

ソントン、新「ファミリーカップ」を上市

次世代を見据えた「ブランド史上最高の満足感」に

ソントンは3月から、紙カップ入りジャム・フリームのロングセラーブランド「ファミリーカップ」を大幅刷新。中身も装いも新たに、全8種を新発売した。ブランド史上最高の満足感を目指し、果実感や素材感を向上させ、ジャムの糖度やフリームの塗りやすさにこだわった。紙カップジャム類のパイオニアとして1960年から歩み続けてきた「ファミリーカップ」が、今回の大刷新に至った背景やポイントなどをまとめた。



「ファミリーカップ」は、1960年に発売された、紙カップジャム類のパイオニアとして60年以上ジャム市場で親しまれているロングセラーブランド。当初は「イチゴ」「オレンジ」「ピーナッツ」「ピーナッツチョコ」の4種でスタートしたが、製造が販売に追いつかない状態が続いたという。その後、生産能力を増強し、東京地区のみの販売エリアを関東近県へ、さらに全国へ広げ、時代に合わせた中身・パッケージ等のリニューアルを重ねながらナシヨナルブランドとして成長を続けてきた。

同社では「さらなる未来を見据え、次世代へつなぐ『ファミリーカップ』を作りたかった」という使命感があったという。市場環境

や移り変わるニーズを調査しながら「ファミリーカップ」を改めて見つめ直し、この春の上市に至った。ジャムシリーズでは、果実感による満足感を追求。同社紙カップ史上最高の満足感を目指し、果実量を増加。旧品

との比較では一目瞭然で、見た目・味わい・食感ともにフルーツがしっかりと感じられる中身に仕上げた。そしてすべて糖度を45度に統一し、すっきりとした甘さ。商品名は、「つぶつぶイチゴジャム」「ごろごろブルーベリージャム」「果皮ざくざくマーマレード」「しゃきしゃきりんごジャム」と中身特長をわかりやすく表現している。クリームでは、素材感を向上させることで豊かな風味に仕上げる

望むお客様からの多くのお問い合わせがあり、今回の発売を機に「とろけるカスタードクリーム」として新発売を決めた(同社)。たまごのコンクと、バナナピーンズの香りを楽しめるもので根強いファンが多いという。各製品とも1

「さらなる未来を見据え、次世代へつなぐ『ファミリーカップ』を作りたかった」という使命感があったという。市場環境



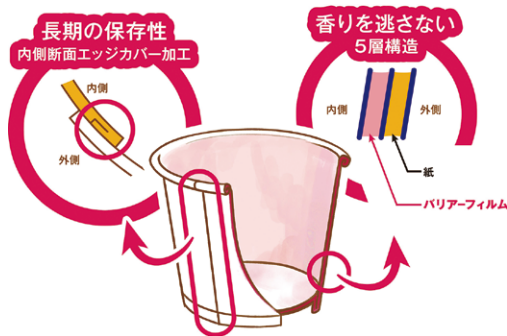
新商品(左)、旧商品(右)

ら、冷蔵庫に入れても塗りやすい質感を実現した。「濃厚ピーナッツクリームの香り」や「とろけるカスタードクリーム」など、バラバリーンズの香りを楽しめるもので根強いファンが多いという。各製品とも1



30g、税別200円。プロモーションでは、オリジナルWEB動画を公式YouTubeで配信しているほか、3月からはInstagramやYouTube等での広告展開も順次開始している。また、ブランドの魅力を発信すべく、ブランドサイトを立ち上げ、歴史や製品特長、レシピなどを紹介している。

紙カップは、軽さ、持ちやすさ、開けやすさなど利便性が高い容器だが、市場では価格競争対象アイテムの1つとなっている。しかし、同社が採用する素材は、上記の利点に加え、香りを逃さない5層構造や、紙の接合部の内側断面



- 軽く持ちやすい
- 開けやすい
- 香りを逃さない
- 底まですぐえる
- 割れない
- 子供にも安心
- 捨てやすい
- 環境にやさしい

「これまで60年超、3世代に渡り親しまれてきた『ファミリーカップ』だが、次の10年・20年を目指し、これからの世代を超えて『おいしい』『たのしい』をお届けし続けたい」(同社)。