

ビバリッジ ジャパンは、新たに「Liquid Food News by Beverage Japan」を2024年中に開始いたします。海外で発売された清涼飲料、乳業製品、アルコール飲料、液体食品等を幅広く取り上げてお届けいたします。

●ノンアルコールビール×エナジードリンク

ポーランドのビールメーカー Warka社は、ノンアルコール飲料「Warka Energy 0.0%」を新たに発売している。ノンアルコールビールとレモネードを組み合わせ、カフェイン、高麗人参エキスを配合してエナジードリンク仕立てにした。同社はオンラインゲームのトーナメントを開催しており、同品では長時間にわたるゲームでの集中力維持を訴求している。容器は500ml SOT 缶で、供給はCanpack社。



●点字でミネラルウォーターへのアクセシビリティ強化

ブラジルのMinalba Brasil社は、SOT 缶入りミネラルウォーター「Minalba」の缶蓋に点字を刻印して中身のガス入り・なしを識別できるようにした。パートナー企業のBall Corporation社とともに、視覚障害者の社会的包摂を目的とする非営利団体Fundação Dorina Nowill para Cegosの助言を得て実現したという。中身はブラジルのサンパウロ州東部に位置するカンポス・ド・ジョルダンで採水されたアルカリ性ウォーター。



●タイ産ラム酒を高級訴求で世界展開へ

タイのThaiBev Marketing Company社は2023年11月、傘下ブランドのラム酒「Ruang Khao Siam Sapphire」をグローバル展開すると発表した。原料にタイ産サトウキビを使用し、1786年の蒸留所創業時から引き継がれるレシピに基づいて銅製ポットスチルで蒸留している。同社では西洋と東洋の伝統が融合したプレミアム品として打ち出す。



●オランダ企業が缶入りボジョレーを韓国で発売

オランダのIPL Brands社は、200ml SOT 缶入りの赤ワイン新酒「Beaujolais Nouveau」を韓国で発売した。SOT 缶はArdagh Metal Packaging社が供給し、充填はフランスのICT Drinks社が行なう。飲料市場調査企業のIWSR社によると、2021年の韓国ワイン市場の成長率は世界2番目で、2022年も好調だったという。また韓国ではワインは主に家庭内で飲まれており、そのシェアは約80%に及ぶという。

●ビープロテイン配合の透明な炭酸飲料

英国Vow Nutrition社は、エンドウ豆由来のタンパク質（ビープロテイン）を配合した炭酸飲料「Sparklean」を同国のドラッグストアBootsの1,400店舗で2023年7月から発売している。透明な液色が特徴で、他の植物性プロテイン飲

料にはない味わいの満足感で差別化を図ったという。減量や筋肉増強をめざすフィットネス愛好者や、ヴィーガンなど幅広い消費者に訴求する。ラインアップは「Tropical」「Strawberry & Lime」の2品。ともに1本あたりタンパク質15g、炭水化物1g。330ml SOT 缶入り。



●ドイツの発泡性天然水がrPET完全採用

ドイツのミネラルウォーターメーカーPrivatbrunnen TÖNISSTEINER Sprudel社は、オーストリアの容器メーカーAlpla社と提携して再生PET (rPET) 100% ボトルを開発し、内容量1Lの発泡性ナチュラルミネラルウォーター「TÖNISSTEINER」で採用した。消費後は従来の12本入りプラスチックケースに入れて返却することで、リサイクルを効率化できるという。rPETはAlpla Recycling社が供給。



●ブルーアガベ使用のノンアルコールテキーラ

F1レーサーのLewis Hamilton氏とメキシコのスピリッツメーカーCasa Lumbre社は、ノンアルコールテキーラ「Almave」を共同開発した。同品はメキシコ産のブルーアガベを使用するなど、アルコール発酵を除いて本物のテキーラの製造に倣い本格感を高めたという。ラインアップは2品で、「Ámbar」(39.99ドル)は直接飲用、「Blanco」(35.99ドル)はモクテル向けを訴求する。2024年の全米展開に先駆け、2023年10月からウェブサイトですべて先行予約を受け付けている。700mlガラスびん入り。



●カナダにココナツ水ベースのスポーツ飲料が上陸

米国発のスポーツ飲料ブランド「BODYARMOR」が、2024年1月からカナダ全土でも販売される。基幹シリーズ「Sports Drink」の「Strawberry Banana」など5品と、低カロリーシリーズ「LYTE」の「Peach Mango」など3品を展開する予定。いずれもココナツウォーターをベースとした製品で、人工香料・着色料は無添加。

同ブランドは2011年に誕生し、2021年にThe Coca-Cola Company社の傘下に入っており、今回が初の国外展開となる。Coca-Cola Canada Bottling社によると、カナダ市場では「BODYARMOR」のようなスポーツ飲料は存在しなかったという。

