

ビバリッジ ジャパンは「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。

【中国発】20周年の「ミニッツメイド」を刷新

Coca-Cola社は、「ミニッツメイド」の中国市場参入20周年を機にブランドを刷新した。基幹の「オレンジ」はデザインを刷新し、ブドウフレーバーを改良した。



また果肉の食感というブランド価値を訴求し、地域の売店をイメージしたコンセプトショップをオープンするなどマーケティング施策を展開している。中国の産業研究機関によると、果実・野菜ジュースの消費量は消費意識や購買力の向上を背景に増加傾向という。



【ブラジル発】カシューアップル使用の炭酸飲料が缶採用

São Geraldo社は、主力飲料「Cajuína São Geraldo」の容器ラインアップにCanpack社が供給する350ml SOT缶を追加した。同品はカシューアップル（カシューナッツの果実）の果汁を5%使用した炭酸飲料で、ブラジルの北東部で人気が高い。100mlあたりエネルギー41kcal、炭水化物10g、添加糖9.7g。容器はこれまでガラスびんとPETボトルのみだった。



【英国発】ラベルレスの「Sprite」を試験販売

Coca-Cola社はリサイクルプロセスの簡素化を目的に、英国市場で「Sprite」「同 Zero」の500ml PETボトル入りのラベルレス製品を試験展開した。採用した容器は再生樹脂のみを使用した透明ボトルで、前面にはブランドロゴをエンボス加工し、背面には製品情報をレーザー彫刻している。2024年1～3月にブライトン、ブリストル、ロンドン、マンチェスターのTesco Express Storesの12店舗で販売した。



【中国発】ハーブティーを世界展開へ

広州王老吉大健康産業有限公司は、2024年2月にハーブティー「王老吉」をミラノ-広州ビジネス環境促進会議と中国-イタリア経済貿易協力交流会合で「WALLOVI」として紹介した。同品はECサイトを通じて5大陸・150カ国で購入できるが、欧州との経済貿易協力を通じてより多くの市場に浸透させ、世界的ブランドに成長させたいと同社は話している。

【インド発】手頃価格のパウチ入り無脂肪乳

グジャラート(Gujarat)牛乳販売協同組合連盟(GCMMF)は、2024年1月からパウチ入り無脂肪乳「Sagar Skimmed Milk」を発売した。「Sagar」は粉ミルクやギーなどを展開する乳製品ブランドで、今回は健康志向の消費者に向けて手頃な価格を訴求するという。乳脂肪分0.5%以下、無脂肪固形分9.0%以上。内容量は250・500ml、1・2・6L。



【英国発】ウイスキーに新デザインの軽量ボトルを採用

William Grant & Sons社は、カクテルミックス用のモルトウイスキー「Monkey Shoulder」のパッケージを刷新して投入すると2024年3月に発表した。新発売した2005年以来の大幅な変更で、ラベル・ガラスびんともにAIを活用してデザインした。ガラスびんは700mlで従来比23%、1Lでは同25%の軽量化を図った。



【英国・アイルランド発】伝統のチョコレートミルクセーキに

Müller UK & Ireland社は、1824年に誕生したチョコレートブランド「Cadbury」とコラボしたミルクセーキ「Cadbury Creamy Chocolate Milkshake」を英国とアイルランドで発売した。「Cadbury」が容器入り乳飲料カテゴリーに登場したのは初という。ラインアップは「Milkshake」「Caramel Flavour Milkshake」の2品。常温保存可能で賞味期限は3カ月間。1月24日からSainsbury's店舗で先行発売し、3月以降は他の小売店でも取り扱いが開始となる。250mlボトル入り。

