

合同酒精のRTD新シリーズ

チューハイ「SISOCA」(シソカ)



「SISOCA」とは？
日本人になじみの深い和のハーブ「しそ」と果実を合わせる事で生まれる心地よい味わいが、気持ちを前向きに切り替えていく時間や空間を演出する、情緒的価値を訴求したチューハイです。アルコール分はほどよく酔える5%に設定しました。弊社のロングセラー商品で、先に発売30周年を迎えたしそ焼酎

オエノングループの合同酒精は7月上旬からRTDの新シリーズ「SISOCA」(アセロラ×シソ、ライム×シソ)を発売している。
和のハーブ「しそ」と果実のチューハイで、同社のロングセラー商品「しそ焼酎鍛高譚」の技術も用いられている。
商品開発担当の岩崎康代氏(写真右、同左は共に開発にあたった橋本歩美氏)に発売までの経緯を伺った。

「SISOCA」

「鍛高譚」で培った蒸留

技術を活かしつつ、原材料にもこだわり、シソの香りと相性の良い果実を組み合わせ、しそが寄り添う心地よい時間を、お楽しみいただきたいという思いを込めました。

「しそが静かに寄り添う心地よい、時間を提案」

「SISOCAアセロラ×シソ」は、シソの香りとアセロラのフルーティーな香り、飲み飽きしないすっきりとした甘さが特長です。

アセロラの華やかな果実感とほのかなシソの香りによって、ポジティブな気持ちになれる味わいを目指しました。

「SISOCA ライム×シソ」は、シソの香り



とライムの皮の部分の爽やかな香り、すっきりとした後味とキレのある爽

優しいピンクとナチュラなグリーンを基調に、部屋の大きな窓から見え

アサヒグループ食品

アサヒグループ食品はこのほど、都内で「アサヒグループ食品新商品発表会」を開催。川原浩代表取締役社長(写真中央)は「当社は、サステナビリティを事業の根幹におき、多刀流」による様々な



「L-92乳酸菌」新価値商品発表

快な飲み心地が特長です。

ライムとシソの爽快感によって、気持ちをリフレッシュさせる味わいを目指しました。

夕暮れ時と夜空をグラデーションで表現しました。そして空を眺める女性の気持ちが切り替わっていく時間をイメージし、「明日いい日になあれ」というメッセージを込めてデザインしたものです。

先に発表された今第2四半期(1~6月)の連結決算でも、酒類事業売上高388億円(金額で113%、数量で103%)のうち、チューハイ関連は83億円(金額で127%、数量で121%)と高い伸びをみせている。カテゴリーでも乙類焼酎(混和含む)の109億円に次ぐ数値を示しており、ここ数年来好調を持続している。

みでのものではあるが、近年は「NB」も、懐かしさと新しさの共存をコンセプトにした「昔懐かしい」シリーズなどが育ってきている。今回の「SISOCA」は、同社らしい「しそ」を和のハーブとして捉えつつ、RTDのトレンドも押さえた商品ではないだろうか。商品群の中で新たな潮流候補に育っていくことを期待したい。

【記者の眼】

オエノングループの低アルコール飲料・RTD関連は近年2ケタ伸長で推移している。

強みである「PB」込

(松丸浩二)



「おいしさ+α」の価値を提供することで、消費者のここからだの健康の実現に貢献する企業様を目指している。今回、事業の中核となる「健康」に貢献する商品として、カルピスの乳酸菌研究から生まれた、アサヒグループ独自の乳酸菌L-92乳酸菌を活用し、免疫機能にフォーカスした機能性表示食品「免疫ピース+ (プラス)」を発売する」と説明。

今年4月に「L-92乳酸菌」に関するアサヒグループを横断したプロジェクトを

「免疫ピース+ (プラス)」品概要は次の通り。

「L-92乳酸菌の研究報告による「健康な人の免疫機能の維持に役立つ」「鼻の不快感の軽減」一時的な精神的ス

健康な人の免疫機能の維持に役立つことが報告されているL-92乳酸菌と、腸内環境を整える働きを持つことが報告されているグアガム分解物(食物繊維)を配合した機能性表示食品。1日摂取目安量は1袋。ドラッグストアを主に販売。

主に販売。