

# UCC 大型紙パックコーヒー飲料

## 無糖ブラック、存在感出す



全くないとは言えないが、互いに影響を及ぼすほど

は、PETボトルと食い合うのでは

増えてきたのでは

知が高まってきた。コ

は、先に述べたコスト

は、今年立ち上

「UCCの強みを生か

UCC上島珈琲は、大型紙パックのコーヒー飲料に力を入れている。価格競争になりがちな大型コーヒー飲料市場ではPETボトルが主流だが、近年の紙パックは高単価かつプレミアムな設計で異彩を放ち、業界全体も注目するパッケージだ。同社は「無糖ブラック」のラインアップを増やして存在感を高めており、その狙いをマーケティング本部飲料マーケティング部飲料ブランドホームユースチームの相馬大貴チームマネージャー(写真)に聞いた。

(聞き手 石母田 豊)

### 大型紙パック市場

の特徴、現状は 大型の主流であるPETボトルと比べ、単価の高い製品が増えている。嗜好性の高いカテゴリーニーズにあわせて、各社こだわりのプレミアムコーヒー飲料が多い。市場の規模を見ると、長期的に拡大している。かつてはコストパフォーマンスが優先されがちな大型市場においてニッチな存在だったが、年々認



知が高まってきた。コロナ禍の巣ごもりで発生した、家庭内で多様なコーヒーを楽しむ「ニーズも追い風になったかもしれない。様々なコーヒーを探すうちに「コーヒー飲料でも高品質なもの」と考える消費者が増えてきたのではないか。

「PETボトルユーザーは、先に述べたコストパフォーマンスのほか、止渴性を求め、当社の製品はこのニーズに合うよう設計されている。一方紙パックユーザーは嗜好性が高く、味や香りなどの本格感を追求した当社の製品がニーズに合致している。ゴクゴク飲むこともできるが、ゆったりと楽しむ人が多数派ではないか。

「なぜUCCが力を入れるのか」 「UCCの強みを生かせるカテゴリーだから」が最大の理由だ。 コーヒー専門メーカー

「戦略の概要を」 レギュラーコーヒー等の既存ブランド「UCCゴールドスペシャル」「UCC GOLD SPECIAL」「UCC IALPREMIUM」 「上島珈琲店」から製品展開している。

「差別化が難しそう」 否定はできない。無糖ブラックが勢力を拡大している一方で、大型市場の軸のひとつは依然として「甘さ」だ。PETボトルも含め糖類が入った製品は多い。ただ、その分無糖ブラックを押し出していくことは新規開拓のチャンスと捉えている。

### 今後の展望を

大型はPETボトルの規模が大きく、コストパフォーマンス、止渴性がメインストリームだが、紙パックは嗜好性ニーズが高く、(UCCの強みを活かせる)可能性を秘めていると思う。消費者に提供する選択肢を増やすこともできるし、小売りに対しては単価アップで貢献できる。コーヒー飲料事業の底上げにつながれば理想だ。