

伊藤園に聞く野菜・果汁飲料市場

数年にわたりダウントレンドの野菜飲料。有力ブランド「1日分の野菜」「充実野菜」を持つ伊藤園の打開策はあるのか。野菜・果汁・乳酸菌ブランドグループの山口哲生ブランドマネジャー（写真）は

「ミックスの健康価値を伝えなければならない」と強調する。同氏が兼務する果汁飲料も併せて話を聞いた。

（聞き手 石母田 景）

野菜飲料市場をどう見ている

残念ながら最大ボリュームのミックス（野菜、野菜果汁）でダウントレンドが続いている。

このマイナス分は、続けるトマトでもカバーすることはできない。数年前はその期待感もあったが、現状は「ミックス、トマトは別カテゴリー」と割り切っている関係者が多いのではない。

苦戦理由も変わらない。物価高も考慮しなければならないが、やはり本質は

健康志向の高まり、毎年進化するネット社会という2つの要素が混ざり合い、ミックスにとって厳しい事業環境となっている。

気になる健康の話題がある。AIの活用もあってその際に出てくる情報の細かさが増えている。多様な健康課題それぞれに対し「○○が○○に効く」と解決策が提示されるわけだ



「ミックスならではの健康価値が伝わっていない」と。

なぜ健康価値が伝わらない

健康志向の高まり、毎年進化するネット社会という2つの要素が混ざり合い、ミックスにとって厳しい事業環境となっている。

カギは健康価値の伝え方

この点が支持を受けているのだと考える。

事業環境が変わらなければ厳しいか

変わるべきは当社含め販売側だろう。恐らく、健康志向もネット社会も沈黙化どころか加速していくのみ

夫するのはコミュニケーションだ。悔しいが、当社含めここ数年のコミュニケーションは成果を出せていないケースがほとんどで、考え方を一新する必要があると思う。固定観念を覆すような提案をした

い。

健康関連市場は飽和状態だ

意外と隙はある。ミックスが貢献でき



が、これはミックスと相性が悪い。

ミックスの健康価値は「最適な栄養バランスによる日常、将来の健康」で、ひとつの成分を取り上げることは難しいからだ。一方、トマトはリコピンという分かりやすさがあり、ここを変える必要はない。工

ただ、「最適な栄養バランスによる日常、将来の健康」は他の野菜飲料にもちろん、どの清涼飲料にもない独自の価値であり、もつと言え「健康の土台として欠かせないもの」で、ここを変える必要はない。工



る「1日当たりの野菜摂取目標量350g（厚生労働省）」にフォーカスすると、24年は目標量に届いていないし、他の年と比べても低い。

思うに、カット野菜やミニサラダなど野菜摂取の手段が多様化した一方で「摂取した気」になってしまったのではない。つまり、胃袋のキヤパはある。

ただ、ミックスが手軽故に「摂取した気がしない」と思われているのも事実

改善しなければ。製品にも話題が欲しい

フック役として必要だ。ひと段落したが、シーズナル提案では「1日分の野菜濃厚トマトmix」が通年品に昇格した。

また、業界全体で推すにんじんにも力を入れる。4月に発売した「充実野菜理想のにんじん」は、当社専用のにんじん「朱衣」を使用しつつ、機能性表示食品を実現するのに数年費やし



た自信作だ。希釈タイプのミックス「1メモリで1食分の野菜（10月発売）」は飲用以外にも使え、野菜飲料にありがちな「義務感」がない、自由な楽しみ方を提案する。

さらに、第一次成長期を終えつつある青汁では、美容価値を訴求した「Inner Green インナーグリーン（9月発売）」を投入するなどして次のステージを目指す。

果汁飲料市場の話

メイン原料オレンジの需給ひっ迫による製品体売など悪いニュースが目立つが、それだけ大きな市場でもある。ただ、歴史の長いカテゴリー故、現代の多様化した清涼飲料市場で鮮度を提供しにくい印象だ。生き残りには独自性が必須になるだろう。

具体的にはJA全農のもと持続可能な農業を支援する「ニッポンエール」プロジェクトの果汁飲料シリーズは約4年

続き、認知が徐々に高まってきた。茶葉やコーヒー生豆、野菜の生産地と関わる当社と相性が良く、自社を磨く点でも意義ある製品だ。生産地の人に飲んでもらいながら開発するこだわりにも自信がある。

「アサイボウル Smoothie」(好評で一時休売)ではSNSなどの情報感度が高い人にアプローチできた。ナタデココが入った「もぐと」シリーズはおやつ需要を取り込んで学生や子どもたちに人気だ。学校や商業施設、娯楽施設の自販機を中心に購入され、製品設計とチャネルの最適な組み合わせが見つかっている。

ただ、このように独自性は多様だが、実は「果汁飲料ならではの楽しさ」が共通していると考えている。推測だが、野菜飲料も関わる健康関連市場に対し「健康疲れ」があるのではない。か。子どものころから慣れ親しんでいる果汁飲料の楽しさが武器になるかもしれない。