

豆乳特集③

ポッカサッポロフード&ビブレ

多彩な商品で、プラントミルク市場を活性化

ポッカサッポロフード&ビブレでは、豆乳をはじめとするプラントミルク・フードを多数展開している。このほど、ヤクルト本社への植物性ヨーグルト事業の譲渡を発表したが、「譲渡を予定している来年の9月までは支持してくださるお客様に向けてしっかりと価値発信を継続する」と武田真一郎マーケティング部ブランドマネジメント部副部長(写真)。同社が展開する「SOY BIO 豆乳ヨーグルト」や「ソヤファーム」シリーズ、「アーモンド・ブリーズ」「雑穀ミルク(smile milk)」について話を聞いた。

(聞き手 柴田明子)

—プラントミルクのラインアップについて

豆乳では、「おいしきスツキリ 調製豆乳飲料」「同きな粉豆乳飲料」を展開。前者は「血清コレステロールを低下させるはたらきがある大豆たんぱく質を含んだトクホ」として好評。後者はきな粉と豆乳の相性の良さからファンが多い。アーモンドミルクでは、

アメリカ・ブルーダイヤモンド社の契約農園で栽培されたカリフォルニアアーモンド原料のみを使用した「アーモンド・ブリーズ」を展開。家庭用から業務用まで幅広いラインアップを揃えている。

また、岩手県産の雑穀を使用した「雑穀ミルク(mile milk)」は、国産の安心感や岩手県産にフォーカスした客層やSDGsネイティブであるZ世代など新たな層へ向け開拓を進めている。

植物性ヨーグルトとして「SOY BIO 豆乳ヨーグルト」「ソヤファーム 豆乳で作ったヨーグルト」を展開。来年10月にはヤクルトへの譲渡が決まっているが、それまでは「豆乳ヨーグルトならではの価値」をお届けしていきたい。

—豆乳ヨーグルトの価値訴求とは
「ソヤファーム 豆乳で作ったヨーグルトプレーン」「同ブルーベリー」はトクホとして展開しており、特性が伝わりやすい。一方で、「SOY BIO」でわかりやすい価値の伝え方を模索する中で、フォーカスしたのが「免疫」との関係性だった。このほ



このほか、

また、持続可能な技術継承に着目。2015年にトーラクから技術を譲り受け、19年から群馬第二工場に豆乳ヨーグルト製造ラインを稼働しているが、不二製油社やトーラク社から引き継いだ貴重な資産である「原豆乳」をはじめとする製造技術が共有されるのに時間がかかるという課題があった。そこで、株式会社LIGHZとAIを活用した技術継承の取り組みを開始した。早速効果があらわれており、育成期間を従来の3分の2に短縮できた。価値・技術の持続可能性を実現すべく、今後も続けていく。

—豆乳製品の状況について
豆乳は安定した推移を見せており、22、23年と2度に渡る価格改定を実施し影響もあつたものの、想定よりも軽微で踏みとどまっている。このことから、飲用

—「アーモンド・ブリーズ」の取り組み
抗酸化作用のあるビタミンEのほか、カルシウムが含まれており、低カロリー設計となつている。これらの特長に加え、SDGsの観点からも商品の魅力を発信。トライアルの促進として春にはインスタントウィンキャンペーンを実施したが、チャネル別ではECでの成長が大きく、伸びが継続している。サイトでは場

—「雑穀ミルク(smile milk)」について
唯一無二の「新興」のプラントミルクとして需要を開拓中。岩手県産の雑穀(たかきび・はとむぎ・いななきび)を100%使用し、食物繊維・ビタミンB₁及びB₆を含んだ植物性ミルク。穀物の香ばしさが感じられながらも、飲みやすいすっきりとした甘さが特長だ。

—プラントミルク事業への意気込み
なんとなく市場全体が停滞していると感じられているようだが、真の成長期に入る第2のスタートが今だと考えている。

所を大きく取り丁寧に特長を伝えており、引き続き発信を続けていく。
業務用では外食やホテルなどで採用されており、「バリスタブレンド」「砂糖不使用」「オリジナル」(各1ℓ)を展開。「バリスタブレンド」は、エスプレッソとのブレンドに最適な設計や、ラ・テアートが描きやすいことが好評だ。今夏には、飲食店の応援と認知拡大を図り、ぐるなびとの協働企画「アーモンド・ブリーズメニューフェア」を都内の飲食店で開催し好評。引き続きメニューを引き立たせるものとして提案する。

聞き取った3種を選定している。「国産」という安心感から小さい子供を持つ層へ向けた提案のほか、「岩手県産」にフォーカスしたテナシヨップ等へ発信。
また、SDGsネイティブであるZ世代へ向け、商品特性そのものの魅力を感じてもらえるような接点づくりにも注力している。パッケージデザインは、Z世代やミレニアル世代を中心にトレン드의レトロ感を取り入れ、日本の食材・農業を考えるきっかけになつてほしいという想いが込められている。次の消費の中心を担う同世代へ向け可能性を検証し、チャネル開拓を進め、ECでの情報発信も拡充し魅力を伝える。

—プラントミルク事業への意気込み
なんとなく市場全体が停滞していると感じられているようだが、真の成長期に入る第2のスタートが今だと考えている。

ポッカサッポロフード&ビブレでこの数年で得られた知見を紡ぎ、リーディングカンパニーとして市場を活性化し、もう一段階成長していきたい。