

「食」に関する様々な経験を生かし、広く張り巡らせたアンテナで、“これからの「味」”を予想します！

Report No.

FO20SP19

## 勝ち残るチューハイ飲料はどれ？ 選択肢は「味か、味以外か？」

外出自粛に伴い、在宅での生活時間が増えることで、家飲みや家での食事機会が増えています。結果的に、アルコール飲料も家庭においては伸長していますが、飲食店と異なり、温度や品質、量も異なる飲み方がされる環境下において、どのようにブランド価値や商品価値を認知してもらうか、味の魅せ方、映え方、印象の残り方について、今後の生き残りがどちらに向くか注目されます。

### Bizpoint : 期待値と意外性の差異が「予想外」、高評価とは「否定要素がない」ことで成立する

#### 1. 味は主役か？ 脇役は誰か？

物語や映像において、主役が映えるのは脇役が存在があるからであり、その関係性こそがストーリー全体を盛り立てます。商品においても同様で、なんでも「強く」要素を盛り込めば良いのではなく、メインとなるおいしさがあり、それを支える脇役にどのような要素を持ってくるのか、異なる味や味以外の要素でも実現できるだけに、そのパターンは無限大です。五味のおいしさは既に認知されている日本人の舌に認められる「おいしさの構成要素」はこれからどうなっていくのでしょうか。

#### 2. 家飲みは、「ルーチン」であり「精神」への処方箋

毎日晚酌をする習慣がある人にとっては、尖った味よりも、すっきりとした飲みやすさのほうが継続飲用につながりやすいもの。一方、飲酒自体が精神的な安らぎや気分転換のような位置づけにある場合は、ガツンとした爽快感や味のボディ感が欲しくなるもの。それぞれ飲用する人のニーズによって、好みの銘柄は分かれることでしょう。しかし、「同じ味」が続くと、人間は飽きにくるというもの。日常の中に僅かな変化や違いが存在することによって、「いつもの味」が改めて再認識される。そうした意味でも、スタンダードな味だけでなく、味を強化したり、後味に変化をつけるなど、メイン商品に対する「別バージョン」の存在は、ロングセラーを続けるためには欠かせない存在となっています。今年のチューハイ市場は、そうした意味では、認知されているブランドが「少しの変化」として、味や食感においてそれぞれ異なる方向性を見出しており、果たしてネクストブレイクはどちらに向くのか、注目されるどころです。特に、不安やイライラが起こりやすい市場環境、景況感がこれから待ち受けており、今夏の売上の傾きと変化は注視すべきでしょう。

### 味の引き立て役として、味か、味以外の要素で印象を変える

#### 外出自粛・巣ごもりで飲酒量増加 依存症悪化の懸念も

新型コロナウイルスの感染拡大に伴う外出自粛が広がる中、アルコール依存症の患者の増加や症状悪化を懸念する声が高まっている。先行きの見えない不安やストレスがたまって酒量が増えてしまったり、自助グループの会合に参加できなくなったり。専門家らは「支援に制約もあり、いっそうの警戒が必要だ」と呼びかける。(日本経済新聞 2020年4月28日)

ビジネスチャンスだが、酔うだけでなく味の印象を残して市場への生き残り競争を勝つ

#### 強炭酸刺激(食感)で勝負



◀『ウィルキンソン・ドライセブン』は、『ウィルキンソンタンサン』を使用し、『ウィルキンソン・ハードナイン』『ウィルキンソン・ハイボール』とともに、当社RTD史上“過去最高のガス圧”による炭酸の爽快感が特長。(アサヒビール)

#### 味を重ねる多層感(味覚)で勝負



◀麒麟特製「うまみエキス」で味に深みを出し、さらにレモン果汁を一搾り加えることで、レモンの風味豊かな味わいに仕上げた。(キリンビール)

#### 高アルコール(ボディ感)で勝負



「-196℃」ブランドは、2005年に誕生した、同社独自の“-196℃製法”による、まるごと果実を凍結したおいしさの特長の缶チューハイ。(サントリー)

#### 塩梅(引き立てる味)で勝負



◀通常は飲食店のみで提供してきた「男梅ハイボール」を参考に、昨年発売時より味わいバランスを向上させた。(サッポロ)

・男梅の「しょっぱい旨さ」はそのままに、強炭酸で仕上げた爽快なハイボール  
・ジャパニーズウイスキー風味のすっきりとした飲み飽きないおいしさ

▶ 本レポートの内容に関するお問い合わせ、または味トレンドレポートに題材として取り上げてもらいたいテーマのご希望等は、弊社担当までご相談ください。

(注意事項) 本レポート記載内容は、取材、調査時によるもので、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。お客様において事業の計画、立案、実施においては、事業リスクについて十分検討し、意思決定くださいますようお願い申し上げます。

□本レポートのお問い合わせ先: 株式会社味香り戦略研究所 味ブランド戦略部 [sales@mikaku.jp](mailto:sales@mikaku.jp) まで

Copyright © 2020 Taste and Aroma Strategic Research Institute Co., Ltd.

「食」に関する様々な経験を生かし、広く張り巡らせたアンテナで、“これからの「味」”を予想します！

Report No.

F020SP29

特徴をより先鋭化するニーズ。欲しいもの欲しい時欲しいだけ！

飲料、食品のトレンドキーワードとしてどのようなものが話題になっているか、また、市場環境に影響を与える法令、統計、売り場も含めた押さえるべきキーワードを月次でまとめます。緊急事態宣言解除後、すこしずつ流通・小売に商品の流れが回復してきました。ただ、客単価が上がる傾向はあるもののメリハリ消費はより先鋭化し、No.1しか売れない、そんな光景もみられるようになっていきます。

**Bizpoint : 商品の情報と価値の「オンライン化」ができなければ、無存在、無価値に等しい商品認知**

### 「パンに塗って、のせて、おともが話題に」 話題の食

めっちゃサクサク！まさに「塗るポテトチップス」の『ポテトtoastコンソメ風味270円』。なめらかなコンソメクリームの中にカリカリのドライポテトがたっぷり。食パンに塗って焼けば、香ばしいポテトチップスのような味と食感になる。スイーツ系おとも『ナッツの蜂蜜漬け(M)1070円』。優しい甘みの蜂蜜の中にカシューナッツやマカダミアナッツなど、4種類のナッツがぎっしり(ZIP キテルネ 7月1日)

### 「デパート各社、夏商戦で売上減改善」 調査・統計

デパート各社が発表した6月の売上げ速報によると、三越伊勢丹HDの売上高は去年と比べて19%の減少。大丸松坂屋百貨店では28%の減少。また、そごう・西武や高島屋も16%程度の減少。緊急事態宣言の解除で御中元などの「夏商戦」が本格化し、セールの前倒しの効果もあり5月よりも減少率は改善。(Nスタ 7月1日)

### 「カルディコーヒーファーム上半期売上」 消費トレンド

1位 ラ・プレッツィオーザ ダイストマト缶 91円  
 2位 マイルドカルディ 460円  
 3位 PRO-HAM 生ハム切り落とし 313円  
 4位 さばの水煮 175円  
 5位 パンダ杏仁豆腐ミニ 180円  
 6位 ソチョン 伝統韓国海苔 398円  
 (ヒルナンデス 7月2日)

### 「海外の激ウマ調味料」 話題の食

「サテトム」は甘辛く、炒めものやごはんにかけて食べる。肉味噌のようなペースト状で、材料は干しエビと唐辛子、油、レモンガラスなど。口にすると先に辛さ、後にレモンガラスの爽やかさ。ベトナムではうま味を加える調味料として炒め物やフォーに加える。「チャートマサラ」。コショウのようなパウダーで、カレー粉のような香り。米「BBQスモークキーマープルソース」等(ZIPニュース 7月2日)

### 「一部分だけたべたいわがままグルメ」 消費トレンド

渋谷にある「東京たらこスパゲッティ」はたらこスパゲッティ専門店であらこのトッピング。森永は「チョコボール」の中身をそのまま「チョコボールの中身」として販売。エースコックはわかめラーメンのわかめ3.5倍の「EDGE × わかめラーメン ごま・しょうゆ また帰ってきたわかめ3.5倍」を販売。日本ハムはシャウエッセンの中身だけを使った「あらびきミートローフ」。(Nスタ 7月2日)

### 「営業自粛による流通大手・CVS減益」 食ビジネス

スーパーやコンビニなどの流通大手4社の2020年3月から5月期の決算が出揃い、イオンとローソンの2社の最終損益が赤字。新型コロナウイルスの感染拡大による営業の自粛が響きました。セブン&アイホールディングスとファミリーマートは黒字を維持したものの、大幅な減益となった。(WBSニュース 7月9日)

### 「「デカフェ」飲料に注目！」 話題の食

サントリーの「クラフトポスデカフェ」。カフェインレスだが、コーヒー本来の香りとコクを味わえる。170円。伊藤園の「お〜いお茶カフェインゼロ」は茶葉の香りと味わいを楽しめる。140円。麒麟の「生茶デカフェ」は緑茶の香りがより引き立つようリニューアル。140円となっている。(ZIP 得島えりかのトクトク 7月10日)

### 「夏に食べたい爽やかなレモンスイーツ」 消費トレンド

全国184店舗ある成城石井のレモンスイーツ。2万6000個販売されたイタリア産シチリアレモンのチーズケーキ。パウンドケーキの上にレモンチーズケーキが乗り、レモンクリームとピスタチオクリームが乗っている。濃厚で、ピスタチオの食感も良い。伊勢丹新宿のノワ・ドゥ・ブールの見た目がレモンのケーキ。割ってみるとふわふわの生地で、レモン果汁がたっぷり(ZIP キテルネ 7月13日)

#### 【8月の動向】 <二十四節気>

8月7日 立秋(りっしゅう)  
 8月23日 処暑(しよしょ)

#### <行事>

8月9日 五輪閉会式(延期)  
 8月10日 山の日  
 8月15日 終戦記念日

#### <オススメ旬食材>

野菜: さといも、とうがん、なす、ゴーヤ、はとうがらし  
 果実: すだち、かぼす、なし、いちじく、シークワーサー  
 魚: いわし、たちうお、すずき、かじきまぐろ

▶ 本レポートの内容に関するお問い合わせ、または味トレンドレポートに題材として取り上げてもらいたいテーマのご希望等は、弊社担当までご相談ください。

(注意事項) 本レポート記載内容は、取材、調査時によるもので、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。お客様において事業の計画、立案、実施においては、事業リスクについて十分検討し、意思決定くださいますようお願い申し上げます。

▶ 本レポートのお問い合わせ先: 株式会社味香り戦略研究所 味ブランド戦略部 [sales@mikaku.jp](mailto:sales@mikaku.jp) まで

Copyright © 2020 Taste and Aroma Strategic Research Institute Co., Ltd.