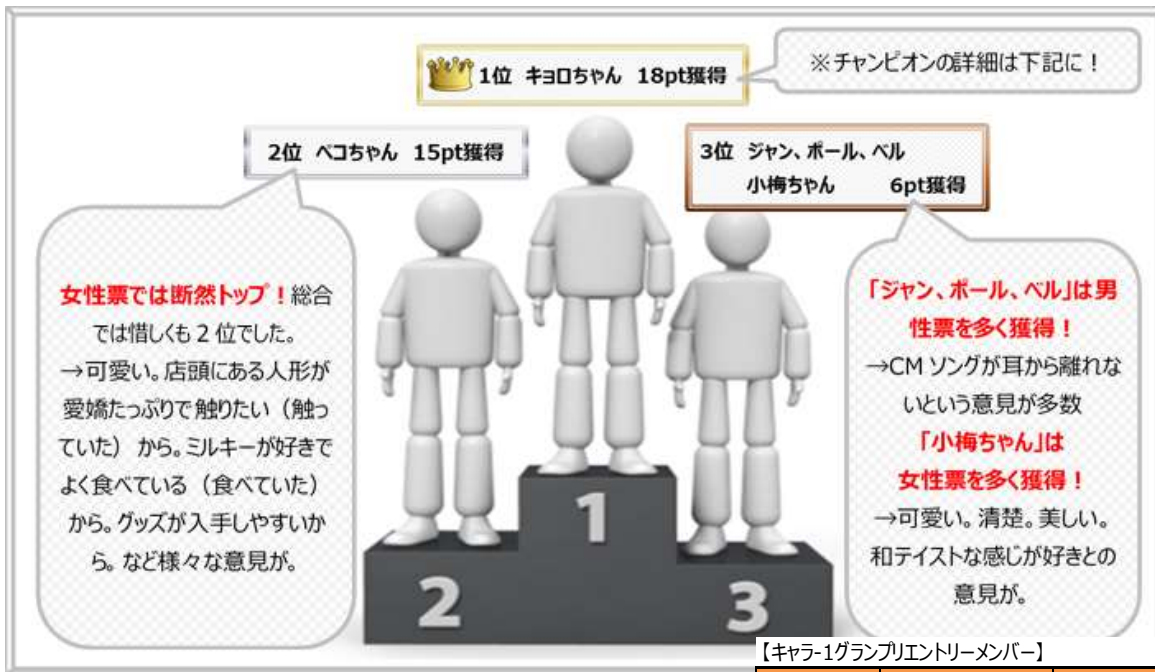
■食後の感想

- ・めちゃくちゃさっぱりしており飲みやすい
- ・グレープフルーツの果肉がいい食感となっている
- ・容量も多いのが Good!

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☆

駄菓子菓子界の No.1 は誰だ！？ キャラ-1 グランプリ 2017



| エントリーNo. | キャラ名 | 所属 | 代表菓子 |
|----------|------------|-----------|----------|
| 1 | ベコちゃん | 不二家 | ミルク |
| 2 | カールおじさん | 明治 | カール |
| 3 | キョロちゃん | 森永製菓 | チョコボール |
| 4 | うまえもん | やおきん | うまい棒 |
| 5 | ベイちゃん | おやつカンパニー | ベビースターメン |
| 6 | ジャン、ポール、ベル | 湖池屋 | ポリンキー |
| 7 | マーチくん | ロッテ | コアアのマーチ |
| 8 | 小梅ちゃん | ロッテ | 小梅 |
| 9 | よっちゃん | よっちゃん食品工業 | カットよっちゃん |
| 10 | その他 (FA) | | |

今月は「駄菓子菓子界の No.1 は誰だ！？ キャラ-1 グランプリ 2017」というテーマでアンケートを実施しました。あらかじめ選出した「キャラクター9人＋自由回答 (FA)」の中から、「一番好きなキャラクター」と「その次に好きなキャラクター」を聞きました。「一番好きなキャラクター」には 2pt、「その次に好きなキャラクター」には 1pt が加点され、その合計得点でナンバーワンを決めるシステムとしました。なお、今回は24人の方にご回答いただきました。

その結果、「キャラ-1 グランプリ 2017」栄えある**チャンピオンは「キョロちゃん」**になりました！「キョロちゃん」は男性票 9pt、女性票 9pt と男女ともに支持を得てチャンピオンとなりました。具体的な理由を聞いたところ、「おもちゃのカンヅメを手に入れたから」「金・銀のエンゼルを集めていたから」「いつかおもちゃのカンヅ

メを手に入れたいから」といった“懸賞”に関する理由や「キャラ自体が可愛いから」「子どもの頃キョロちゃんが主役のアニメを視ていたから」といった“キャラそのもの”に関する理由が多くみられました。その他、「CMが印象深いから」「子どもの頃によくチョコボールを食べていたから」など意見もありました。

すなわち、「キョロちゃん」を好きになったきっかけは様々であることがわかりました。また、総合的にみると、“**キャラクターそのものの魅力**”や“**お菓子自体の魅力**”だけではなく、“**グッズ展開**”や“**特別なキャンペーン**”、“**印象的な CM**”など様々な魅力を兼ね備えた**キャラクターが上位になる**傾向がみられました。

また、この質問を子どもあるいはお年寄りにしたら、世代によって違う結果になるのかもしれませんが。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。

87.1%

今回は5月15日付の日経MJに掲載されていた「お土産お菓子に関する調査」(調査:2017年4月19日~4月20日/対象:全国の20歳以上男女1,000名)の結果を取り上げます。

なお、この調査は総合マーケティング支援を手掛ける㈱ネオマーケティングが実施した調査となっています。

調査結果によると、全国の菓子82商品に対する認知度を聞いた質問では、「**白い恋人**」(北海道)が**87.1%**でトップ。以下、「うなぎパイ」(静岡県)が73.7%、「鳩サブレ」(神奈川県)が73.2%、「生八ツ橋」(京都)が72.1%、「東京ばな奈」(東京)が71.8%などで続いています。

北海道土産、いや、全国の土産菓子の定番と呼べる「白い恋人」は強し!!の結果ですね。みなさんが好きな土産菓子はこのランキングに入っていましたか??

このほか、この調査では土産菓子の購入状況に関する質問で「**自分用**」の土産菓子を購入する人の**4割が複数個購入**するという結果や、**土産菓子の購入予算は「1,000円~3,000円未満**」とする人が最も多くなっているなどの結果が出ています。

全国の百貨店などで北海道や九州などの物産展が定期的に開催されているほか、ネット通販でお取り寄せできるなど、現地に行かなくてもその土地の名産品が手軽に手に入る時代ですが、やはり名産品はその土地に行って購入したいものですね。最後に、私がお気に入りの土産菓子は「白いブラックサンダー」(北海道)ということをお伝えして、今回の結びにしたいと思います。次回もお楽しみに・・・

菓子土産認知度ランキング (複数回答)

| 全国 (n=1,000) | |
|--------------|-------------------|
| 1位 | 白い恋人 (北海道: 87.1%) |
| 2位 | うなぎパイ (静岡: 73.7%) |
| 3位 | 鳩サブレ (神奈川: 73.2%) |
| 4位 | 生八ツ橋 (京都: 72.1%) |
| 5位 | 東京ばな奈 (東京: 71.8%) |
| 6位 | ちんすこう (沖縄: 66.4%) |
| 7位 | カステラ (長崎: 65.9%) |
| 8位 | 雷おこし (東京: 64.3%) |
| 9位 | 赤福餅 (三重: 63.0%) |
| 10位 | ずんだ餅 (宮城: 59.6%) |

(株)ネオマーケティング調べ



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。

「体温アップ」対策の商品ニーズ

こんにちは TPC ヘルスケア担当の清水です。今回は弊社で 5 月に調査した『「体温アップ」対策の商品ニーズ』のデータをご紹介します。

現在「身体の不調」を感じていて、その不調を解消するために「身体を温める」ことを意識して継続的に行っている 20～60 代の女性 620 名を対象に「女性の健康」と「身体を温める」といった行動がどのように関連しているかを調査致しました。今回は「冷え」以外のニーズを探ることが目的の 1 つでもありました。

近年、温熱商材は冬のみならず、夏にも需要が拡大しています。市場の動きとしては、昨年「腸温活プロジェクト」が発足され、低体温や冷えがらくる体の不調のリスクをなくそうといった活動が始まりました。

調査の結果からも、「身体を温める」ことの根底には「冷えの改善」がありますが、加えて「肩こり」「腰痛」「腹痛」といった痛みの緩和や「免疫力の向上」「疲労回復」「腸内環境の改善」といったニーズも非常に高かったです。肩こり・腰痛など痛みの緩和や冷え改善はアウター商材ニーズが高く、疲労回復や免疫力向上といった体質改善はインナー商品のニーズが高い傾向にありました。

また、「身体を温める」食品・成分について見てみると、「生姜」の認知度は 97.4%と大半の人が「身体を温める」食品であることを認知しており、全体の 9 割の人が「生姜」を摂取したいとしていることが分かりました。次に、摂取意向が高い「ハーブティー」をみると、認知度 44.5%に対して、摂取意向が 47.7%と上回っていました。その他、「ナットウキナーゼ」も「身体を温める」成分としての認知度は低いものの、摂取意向が約 2 割と高い結果となりました。

私も年中「身体の冷え」に悩む 1 人です。体質から改善する必要があると感じており、特に仕事にデスクで「身体が温まる」飲み物があればいいと思います。

<「身体を温める」商品購入時に重視すること (MA) >

| 商品 | 1 位 | 2 位 | 3 位 | |
|------|-----------|--------------|---------------|---------------|
| インナー | 飲料・サプリメント | 体質改善できそう | 継続しやすいそう | 1 年中ずっと利用できそう |
| | 食品・内服薬 | 体質改善できそう | 1 年中ずっと利用できそう | 継続しやすいそう |
| アウター | 入浴剤 | リラックス効果がありそう | 身体の芯から温まりそう | 血流が良くなりそう |
| | 温熱シート・シップ | 血流が良くなりそう | 使い心地が良さそう | 効果の持続性・即効性 |



あなたのマーケティング課題を解決するための最適ナリサーチをご提案！
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■

- 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30日)担当:後呂
 2017年 和・洋スイーツメーカーのアジア戦略調査(仮)(発刊予定:2017年7月7日)担当:中橋
 2017年 ヨーグルト・乳酸菌飲料の市場分析調査(発刊予定:2017年9月末)担当:水上

■ご予約資料のご案内■

果汁飲料の飲用実態と今後のニーズ(第8弾)

—“国産果汁”の訴求力を高めるポイントとは!?!—

発刊予定日:2017年6月30日 / 頒価:360,000円+税



■調査ポイント

- ◆“国産果汁”に対するニーズがあるか??
- ◆“国産果汁”の訴求力を高めるポイントとは??
- ◆時系列でみた果汁飲料に対する傾向の変化は??

調査方法

全国 WEB によるアンケート調査

調査対象

20代~60代の男女 600サンプル

調査項目

- ◆被験者特性
 - ⇒性別、年齢(年代)、同居 or 一人暮らし、子供の有無
- ◆果汁飲料の飲用実態
 - ⇒果汁飲料の飲用経験
 - ⇒果汁飲料の飲用機会の増減と理由
 - ⇒果汁飲料の飲用頻度
 - ⇒果汁飲料の飲用場所
- ◆果汁飲料の購入実態
 - ⇒果汁飲料の飲用シーン、飲用目的・理由
 - ⇒飲用したことのある果汁飲料の商品【果汁100%/果汁100%未満】
 - ⇒飲用したことのある果汁飲料の容量・容器
 - ⇒果汁飲料の購入先・購入価格
 - ⇒果汁飲料の購入ポイント
- ◆果汁飲料に対する評価
 - ⇒果汁飲料の気に入っている点
 - ⇒果汁飲料に対する不満点
- ◆国産果汁の受容性
 - ⇒果汁飲料の購入時に“国産果汁”を意識するか
 - ⇒国産果汁を意識する理由
 - ⇒飲用したことのある国産果汁のフルーツの種類
 - ⇒今後国産果汁の果汁飲料の購入を増やしていきたいか
 - ⇒飲用したい国産果汁のフルーツの種類
 - ⇒魅力に感じる国産果汁の訴求
 - ⇒国産果汁に付加してほしいもの
- ◆果汁飲料の今後の飲用意向
 - ⇒今後の果汁飲料の飲用意向
 - ⇒今後飲用したい果汁飲料の容器、容量
 - ⇒今後飲料したい果汁飲料の果汁率
 - ⇒今後果汁飲料を飲用したい理由
 - ⇒今後果汁飲料を飲用したくない理由
 - ⇒今後の果汁飲料の飲用機会の増減
 - ⇒今後の果汁飲料に望むこと
 - ⇒果汁飲料に対する考え方
 - ⇒ジュースで飲みたいと思うフルーツの種類
 - ⇒果汁飲料に配合されてほしい健康成分

- 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 ビブリアテック

お問い合わせはお気軽に!