

# サントリー機能系RTD

## 「GREEN 1/2」好スタート!



——**開発背景について**  
 コロナによる在宅時間の増加に伴い、ユーザーの健康意識にも広がりが見られる。これまでの、体重の増加や血糖値の上昇を気にする層に加えて、日常的に健康を意識する層が増えた。「グリーンハーフ」は、健康に対して漠然とした意識はありつつも、ストイックな栄養管理や適度な運動をせずに健康を維持したい、なんとなく健康意識層へ



サントリースピリッツが9月28日に上市した糖質50%オフのRTD新ブランド「GREEN 1/2 (グリーンハーフ) (レモン)」同「グリーンハーフ」(各350ml缶・税別希望小売価格141円、500ml缶・191円)が、健康感のある商品設計やしつかりとした果実感で好評だ。発売以降の滑り出しも順調で、糖質50%オフRTDは市場の中でも

新しい選択肢のひとつとして、30〜40代の女性ユーザーを中心に支持されている。開発背景には在宅時間増加に伴う健康意識の高まりと、これまでの健康を我慢や無理をせずに日常の中で維持していきたい、なんとなく健康意識層の増加が関係している。商品コンセプトや発売以後の動向や反響、年明けから展開する新フレーバー「白ぶどう」について、高橋直子RTD・LS事業部RTD部課長(写真)に話を聞いた(取材日10月12日)。(聞き手 鍵野史人)



全体の中で、3200万人と最大ボリュームの3割を占めている。人数も前年比108%で、今後も増加傾向にあると予想している。

——**主なターゲット層や、糖質50%オフ実現の工夫点は**

に向けて提案している。——**なんとなく健康意識層とは具体的に**  
 飲食に対する我慢や、筋トレなど適度な運動はせずに、無理なく健康を意識したい層と捉えている。例えば、「ラーメンの食後に「黒烏龍茶」を、食中酒に糖質オフ系のビール類を飲用するユーザーを指す。自分の都合に沿った健康習慣を持った層で、健康を意識するユーザー

「グリーンハーフ」は、なんとなく健康意識層の中でも構成比42%を占める、週に5回程度ビール類やRTDなど缶酒をメインに飲用する30〜40代がターゲット。特に、この年代が酒に対して求める「糖質オフ」の飲み飽きない・食事に最適な味わい・楽しさの3点を重視。「糖質オフ」は、ビール類には多数存在し市場を

### 糖質50%オフRTD、30〜40代中心に好調

すため緑を基調にした自然なデザイン。缶体表面には「糖質50%オフ」の文字を大きく配し、商品名にも「ハーフ」の文言を採用し商品特長を分かりやすく訴

系ビールや新ジャンルの飲用経験があるユーザーも反響している。

——**購入者からの具体的な反響について**  
 SNSでユーザーの購

入報告が多く確認されている。「さっぱり・甘さ控えめ・ライト」な中味がボジティブに受け止められており、今後しっかりと特長的なイメージとして定着させていきたい。また、当社が予想していた以上に人工甘味料未使用に対する反響が大きい。甘さや果汁感がしっかりとされており、糖質50%オフなので後ろめたさもなく、酒らしい味わいを感じながら楽しく酔える点が高く評価されている。

投稿の中には「こつりとした料理や、低糖質のスイーツと合わせて飲用する」なんとなく健康意識層も確認できた。中には、ダイエット中の飲用やマラソン後に自宅でリラックスして飲用するストイックなユーザーも存在。

——**お酒の楽しさ、打ち出した広告展開**  
 お酒を我慢せずに楽しむ飲用して貰いたい、という思いから



求している。

——**発売初週の動向**  
 当社の調べによると、機能系RTD市場全体の伸び率にも乗せする形で貢献することができた。店頭では、販促用にポップを展示し大々的に展開している。

ターゲットに定めていた30〜40代の獲得にも成功。男女比では主に女性からの支持が強い。350ml缶と共に、今後は500ml缶購入も期待している。

フレーバーごとに購入者の流入元RTDを調べると、「レモン」はゼロ系や無糖系で、中程度帯アル分のレモンフレーバーメインのブランドから流入が多く、「グリーンハーフ」は高果汁の味わいを重視するブランドから流入した。また、これまでにオフ

「糖質50%オフ」は、ビール類には多数存在し市場を

「糖質50%オフ」は、ビール類には多数存在し市場を

「13面から続く」  
000リツイートを記録した(10月12日時点)。また、芸人のAMEMIAさんや小梅太夫さんを起用したSNS向けの動画「#グリーンハーフはじめました」も反響を呼んでいる。このほか、YouTubeでの6秒動画配信や、We

### 養命酒製造

養命酒製造は、秋冬に向けて「クロモジのど飴」の展開に注力する。

日本各地に自生しているクロモジのエキスを配合したのど飴。クロモジは、和菓子や茶席で使用される高級楊枝で知られている。爽やかな芳香(主成分はリナロール)が特徴で、日本では古くから香水や石けんの香料として使用されてきた。「最近ではクロモジを活用したアロマオイルも商品化されるなど、注目の植物。」(同社)。

クロモジはクスノキ科の落葉樹。同社では長年研究を重ねており、近年では、資源を守り、持続可能性を高めるため、栽培技術を研究中。20年には駒ヶ根工場などの自社敷地に約5000本の苗を植え、異なる環境下でどのよう

## 今秋冬に「養命酒製造クロモジのど飴」の展開強化

bサイトとのタイアップを展開。リアルでは約13万本のサンプルリングも実施予定。

Sキャンペーンなどを継続投入する予定で、トライアルを最大化し市場の活性化を目指す。

——機能系への注目高まる1月に「白ぶどう」追加

年末年始は食べ過ぎや飲み過ぎによる、正月太り、み過ぎによる、糖質オフが発生するため、糖質オフなど機能系に対する注目が

高まる。「グリーンハーフ」にとって大きなチャンスだ。

1月18日から全国で発売する「同(白ぶどう)」は、当社独自の原料酒を複数ブレンド。糖質50%オフ、人工甘味料不使用で白ぶどうの華やかな香りと軽やかな飲み心地が楽しめる。35

0.500cc缶の2種類で、新たな定番フレーバーとして発売する。

今後も中味に対する特長をしつかりと時間をかけてアピールし、糖質50%オフ、RTDとしての定着を目指したい。



に育つか試験栽培も行っている。

クロモジに注力する背景には、主力「薬用養命酒」で、クロモジの幹と枝からつくられる生薬であるウシヨウを使用してきた経緯がある。「薬用養命酒」を長年つくり続け

やDg.sなど徐々に販路を拡大し、現在は「黒蜜×ハーブ風味」、「生姜はちみつ」の2種類。「売り上げは「生姜はちみつ」がけん引。寒くなる季節には、生姜の体を温めるイメージが奏功しているようだ。味わいも支持されてい

てきた歴史の中で、クロモジに関する知見を積み重ねてきた。「クロモジのど飴」のほか、「香の森」などのクラフトジンシリーズにも活用している。クロモジの魅力在世の中に発信していきたい。

「クロモジのど飴」は2018年に新発売し、20年にはパッケージと名称を変更。SM

「クロモジのど飴」は2018年に新発売し、20年にはパッケージと名称を変更。SM

も営業を強化して販路を拡大してきた。「20年は外出機会が減り、マスク生活が続くことでキャンディ市場は縮小したが、製菓メーカーなどが造るのど飴はあまり影響がなかったようだ。「クロモジのど飴」も堅調に推移した。高齢層は、季節を問わず飴を食す習慣もある。取り扱い店舗は増加してきているが、商品認知の向上にも努めている。

課題は、「間口を広げている」。

この秋冬にはマス広告展開を実施し、販促を強化する。10月から新聞出稿、BSでは11月6日からテレビCM放映開始。さらに、Webでのパナー広告も展開。

(小倉泉弥)

手洗い、マスク、クロモジのど飴!

【この冬は始める新習慣!】

養命酒製造が長年研究してきたクロモジのエキスを配合しました。どろりペースト入りの、こだわりの層構造で、味わいの変化が楽しめます。

国産 由来 クロモジポリフェノール

ほんのり甘い ハードキャンディ

どろりペースト in

便利な個包装

養命酒製造 クロモジのど飴 生姜はちみつ

養命酒製造 クロモジのど飴 黒蜜×ハーブ風味

ウェルネスフードアワード 2021 OYATSU部門 銅賞

月刊H&Bリテール 食と健康アワード 2020 優秀賞

ドラッグビックス 第32回 ヒット商品賞 優秀賞

★(養命酒製造クロモジのど飴)シリーズとして★(養命酒製造のど飴)シリーズとして★(養命酒製造のど飴)として

(養命酒製造クロモジのど飴生姜はちみつ)は、はちみつを使用しておりますので、1歳未満の乳児には与えないでください

養命酒製造株式会社

一滴でひとかけ!

テーパーレ

新鮮な一番しぼりだけの風味がきき立つ 本格オリーブオイルです。

フルーティーなおいしさが特長で、料理にひとかけするほか、ドレッシングやマリネなどにおすすめです。

70g 瓶 150g 瓶 200g 瓶 320g 瓶 400g 瓶 600g U.D. エキス

「AJINOMOTO オリーブオイル エクストラバージン」

JOYL Joy for Life https://www.j-oil.com/