

酒類・食品 & News 解説

週刊

令和6年12月6日(金曜日) 第3424号
 (昭和42年7月10日第3種郵便物認可)
 毎週金曜日 発行 編集発行人 石母田 健
 購読料 6ヵ月 14,300円(税込)
 振替番号 東京4-71739
 発行所 株式会社 日刊経済通信社
 本社 東京都中央区日本橋小伝馬町10番11号 日本橋府川ビル9階
 ☎03(5847)6611(代) FAX 03(5847)6600
 名古屋支局 ☎052(253)6924 大阪支局 ☎06(6353)1791
<http://www.nikkankeizai.co.jp/>

相次ぐ値上げのコーヒー業界

消費喚起に注力

コーヒー業界はコスト高騰に歯止めがかからない。断トツの主要因は生豆相場の上昇で、歴史的な高値が常態化している。当然、日本のコーヒーメーカーは影響を受け、度重なる価格改定を余儀なくされているが、物価高に賃金アップが追いついていない今、「値上げしただけ」で終わっては、間違いなく消費者は離れる(業界関係者)懸念がある。各メーカーは苦しみながらも消費喚起策を積極的に展開。本稿では、11月に東京都渋谷区でUCCグループ、味の素AGF、キーコーヒーと有力メーカーが揃い踏みした消費者イベントの様子を紹介する。また、新たな需要開拓を目指す「カフェインマネジメント」の提案を考察する。

〈11月渋谷に有力メーカー3社集結〉

■味の素AGF
 ステイックミックスシリーズ「プレنديカフェ

ラトリー」の無料体験イベントを開催。前年同時期に初開催し好評だった。17種のフレーバー、焼菓子組み合わせ約1000通りを用意し、好みや気分を伝えると最適なセットを提供。シリーズ「ほんのり幸せをあなたに」というパーソナルな特別感を増幅させる仕掛けとなった。メディア向け先行内覧



会も開催し、タレントのDecoがアピール。コンシューマービジネス部署ティックグループの伊賀梨穂子氏は、同シリーズの認知を上げたい考えを示し、「2016年の発売から累計12億杯を超え、直近も伸びている」としつつも「強みであるバラエティを知ってもらえてなかったりもする」と課題も指摘した。来場者数は前年比400人増の2000人を見込んだ。

■キーコーヒー
 試飲トラックを出動させた。23年秋冬に誕生した家庭用コーヒーブランド「KEY DOORS+」のプロモーション。発売当初か

主な内容

相次ぐ値上げのコーヒー業界12面
 ワインニュース④11・13面
 (MHDモエヘネ、リドオフ、モトックス、スドリ買)

キリンブランドを通してビール社会とつながる②	15面
福寿園が祝賀会	3面
新生「U・S・M・H」始動	4面
加藤「加友会」総会開く	4面
産業「加友会」総会開く	4面
◎原料商品情報	10面
※購読料金改定のご案内	3面



「KEY DOORS+」リップオンカフェインひかえめマイルドブレンド」をサンプリングし、商品の紹介も兼ねた「カフェインレス市場は伸びているが「カフェインが0か100か」になっているか」という。ブランドのコンセプト通り、多様な選択肢を提案したい(同社)。

今回は、創業地横浜の一部である桜木町に加え、若者の多い渋谷にも登場。同ブランドはあらゆるライフスタイルにコーヒーを溶け込ませたいコンセプトがあるが、その重点課題の一つが若者であるからだという。また、今秋冬に発売したカフェイン30%カットの

■UCCグループ
 COFFEE STYLE UCCが、個包装レギュラーコーヒーブランド「CAFÉ@HOME」の体験イベントを開催した。同社は同ブランドをメイン商材に、その日の気分が天気といった新しいコーヒー飲用シーンの創出に挑む(2面に続く)

健康にアイデアを
meiji

素材に、こだわり。
明治 コーンソフト

株式会社 明治