



2011年6月9日

株式会社JR東日本ウォータービジネス

瀬戸内産

夏限定プレミアム炭酸、エキナカで楽しめます

『味わいプレミアム 夏蜜柑のソーダ』新発売！

- 株式会社JR東日本ウォータービジネス(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:田村 修)は、2011年6月14日、サッポロ飲料株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:上條 努)と共同開発した、エキナカ専用商品『味わいプレミアム 夏蜜柑のソーダ』を発売します。
- コンセプトは、「夏限定プレミアム炭酸」。夏に合うフルーツNo. 1の「夏みかん」を、瀬戸内産にこだわって使用し、ソーダの爽快感と果汁の味わいを同時に楽しめる、夏に飲みたくなるソーダに仕上げました。
- エキナカ飲料自販機の時間帯別売上データを分析した結果、炭酸飲料は14時以降の需要が高いことが判明。その結果を元に、夕方は下校中の学生や移動中のオフィスワーカー、夜は帰宅時のオフィスワーカーをターゲットとした商品を開発しました。

●商品名

『味わいプレミアム 夏蜜柑のソーダ』

●容量・容器

500ml・ペットボトル

●価格

160円(税込)

●エネルギー

100mlあたり42kcal

●販売箇所

JR東日本のエキナカ飲料自販機“acure”〈アキュア〉、
NEWDAYS、KIOSK等

●発売開始

2011年6月14日(火)

●商品特長

◇夏に人気のあるフルーツで、炭酸飲料を

季節感を全面に訴求するため、夏に合うフルーツNo. 1の「夏みかん」を商品化しました。(※【参考資料】1参照)

◇エキナカで人気の“地産飲料”を参考に

青森県産のリンゴを使った『味わい密閉 青森りんご 100』や、福島県産のモモを使った『モモごち』など、産地を限定した“地産飲料”がお客さまより好評をいただいていることから、『味わいプレミアム 夏蜜柑のソーダ』においても果物の産地にこだわりました。今回は瀬戸内産の夏みかんに限定して、その果汁を使用しております。

●パッケージデザイン

夏みかんの果汁感が伝わるよう、炭酸と夏みかんのイラストを全面に出し、和紙をイメージした帯で、夏の雰囲気を出しました。

また、時間帯別売上データ分析から、炭酸飲料は14時以降の需要が高いことが分かりましたので、夕方の「リフレッシュニーズ」と暑い夜の「止渴ニーズ」を考慮したデザインにしております。

(※【参考資料】2参照)



【お問い合わせ先】

株式会社JR東日本ウォータービジネス 企画部

担当：加藤・武藤

TEL：03-6853-6005

【参考資料】

※1 エキナカユーザーを対象に、【果汁調査】を実施しました。

「夏に合うフルーツは？」という質問に対して、No. 1は「夏みかん」!

■【果汁調査】夏に合うフルーツは？

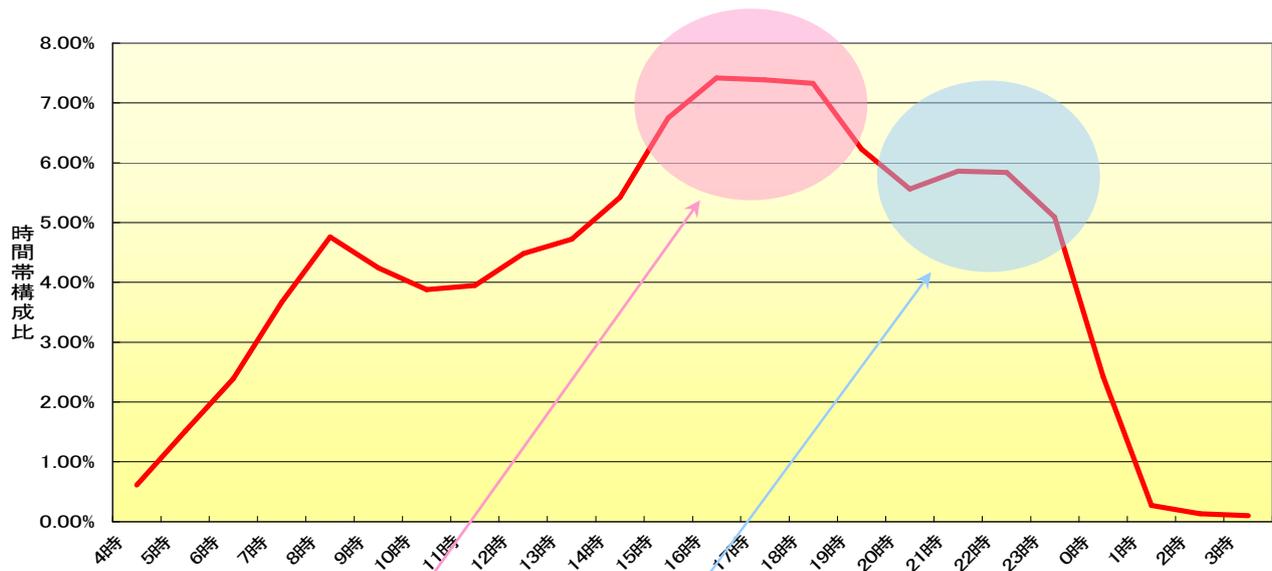
1位	夏みかん	55.6%	11位	オレンジ	24.7%	21位	みかん	7.5%
2位	すいか	49.1%	12位	ドラゴンフルーツ	20.8%	22位	バナナ	6.8%
3位	パッションフルーツ	39.3%	13位	アセロラ	20.5%	22位	すもも	6.8%
4位	日向夏	38.7%	14位	ライチ	19.7%	24位	さくらんぼ	5.3%
5位	パイナップル	38.1%	15位	桃	14.4%	25位	いちじく	5.1%
6位	グレープフルーツ	35.7%	16位	マスカット	14.0%	26位	ラ・フランス	5.0%
7位	シークワーサー	35.4%	17位	巨峰	13.8%	27位	りんご	4.9%
8位	マンゴー	30.0%	18位	いよかん	9.9%	28位	ゆず	4.6%
9位	レモン	27.8%	19位	ざくろ	9.1%	29位	いちご	3.1%
10位	パパイヤ	25.7%	20位	うめ	9.0%	30位	あんず	2.3%

調査対象:JR東日本を月に1回以上利用、かつ果汁飲料(パーソナルサイズ)を月に1回以上購入する男性・女性 合計 1,035名

調査協力:株式会社マクロミル

※2 エキナカ飲料自販機の時間帯別売上データを参考に、お客さまの飲用シーンを想定しました。

■【エキナカ飲料自販機の時間帯別売上データ(2010年6月14日~20日/炭酸カテゴリー全商品)】



14時~18時 気分転換・リフレッシュニーズ

ターゲット:下校途中の学生・外出先から移動の
オフィスワーカーなど
飲用シーン:次の目的地へ行くまでの気分転換に

気分転換には“甘み”が必要。

果汁の自然の甘さを表現する
ため、果実が炭酸の中に入った
デザインにしました。

19時~23時 止渴ニーズ

ターゲット:帰宅途中のオフィスワーカーなど
飲用シーン:暑い日の帰り道、喉の渇きを抑える
ため

喉の渇きを潤すイメージ。

「シュワシュワ」とした炭酸感を
パッケージにて表現。

