近年、ソイミルクや

木亜美氏に話を聞いた。

## ボス

な中で、〃ソイラテを展 まっている。「そのよう まれるなど存在感が高 見せており、中でも、ソ 広がりを提案する商品と いしいラテ、の選択肢の コーヒーブランドである たい、との思いがあり、 ヒー飲料の選択肢を広げ 開してPETボトルコー ニュー定番化や家で楽し イラテ、はカフェでのメ アーモンドミルクなど して開発がスタート 若年層を中心に広がりを プラントベースの飲料が **『クラフトボス』から、´ッお** 

> 題が。「植物性原料であ ボトル飲料ならではの課 飲料の工程で生 る豆乳は、PETボトル 中味づくりではPET

としての満足感が不足し る。可能な限りクセが少 さりするだけでは味わい ない豆乳を選んだ。あっ

> 料を使用。味わいを追求 してソイなどの植物性原 すためにミルクにプラス ク感豊かな味わいを目指 ニュー』には、よりミル ソ』や『コーヒーニュー れているという。駒木氏 商品技術の知見が生かさ ニューニュー」といった キープレッソ」「コーヒー れまでに展開した「ミル 料を様々な種類の中から 飲料の工程に合わせた原 厳選した」(駒木氏)。 この原料選択には、こ 「『ミルキープレッ

までの「クラフトボス」で培った技術が活かされ、PETボトル飲料の工程上「難しい」

ETコーヒー飲料市場にも〝選べる楽しみ〞の1つとして提案するもの。開発にはこれ 近年、「ソイラテ」がカフェメニューやイエナカ需要としても存在感を高める中で、

サントリー食品インターナショナルは9月19日、「クラフトボス ソイラテ」を発売。

者インタビュ

とされる課題をクリア。「『クラフトボス』シリーズの第4の定番として、1人でも多く

方に飲んでいただけるよう取り組んでいきたい」と意気込むブランド開発事業部の駒

(聞き手 柴田明子)

多く見られ、需要のポテ するポジティブな反応が

プでのソイラテ人気の流 もの。「今まで培ってき なミルク感を引き出した 選し、カフェで飲むよう 発売し好調な「甘くない たミルク技術を生かした な味わいの植物油脂を厳 が少なく、ニュートラル イタリアーノ」は、クセ わりは植物油脂。 **『ソイラテ』だが、ショッ** もう1つの原料のこだ 4月に

PETコーヒーで<sup>″</sup>選ぶ楽しみ<sup>″</sup>提案

てしまうので、大豆粉末 すという、 PETボトル を付与してボディ感を出 するために採用した植物 性原料だったが、発売後 は消費者の 『ソイ』 に対 とができたと思う。発売 れも相まって、良いタイ ミングで商品化をするこ

事でクセのある匂いが出

じる『殺菌』の

際に熱を加える

いる。 から1カ月が経ったが、 計画通り順調に推移して

は違う新たなユーザー タリアーノ」、「ラテ」と があると思って飲んだが ユーザーからは、「クセ がみられているようだ。 ユーザーや「甘くないイ れ、ショップのソイラテ と好意的な声が多く聞か う優しい味わいだ」など おいしい」「ラテとは違 実際に商品を試した

ていきたい」

(駒木氏)

気込みを語った。

そ『ソイラテ』を提案

り組んでいきたい」

ンシャルを感じた」とい

ユーザーの多いシリーズ か」と推測する。 の『ラテ』、今 だが、「定番品

た『甘くないイタリアー なものを楽しみたい。と と思う。お客様の、色々 力的なものになっていく る楽しさがあればより魅 もショップみたいに選べ く、『クラフトボス』と した2品は20~30代に手 ラテ』それぞれが拡大・ ノ』に加え今回の『ソイ いう気持ちが広がる今こ できた。 PETボトルで して若い人へのリーチが 寄与している。今年発売 に取ってもらう機会も多

年層の男性と幅広い。 の男女から意外にも中高 ターゲットである若年層 駒木氏は「『クラフト

もともと40~50代男性層 というブランドの安心感 ラテなら飲んでみよう ラフトボスから出たソイ が定着してきている。パク ヒーの品質、安心感など 展開しているが、コー ボス』は2017年から も後押ししたのではない 「クラフトボス」 は 信している」。 Xで展開し商品特性を発 CMで学校リーダーズが 映後から話題に。現在は 学校のリーダーズ」を起 ダンスボーカルパフォー テキャンペーン』を公式 が当たる『意外とクセが 履くハソイラテソックスハ 体での発信としたが、 用しインパクトのあるテ ないクラフトボスソイラ レビCMで情報を発信。 マンスユニット「新しい あえて『ソイラテ』 プロモーションでは、

放 単

年4月に発売し 飲んでいただけるよう取 みを提案。『ブラック いる。駒木氏は、「今後 リーズの選ぶ楽しさを広 る中で、、おいしいコー て、1人でも多くの方に シリーズ第4の定番とし アーノ』に次ぐコーヒー もお客様の様々な嗜好に きっかけづくりを担って げ、若年層が手に取る が、「クラフトボス」シ して開発したソイラテだ ヒーの選択肢の1つ、と も伸びるとの推測がされ **『ラテ』 『甘くないイタリ** 合わせ選択肢・選ぶ楽し プラントミルクは今後

## ブランド開発事業部

海道産豆乳がスッキリ感

与する役割を担ってい

大豆粉が満足感を付

Since 1992
CRAFT BOSS

と大豆粉末を採用。

北北

製品には北海道産豆乳

原料選定にこだわった

料でのおいしいソイラ

して、PETコーヒー飲 てしまう。これをクリア

テ、を提案するために、

## 駒木亜美氏