

アサヒ飲料「三ツ矢」

柔軟さ持つ「全世代飲料」



——本体が好調なようだ
20年は「日本生まれの国民的炭酸飲料」を訴求するため、誰もが知っているアイドル風を起用するなどのマーケティングが奏功。21年もターゲットをあえて絞らない「全世代飲料」として

シユモーメントの「高まり」によるところが大きいと思う。コロナ禍で生まれた閉塞感を解消しようと、爽快

て展開することがうまくいっている。当社調べでは全世代で購入が増えている。
——具体的な要因は一部としては、昔飲んでいた方が戻ってきてくれた。しかし、リフレッ

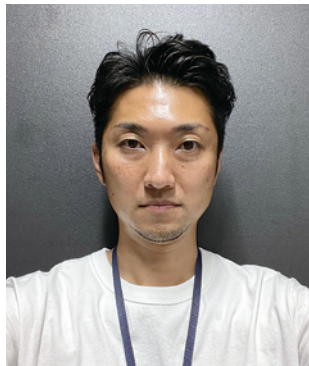
「2年連続過去最高にこだわる」



「インタビュー」
21年のこれまでの推移、これからの計画について聞いた。

(聞き手 石母田景)

アサヒ飲料の「三ツ矢」ブランドは20年、「日本生まれの国民的炭酸飲料」をテーマに、本体のパッケージ変更、人気アイドルグループ嵐の起用、フレーバーの多様化、リバイバル製品など積極的に動いた。これらの施策が奏功し、コロナ禍のアゲインストでも過去最高の販売数量を記録している。
21年は、有糖と無糖の中間層を狙った新製品「レモラ」がヒットしていることに加え、肝心の本体も好調に推移しており、1〜5月累計の販売数量は前年比2%増。水上典彦マーケティング本部マーケティング一部炭酸グループリーダー(写真)は「ブランドの健康状態は非常に良い。2年連続の過去最高にこだわっていきたい」と意気込む。
同氏によると、本体があらゆる消費者に受け入れられる「全世代飲料」であり、その一方で柔軟で幅広いポートフォリオが可能で、総合パートのブランドであることが強みになるとい
う。21年のこれまでの推移、これからの計画について聞いた。



感のある「三ツ矢」を選んできてくれている。また、ソーシャルグッドの需要の高まりも関与しているのではな
いか。本体はパッケージカラーの緑がやさしい印象であるし、実際に容器での環境配慮もしている。加えて、

継続的に食育活動もしてきたし、これらが積み重なって社会貢献のイメージが浸透したのだと考えている。
——デジタルの店頭販促に取り組んでいる。

3月28日「三ツ矢の日」は社員による店頭販促が恒例。消費者にも徐々に認知されているが、20年は感染防止の観点から見送った。今回は初めてアバターサイネージで「非接触型」を試



【ビール】ストップ! 20歳未満飲酒・飲酒運転。妊娠中や授乳期の飲酒は、胎児・乳児の発育に悪影響を与えるおそれがあります。ほどよく、楽しく、いいお酒。のんだあとはリサイクル。① すべては、お客さまの「うまい!」のために。アサヒビール株式会社



みたが、正直課題は多い。ただ、アフターコロナを考えた際、チャレンジをしないわけにはいかない。ノウハウを積み上げていく。「レモラ」がヒットしている

健康志向によって生まれた「有糖〓無糖の間」というニーズを想定以上に捉えた。本体でも触れたが、「昔は飲んでいたのに、糖

分を気にして最近飲んでいない」と元ユーザーが購入するケースも多いようだ。〓久しぶりに三ツ矢を飲みたい〓という潜在的なニーズは我々が思っているよりも強いのかもしれない。

――健康志向による糖離れはアゲインストか
そうは思わない。本体が伸びているのが何よりの証

拠だ。しかし、健康のニーズを無視しているわけではなく、カロリー・糖質ゼロの「ゼロストロング」、トクホの「W」もあるし、これらも伸びている。

――「三ツ矢」は多彩なポートフォリオだが
〓全世代飲料〓は競合他社にもあるが、「三ツ矢」ほど多様な製品を展開する〓総合デパート的なブランド

ド〓はない。健康機能、高果汁、フローズン、1000年を超える歴史があるからこそできるリバイバル製品などあらゆる提案が可能だ。当然軸は本体であるべきだが、ニーズの変化に対応するためにはこの柔軟性が強みになる。トレンドは追うし、時にはそれに反するチャレンジもしていくつもりだ。

パイン缶詰協会

新会長に三菱商事の加藤 巨氏



日本パインアップル缶詰協会はこのほど、都内

で令和3年度通常総会を
開催。令和2年度事業報告・決算、令和3年度事業計画・予算を原案通り承認した。

また、新会長に加藤巨三菱商事コンシューマー産業グループ食品流通・物流本部長、新副会長に織田啓介国分グループ

〓本社マーケティング・商品統括部商品開発部長、新専務理事に竹森三治事務局長をそれぞれ選任した。

令和2年度のパインアップル缶詰を巡る情勢については、輸入状況はタイで面積減少に加え早魃による大幅な原料不足により輸入価格が高騰し輸入は伸び悩んだ。輸入量は前年比4%減少し、高単価が響いて輸入金額は17%増となった。

国内のパインアップル缶詰供給量は、沖縄産が2万8000函(3号缶3打換算)、輸入缶詰は151万5000函(うちTQは150万函)、合計154万3000函、前年比4%減となった。

国産は、パインアップルの栽培面積が7年連続で増加したものの、缶詰原料用果実の搬入量は、夏季の天候不順等により9%減の1782トンとなった。

また、今年で協会設立30周年を迎え、「パインアップル缶詰関係資料(協会設立21〓30年の歩み)」(114ページ)を発刊した。

(竹之内友香)

冷凍 トウモロコシ

Corn kernels



おいしい スーパースイートコーン
新鮮、安全、便利 Fresh Safe Convenient
台湾産の厳選

恵まれた気候条件と風土のお陰で、甘くておいしいコーンが生産できます。自営農場で厳しく栽培管理で育てた安心のスーパースイートコーンです。収穫後、すぐ急速凍結を行い、5時間以内加工完成しています。鮮度、甘みを落とさなくて、糖度も12.Brix以上であります。そのままのおいしさを風味お召し上がりいただけます。

台湾区冷凍蔬果工業同業公會
TAIWAN REGIONAL ASSOCIATION OF FROZEN VEGETABLE & FRUIT MANUFACTURERS
台湾高雄市中正四路103號11樓1室
TEL:886-7-2015694/886-7-2813544
FAX:886-7-2117256/886-7-2815441
E-mail:vegtwn@ms29.hinet.net
後援:台湾行政院農業委員會計畫補助

