

無料配布 ダイジェスト版 ご自由にお持ちください

Beverage Japan



ダイジェスト版

飲料産業に
関わる
すべての方へ

飲料総合専門誌 **ビバリッジ ジャパン**

月刊誌ビバリッジ ジャパンは

飲料産業の役に立つ情報を、毎月お届けしています

飲料総合専門誌 ならではの、プロフェッショナルな情報をお届けします

1978年創刊。

自社取材記者が**独自の視点で**

飲料業界の**専門的な情報**を報道する——

飲料産業に関わるすべての方へ

1978年創刊のビバリッジ ジャパンは、飲料産業に関わる幅広い内容を総合的に取り扱う**飲料総合専門の月刊誌**です。

主な対象分野は炭酸飲料、果実・野菜系飲料、茶系飲料、コーヒー飲料、スポーツ・機能性飲料をはじめとする各種清涼飲料水、ミネラルウォーター類、牛乳・乳飲料類のほか、ビール系飲料、チューハイをはじめとするアルコール飲料等です。

また購読者は飲料メーカーをはじめ、パッカー、原材料、香料、添加物、プラントエンジニアリング、製造機器、容器包装、リサイクルなど関連産業、商社、官公庁、シンクタンク、証券会社など幅広い産業にわたっております。

弊誌は、飲料および関連産業に関わるみなさまのお役に立つ情報を編集方針として掲げ、長年の取材経験をもとに**飲料の専門的な情報を豊富に掲載しております。**

この機会に、ぜひご購読をご検討ください。

まずは、このダイジェスト版をご覧ください。

少しでも気になりましたら、お気軽に本誌の見本誌をご請求ください。

実際の本誌を見本誌として1冊**無料**で差し上げます。お申し込みはこちらから→
https://www.beverage-j.co.jp/dj_mihon.html



NEW PRODUCTS

毎月発売される清涼飲料、アルコール飲料各メーカーの詳細な新製品情報と解説。

詳しくは **P.12**へ

工場レポート・事例研究・新技術

最新の技術、充填ラインや製造工場を詳細にレポート。最新の飲料原料事情や技術・機器、展示会レポートなどを掲載。

詳しくは **P.8**へ

特集／特別企画

容器、原料素材、市場動向などを飲料の総合的な視点から、製品開発・マーケティング等に役立つ特集を毎月掲載。

詳しくは **P.4**へ

海外事情

海外の飲料最新事情・原料等のレポートを現地取材し掲載。海外の飲料ニュースは毎月掲載。英国「FoodBev Magazine」誌の翻訳記事も毎月掲載。

詳しくは **P.10**へ

飲料総合専門誌 月刊ビバリッジジャパン

Beverage Japan

統計資料・産業ニュース

飲料産業関連のニュースの紹介と解説を毎月掲載。飲料関連20種以上の最新統計資料も掲載。

詳しくは **P.14**へ

市場レポート

主要各社の単月のトピックスやマーケティングなどのテーマに沿った市場レポートを毎月掲載。

詳しくは **P.6**へ

特集／特別企画

容器、原料素材、市場動向などを飲料の総合的な視点から、製品開発・マーケティング等に役立つ特集を毎月掲載。

市場動向

2020年の清涼飲料市場総括と2021年の戦略

新型コロナウイルスに翻弄された2020年と飲料産業のこれから

ビール系飲料市場

コロナ禍とビール系飲料

—増税をはねのけ、ついに新ジャンルがビールを上回る規模に—

2021年上期の清涼飲料市場総括

コロナ禍と2021年上期清涼飲料市場

宅配水市場とミネラルウォーター／フレーバーウォーター

コロナ禍と拡大が続く市場の将来

原料・素材・技術

フルーツ・野菜ジュース

変わりゆくフルーツ・野菜ジュース市場、RTD市場の将来性

機能性飲料市場と機能性素材

高まる健康への要求、トクホ・機能性表示食品の次の一手

牛乳・発酵乳市場

コロナ禍で増えた需要の取り込みをめざす

飲料の新製品開発

コロナ禍で清涼飲料に求められる飲料原材料とは？

容器

PETボトル

次世代のPETボトルへ革新機会を探る

ガラスびん

試練が続くガラスびん、次世代への道筋を模索

紙容器

過熱する環境対応と紙容器

飲料缶

飲料缶に迫り来る課題と改革

精力的な取材をもとに、豊富な図表や資料を使用し特集を組んでいます。2020年～2021年に好評をいただいた例です。



特集 2021年上期の清涼飲料市場総括

コロナ禍と2021年上期清涼飲料市場



特別企画 2021年上期のビール系飲料市場

コロナ禍で苦しむ市場、ビール回帰は本物か？



品名	2020年1-6月	2020年7-12月	2021年1-6月	2021年7-12月	2021年1-6月対前年同月比
ビール	1,234,567	1,234,567	1,234,567	1,234,567	100%
ビール系飲料	1,234,567	1,234,567	1,234,567	1,234,567	100%
清涼飲料	1,234,567	1,234,567	1,234,567	1,234,567	100%

品名	2020年1-6月	2020年7-12月	2021年1-6月	2021年7-12月	2021年1-6月対前年同月比
ビール	1,234,567	1,234,567	1,234,567	1,234,567	100%
ビール系飲料	1,234,567	1,234,567	1,234,567	1,234,567	100%
清涼飲料	1,234,567	1,234,567	1,234,567	1,234,567	100%

品名	2020年1-6月	2020年7-12月	2021年1-6月	2021年7-12月	2021年1-6月対前年同月比
ビール	1,234,567	1,234,567	1,234,567	1,234,567	100%
ビール系飲料	1,234,567	1,234,567	1,234,567	1,234,567	100%
清涼飲料	1,234,567	1,234,567	1,234,567	1,234,567	100%

品名	2020年1-6月	2020年7-12月	2021年1-6月	2021年7-12月	2021年1-6月対前年同月比
ビール	1,234,567	1,234,567	1,234,567	1,234,567	100%
ビール系飲料	1,234,567	1,234,567	1,234,567	1,234,567	100%
清涼飲料	1,234,567	1,234,567	1,234,567	1,234,567	100%



工場レポート・事例研究・新技術

最新の技術、充填ラインや製造工場を詳細にレポート。最新の飲料原料事情や技術・機器、展示会レポートなどを掲載。

最新の工場取材レポート、また最新技術・機器関連などをご紹介します。

工場レポート

四国化工機株式会社

豆腐の先端工場と自動化事例

ジャパンフードテック株式会社

受託開発・試作をホットパック・レトルトに拡充

三浦工業株式会社

大型ショールームと低炭素要請に応える新技術

コカ・コーラ ボトラーズジャパン株式会社 広島工場

災害復興とワールドクラスを実現した最先端工場

エスエスケイフーズ株式会社

ボトル缶入りミネラルウォーターの製造現場

アピ株式会社

超小型PETライン増設で機能性飲料の受託生産体制を強化

飲料産業の省力化

省人化と多様化の両立への試行

物流システムのIoT進化

物流をリアルタイムで効率化するIT技術

プリフォーム金型の新技術

キリンが開発した新バリアPETボトル技術

AmbaFlex社

飲料産業へスパイラルコンベヤーの普及を狙う

連載：アルミ缶

最新のアルミ製缶技術、アルミのリサイクル
アルミ缶の美粧性向上、環境対応とアルミ缶
適材適所でアルミ缶を活用



8 実際の本誌を見本誌として1冊無料で差し上げます。お申し込みはこちらから→
https://www.beverage-j.co.jp/dj_mihon.html

Field Report 四国化工機

豆腐の先端工場と自動化事例

「豆腐」は、飲料産業に最も近い加工食品の一つだ。その製法はいくつかあり、大豆を浸漬、磨砕、煮沸、分離しておからを取り除いて作った豆乳に、にがりを入れて凝固させる。これが絹ごし豆腐だ。さらに、絹ごし豆腐を削ってから型に入れ押し固めると木綿豆腐になる。また、豆腐は長期保存ができないため、冷蔵で保存・流通し短期間に消費されている。豆腐は定義する法規制が存在せず、大豆についての原料産地表示ガイドラインがある。そこで、豆腐公正競争規約設定委員会が「とうふ類の表示に関する公正競争規約案」を作成しているが、いまだ制定には至っていない。これは、胡麻豆腐などの大豆を使わない「豆腐」とは定められないことが理由の一つとされている。大豆由来の豆腐は、大豆固形分、凝固剤、にがり、消泡剤などによって味わいや価格が異なるほか、「絹ごし豆腐」「木綿豆腐」「充填豆腐」による違いもある。このうち「充填豆腐」とは容器内に豆乳とにがりを含めて密封し、容器を加熱・冷却することで豆乳を凝固させて豆腐にする製法をいう。こうしたなか四国化工機グループは、四国化工機が豆腐を生産し、グループ企業さとの雪食品が「さとの雪」ブランドで販売している。選別された大豆と天然にがりのみ使用し、伝統的な豆腐の製造工程を機械化・自動化で再現し生産している。その生産拠点は、徳島県阿南市にある。

連載 アルミ缶

ボトル缶入りミネラルウォーターの製造現場

エスエスケイフーズ株式会社

ポストプラスチック包装の一つにアルミ缶が挙げられる。よく知られた容器で、長い歴史のある高いリサイクル率と、内容物を長期保存できる優れた容器性能の両方が、使い捨て文化の究極であるプラスチック包装に取って代わる可能性をもっているからだ。この容器特性に着目した企業や事業所、行政機関などでミネラルウォーターの容器をPETボトルからアルミ缶に変更する動きが見られる。そこで「バリエーション」は、アルミ缶入りミネラルウォーターを製造しているエスエスケイフーズ製造現場をレポートする。

80

連載 アルミ缶

ボトル缶入りミネラルウォーターの製造現場

エスエスケイフーズ株式会社

鈴与グループの飲料事業
エスエスケイフーズは、静岡県を地盤とする鈴与グループの飲料事業。調味料事業（マヨネーズやドレッシングなど）を行なっている。このうち飲料事業は1952年にスタートしており、瓶入りオレンジジュースを商品化。缶コーヒーの実用化にもいち早く取り組んでいる。

1974年には、静岡県浜津市の海沿いに飲料製造工場（エスエスケイフーズ製造工場）を設けた。当初はフルタフ/SOT缶飲料を製造していたが、1996年にPETボトルのホットパックラインを導入している。その後、2005年にはSOT缶ラインの一部をボトル缶飲料の充填ラインにリニューアルし、2010年には粉末清涼飲料の製造ライン

工場外観
コーヒー用ドリッピング抽出装置
ニードル抽出装置
ホモゲナイザー
抽出ストレージタンク

46 Beverage Japan No.475 August 2021

新技術 AmbaFlex社

飲料産業へスパイラルコンベヤーの普及を狙う

AmbaFlex (アンパフレックス)社は、オランダで1996年に設立されたコンベヤーメーカーだ。全世界に600名の社員を抱え、欧州、米国、中国をエリア拠点として事業展開している。年間の売上高は1億ドルに達するという。このうちアジアでは、インドを含むアジア太平洋州で事業展開してきた。日本では2019年に現地法人を立ち上げ、本格的な事業の拡大を狙っている。

給・取り出し方向は自在に設定でき、設置場所に柔軟に対応する。
▷SVシリーズは汎用性が高い基本モデルで、段ボールケースなどの外包装に適する。ベルト幅は200〜600mm、耐荷重はベルト1mあたり最大50kg、搬送速度は最大で毎分60m、設置床面積は1.24m四方から2.24m四方まで。
▷SVMシリーズは、缶、ガラスびんなどの大量搬送に好適。ベルト1〜5本を並列使用し、搬送速度は最大で毎分60m。
▶「AccuVeyor」は、スパイラルコンベヤーを基礎にアキュムレーターに仕上げたものだ。ラインアップは、AVh、AVs、AViの3種類。
▷AVhシリーズは、1本のベルトで構成された可変容量のアキュムレーター。FIFO（先入れ先出し）が構成できるほか、容器に負担をかけないノンプレッシャー搬送ができる。ベルト幅は140mmで、耐荷重は15kg/m、搬送速度は毎分40m、ベルト長は最大で90mとなる。SpiralVeyorと同じく、投入・取り出し方向を自

空間を活用するコンベヤー
アンパフレックス社のコンベヤーは、空間を効率的に利用してスペースで垂直搬送できる点が大きな特長のスパイラル構造になっている。製品ラインアップは、主力である垂直コンベヤー「SpiralVeyor」のほか、アキュムレーター「AccuVeyor」、モジュール式コンベヤー「AmbaVeyor」がある。
▶「SpiralVeyor」は、ベルトをらせん状に組み上げたコンベヤーで、用途にあわせて数種類のモデルをラインアップする。いずれも省スペース

しているほか、書籍の印刷・製本、包装産業でも使用されている。
飲料・食品産業では、搬送機器・包装メーカーやエンジニアリングメーカーを通じて導入されている。写真は飲料産業での導入事例で、製品の入った段ボールケースを上下移動させるケースコンベヤーとして利用している。こうした用途の場合、従来はエレベーター方式の垂直コンベヤーが一般的だが、アンパフレックス

連載 アルミ缶

アルミ缶の美粧性向上、環境対応とアルミ缶

飲料と大衆的消費性から伸びるアルミ缶の需要は、近年ますます高まっている。これは環境と健康への配慮が求められる中、必ずしも飲料のみならず、化粧品や医薬品など幅広い分野で求められることになっている。消費と環境の両方を満たすためには材料の選定が重要な役割を果たしている。

「アルミ缶」は、無鉛の純アルミニウムを主成分とする。アルミ缶は、軽量化と美粧性向上の両方を追求している。特にアルミ缶は、従来の缶よりも軽量化と美粧性の両方を追求している。軽量化と美粧性の両方を追求している。軽量化と美粧性の両方を追求している。軽量化と美粧性の両方を追求している。

PPG社が狙う日本市場の魅力
PPG社は1987年の設立があり、世界70カ国に拠点を有する特殊材料メーカーだ。1995年、飲料缶・化粧品などの特殊材料で事業展開している。現在は、その他の特殊材料でも事業展開している。現在は、2019年を境に、認定工場として30年をマークしている。現在は、認定工場として30年をマークしている。現在は、認定工場として30年をマークしている。

美粧性を高めるPG社の提案
アルミ缶の美粧性を高めるには、アルミ缶の表面処理が重要だ。アルミ缶の表面処理には、アルミ缶の表面処理が重要だ。アルミ缶の表面処理には、アルミ缶の表面処理が重要だ。

Beverage Japan No.479 June 2021

連載 アルミ缶

受託開発・試作をホットパック・レトルトに拡充

清涼飲料産業の持続的な成長とは、消費者の購買意欲を喚起し続けることだ。そのための手段は様々なが、新製品や大規模な販促投資が王道で、これからは多様なカテゴリーに拡大した飲料市場では、新市場の開拓余地が狭まっているだけに、これまでの経験と知識を結集させる必要がある。

新製品は、長期的研究・試作を抜きには完成しない。また自社開発にとどまらず、外部からの知識や経験の導入、アウトソーシングも手段の一つになる。こうしたなかジャパンフードテック (JFT)社は、新製品の受託開発、原料販売、自社テストプラントによる試作受託、受託分析などを行なっている。同社は2017年に、神奈川県伊勢原市でPETボトルの無菌充填を専門に行なうテストプラントを開設し、順調に事業を拡大している(本誌No.431参照)。さらに同社は、2021年8月2日に神奈川県平塚市に新テストプラント(平塚工場)を稼働させ、さらなる需要に対応している。

テストプラントの需要が高まる
伊勢原工場では、大手飲料メーカーの開発段階でのテストパックに加え、高品質サンプルの作製依頼が増加しているという。この高品質サンプルは少量のため、一般的には実生産ラインではなく各社のテストプラントで用意する。しかし、テストプラントが老朽化して廃止、受託分析などを行なっている。同社は2017年に、神奈川県伊勢原市でPETボトルの無菌充填を専門に行なうテストプラントを開設し、順調に事業を拡大している(本誌No.431参照)。さらに同社は、2021年8月2日に神奈川県平塚市に新テストプラント(平塚工場)を稼働させ、さらなる需要に対応している。

一方、レトルト製品の製造ラインが減少しているため、同社へ試作や高品質サンプルの作製といった要望が増えてきているという。そこで、JFT社の平塚工場は高品質な試作できるようにした。レトルト製品に加えてホットパック飲料にも対応させている。同工場の利用は1日単位で、利用料金は50万円となっている。

海外事情

海外の飲料最新事情・原料等のリポートを現地取材し掲載。海外の飲料ニュースは毎月掲載。英国「FoodBev Magazine」誌の翻訳記事も毎月掲載。

一般ビジネス誌ではあまり取り上げられない、アジア、ヨーロッパを中心とした現地の飲料事情や原料産地などを取材、リポートしています。また日本企業の取り組みなどもご紹介しています。

海外レポート

ご好評をいただいた、海外独自取材のリポート

チリ最前線2020

魅力を高めるチリ産の農産原料を見る
バルクワイン最前線

カナダ、メープルウォーター

メープルウォーターが狙うプラントウォーターの世界最先端

Gan Shmuel グループ・Ganir社 (イスラエル)

革新の国が開発する最先端果汁

中東における紙容器事情

中東におけるLL紙容器とブランド戦略

Austria Juice (オーストリア)

欧州有数の果汁メーカーに見る付加価値戦略

アルゼンチン

世界最大のレモン産地アルゼンチンと、その有力サプライヤー

世界の飲料事情・製品・素材・技術など

毎月、世界の飲料関連情報を翻訳、ご紹介しています。

英国「FoodBev Magazine」誌との提携による相互記事

アルコール飲料で見つける新アイデア

海外の飲料に見る製品価値のパワーアップ方法

代替を超えた価値で魅せる新製品 など



NEWS FROM U.K.

2021年上期振り返り

6つの海外注目トピックス

1. ハードセルツァー大盛況
低アルコール・低カロリーで、気軽に楽しめるハードセルツァーが世界的に人気を集め、市場は拡大の一途を辿っている。ブランドは差別化に意を凝らし、ルクセンブルクのAmber Beverage Group社の「Moskovskaya Street Hard Seltzer」はウオッカをベースに、「Ginger & Mint」「Raspberry & Lime」といった新奇性のあるフレーバーを開発した。またThe Coca-Cola Companyが展開するメキシコ発の発泡性ウオッカブランドのハードセルツァー「Topo Chico Hard Seltzer」は、日本でも7月15日に発売された(詳細は本誌17頁)。

2. アルコール〇〇が登場
日本ではノンアルコール飲料はビールやカクテルの印象が強いが、世界ではスピリッツが注目されている。たとえば、Diageo社はドライジンブランドの「Tanqueray 0.0%」や「Gordon's 0.0%」を相次いで投入し、市場開拓に力を入れている。

3. 植物性ミルクは定番になり得るか?
植物性ミルクを使用した製品は、専門メーカーに加え、大手メーカーの本格参入によって市場が拡大している。米国California Farms社は、オーガニックな植物性ミルクを用いた独自のブレンド、ヘンソンの「Blended」は、独自の植物性ミルクをブレンドして製造している。

4. 糖質オフの訴求是、加糖飲料のみならず、糖質を含む果実飲料でも見られるようになった。米国Koia社の「Koia Smoothie」は、果汁入りスムージーでありながらココナツの使用など原材料を工夫することで、主要スムージー比で糖質を80%オフにしたとアピールする。

5. パラエティック化が止まらないウオーター
ウオーターカテゴリーでは、目新しい商品が相次ぎに投入されている。米国Ocean Spray Cranberries社は、果汁とカフェインを加えた発泡性ウオーター「Ocean Spray Wave」を発表した。Danone社の「evian」は、知覚機能のサポートを、PepsiCo社の「Lifevit」は免疫機能のサポートを訴求する。このように、最新の需要に即した機能性ウオーターが次々に登場している。

6. コンブチャは流行から定番へ
コンブチャは米国を中心に飲料市場で定着しており、アルコール入りのハードコンブチャも開発が進んでいる。英国No.1 Living社は、ショット(小容量)タイプの「Kombucha Health Shot」を投入してライザップを監修した。また世界的ブランドTrivium社は、ゼロシュガー・ゼロカロリーの「Kombucha Zero」を英国で発表し、健康志向のユーザーへの訴求力を高めている。

「FoodBev Magazine」誌は清涼飲料、乳業、酒類、食品の総合専門誌で、年10冊刊行している。発行はFoodBev Media Ltd.で、パリジャパコは、Steve Galloway氏とともに記事の相互提携を行っている。Galloway氏は消費者専門コンサルタントで、英国を拠点に清涼飲料、酒類・食品のほか、衣類や教育、健康関係などの幅広い分野で戦略的マーケティングや市場導入支援などを行っている。消費者目線とタイムリーな記事を提供している。

Steve Galloway氏: steve@gallowayconsult.com
FoodBev Magazine: http://www.foodbev.com

Special Report
アルゼンチン
Argentine Republic

世界最大のレモン産地アルゼンチンと、その有力サプライヤー

本号では、前号に引き続きアルゼンチンCitromax社で収穫されたレモンを特集しよう。

Beverage Japan No.455 December 2019

NATIONAL NEWS

〈日進月歩の飲料缶向けデジタル印刷技術〉
デジタル印刷技術は、年々飛躍的に進歩している。2010年頃、フルカラー印刷の缶へのデジタル印刷性能に比べて、高速度処理に優れるという見解が一般的だった。しかし、近年の技術進歩により、デジタル印刷の性能が従来のフルカラー印刷に匹敵するまでに向上した。その中でも、缶印刷の分野では、デジタル印刷の導入が進んでいる。これは、デジタル印刷の導入により、缶のデザインがより多様化され、消費者の嗜好に合わせた缶のデザインが可能になるからである。

中東における紙容器事情
中東におけるLL紙容器とブランド戦略
中東の飲料市場は、紙容器の需要が急増している。これは、LL紙容器の導入により、缶よりも手軽で持ち運びやすいという利点があるからである。また、LL紙容器の導入により、缶よりもコストが低いという利点もある。これは、LL紙容器の導入により、缶よりも手軽で持ち運びやすいという利点があるからである。

中東における紙容器事情
中東におけるLL紙容器とブランド戦略
中東の飲料市場は、紙容器の需要が急増している。これは、LL紙容器の導入により、缶よりも手軽で持ち運びやすいという利点があるからである。また、LL紙容器の導入により、缶よりもコストが低いという利点もある。これは、LL紙容器の導入により、缶よりも手軽で持ち運びやすいという利点があるからである。

International News

News From U.K.

10 実際の本誌を見本誌として1冊無料で差し上げます。お申し込みはこちらから → https://www.beverage-j.co.jp/dj_mihon.html



スチック産業のコロナ禍の就業

スチック産業(BPF:英国プラスチック連合会)は、英国プラスチック連合会(PPA)と、コロナ禍におけるプラスチック関連企業向けの就業支援プログラムを発表した。このプログラムは、プラスチック関連企業の従業員が失業した場合に、BPFが失業手当を支払うという仕組みである。これは、プラスチック関連企業の従業員が失業した場合に、BPFが失業手当を支払うという仕組みである。

NEW PRODUCTS

毎月発売される清涼飲料、アルコール飲料各メーカーの詳細な新製品情報と解説。

製品の容器形状や容量などのバリエーション、価格、販売地域といった基本情報から開発背景、新容器についての解説、原料、栄養成分表記なども掲載。

NEW PRODUCTS | Beverage & Dairy

雪印メグミルク 小容量で野菜摂取を訴求

雪印メグミルクは、「ベジサボ 速楽チャージ」を全国で新発売した。同品は、小容量で1食分の野菜が摂取でき、さらに整腸と脂肪や糖の吸収抑制という機能性を加えて差別化を図っている。ラインアップは「野菜&フルーツミックス」(14頁に続く)



森永乳業 サングリア風紅茶飲料ほか

森永乳業は、「リプトン Sangria Tea Punch」「マウントレニア カフェラッテ メープルハントラテ」「森永ミルクココア」を新発売した。このほかデザインコーラボデザインの牛乳類を発売した。(11頁に続く)



アサヒ飲料 炭酸飲料強化、珈琲のテコ入れなど

アサヒ飲料は、「ミツ矢」「ウィルキンソン」「カルピスソーダ」「パヤリース」「ワнда」「十六茶」に新製品を投入し秋冬の活性化を図る。また「ほっと」シリーズの新製品やリニューアル

キッコーマングループ 植物乳6品と野菜系飲料2品

キッコーマンソイフーズは、「豆乳飲料」「マカダミアミルク」の新製品など「キッコーマン」ブランド6品を発売し



た。またキッコーマン飲料は、「デルモンテ」ブランドの野菜系飲料2品を新発売した。

▶「キッコーマン 豆乳飲料」は、「かぼちゃ」「チャイティー」を新発売し、「焼きいも」を秋冬限定で再販する。いずれもコップに移し加熱するホット飲用を訴求する。大豆固形分4%以上。内容量200ml、スリムLL紙容器、税(19頁に続く)

ヤクルト本社 「Y1000」を新発売、紫芋使用の機能性表示食品など

ヤクルト本社は、「Y1000」「肝ファイン」を新発売し、「きになる野菜」「オレ」「マイルド・オレ」シリーズをリニューアルした。



▶「Y1000」はストレス緩和、睡眠の質向上、腸内環境改善を訴求する機能性表示食品の乳製品乳酸菌飲料。機能

性関与成分は乳酸菌シロタ株で、1本に1,100億個含む。無脂肪固形分3.6%、乳脂肪分0.1%。(12頁に続く)



伊藤園 機能性表示食品の「充実野菜」ほか

伊藤園は、機能性表示食品の野菜系飲料を新発売し、特定保健用食品の緑茶飲料をリニューアルした。また「お〜いお茶」の加温販売対応品、「エビアン」のラベルレスボトルを投入した。いずれも全国発売。



▶「充実野菜 青汁ミックス」「同トマトミックス」は、機能性表示食品の野菜(8頁に続く)

大塚食品 「ジャワティ」全面刷新

大塚食品は、「シンビーノ ジャワティ ストレート」「スゴイサイズ」シリーズをリニューアルして全国発売した。



▶「シンビーノ ジャワティ ストレート」は、「レッド」「ホワイト」のパッケ

ポッカサッポロ 飲むカレー、トクホのレモン飲料ほか

ポッカサッポロは、「カレーレモンブラ」「マカエールクラフトコ」の3品、業務用追加した。全国発売。

▶「カレーな辛」は、飲むカレーを標榜する(9頁)

サントリー 競馬コ



ダイドー 参鶏湯

ダイドードリンク市場



NEW PRODUCTS | Beer & Alcoholic

低アルコール飲料 RTDの新ブランドが相次いで登場

低アルコール飲料市場は、消費者の嗜好の多様化などによって拡大が続いている。こうしたなか、酒類各社では積極的に新ブランドを投入し、さらなる市場拡大をめざしている。アサヒビールはアルコール分0.5%と同3%のハイボール「ハイボリー」を、サントリーはアルコール分0.5%と同3%の「ハイボリー 3%」は、ニッカウキスキーの華やかな香りのモルト原酒とまろやかな味わいのグリーン原酒に加え、キーマルトにスコットランド産のヘビービート原酒を使用することで香気に深みや重厚さを加えたハイボリー。品目は「ハイボリー」が炭酸飲料、「同 3%」がリキュール(発泡性)①。ともに350ml缶入り、税別181円。9月28日発売。

なお、「ハイボリー」はアルコール分0.5%のビールテイスト飲料「ピアリー」に続く「微アルコール」の新ブランドで、同社ではアルコール分3.5%以下の商品の販売容量構成比を2025年までに20%に引き上げる目標を立てているという。

月桂冠 「つき」のリニューアルほか

月桂冠は、「つき」をリニューアルし、「サムライロック」「ドライレモンロック」を新発売した。発売地域は全国。

▶「つき」は、発酵の最終段階で蒸し米を加えて仕込む「四段仕込」を採用した清酒。今回のリニューアルでは、米の量を増やすことで旨味やコク、まろやかさを高めた。また「さわやかキレ酵母」などのオリジナル酵母を使用して、すっきりした味わいを維持しながら新たな酒質に仕上げたという。アルコール分13度以上14度未満。容器ラインアップは、紙容器=3L(税別2,062円)、2L(1,443円)、900ml(697円)、650ml(507円)、500ml(410円)、180ml(145円)、カップ型ガラスびん=210ml(154円)、100ml(99円)。8月中旬から順次切り替え。

▶「サムライロック」「ドライレモン

ロック」は、清酒にライムやレモンの果汁をそれぞれ加えたオンザロック向けのリキュール。アルコール分は「サムライロック」が10%、「ドライレモンロック」が8%。ともに500mlガラスびん入り、税別630円。8月17日発売。

▶「賞沢搾り プレミアムかんテイス

ト」は、えひめ飲料「ボンジュース」の果汁を使用したミカンテイストのチューハイ。果汁分30%。アルコール分4%。品目はリキュール(発泡性)①。

▶「賞沢搾り 国産和梨」は、国産和梨果汁を使用。果汁分5%。アルコール分4%。品目はリキュール(発泡性)①。350ml缶入り、税別160円。8月18日から秋限定発売。

▶「樽ハイ倶楽部」は、パッケージデザインをリニューアルした「レモンサワー」(ブレンサワー)と、「梅干しサワー」を10月12日から発売する。また「レモンマシマシサワー」を8月11日から期間限定・CVS限定で発売した。いずれも品目はリキュール(発泡性)①。容器容量は350ml缶(税別141円)と500ml缶(同191円)。ブランド計(年間の)販売目標は270万箱(前年1箱=250ml×24本換算)。

▶「梅干しサワー」は、今年4月に期間限定発売した南高梅エキスを使った

350ml缶入り、税別160円。9月14日発売。

▶「賞沢搾りプラス」シリーズは、ヨーグルトテイストの2品をリニューアルする。ともに人工甘味料は不使用。アルコール分4%。品目はリキュール(発泡性)①。350ml缶入り、税別141円。9月7日発売。

▶「賞沢搾り ヨーグルトテイストプラス(ベリーミックス)」は、5種の果実(イチゴ、カシス、ブルーベリー、レッドラズベリー、リンゴ)の果汁を使用した。果汁分10%。

▶「賞沢搾り ヨーグルトテイストプラス(柑橘ミックス)」は、5種の果実(オレンジ、タンカン、レモン、グレープフルーツ、ライム)の果汁を使用。果汁分15%。

350ml缶入り、税別160円。9月14日発売。

▶「賞沢搾り プレミアムかんテイス

ト」は、えひめ飲料「ボンジュース」の果汁を使用したミカンテイストのチューハイ。果汁分30%。アルコール分4%。品目はリキュール(発泡性)①。

▶「賞沢搾り 国産和梨」は、国産和梨果汁を使用。果汁分5%。アルコール分4%。品目はリキュール(発泡性)①。350ml缶入り、税別160円。8月18日から秋限定発売。

▶「樽ハイ倶楽部」は、パッケージデザインをリニューアルした「レモンサワー」(ブレンサワー)と、「梅干しサワー」を10月12日から発売する。また「レモンマシマシサワー」を8月11日から期間限定・CVS限定で発売した。いずれも品目はリキュール(発泡性)①。容器容量は350ml缶(税別141円)と500ml缶(同191円)。ブランド計(年間の)販売目標は270万箱(前年1箱=250ml×24本換算)。

▶「梅干しサワー」は、今年4月に期間限定発売した南高梅エキスを使った

350ml缶入り、税別160円。9月14日発売。

▶「賞沢搾りプラス」シリーズは、ヨーグルトテイストの2品をリニューアルする。ともに人工甘味料は不使用。アルコール分4%。品目はリキュール(発泡性)①。350ml缶入り、税別141円。9月7日発売。

▶「賞沢搾り ヨーグルトテイストプラス(ベリーミックス)」は、5種の果実(イチゴ、カシス、ブルーベリー、レッドラズベリー、リンゴ)の果汁を使用した。果汁分10%。

▶「賞沢搾り ヨーグルトテイストプラス(柑橘ミックス)」は、5種の果実(オレンジ、タンカン、レモン、グレープフルーツ、ライム)の果汁を使用。果汁分15%。

▶「賞沢搾り プレミアムかんテイス

ト」は、えひめ飲料「ボンジュース」の果汁を使用したミカンテイストのチューハイ。果汁分30%。アルコール分4%。品目はリキュール(発泡性)①。

▶「賞沢搾り 国産和梨」は、国産和梨果汁を使用。果汁分5%。アルコール分4%。品目はリキュール(発泡性)①。350ml缶入り、税別160円。8月18日から秋限定発売。

▶「樽ハイ倶楽部」は、パッケージデザインをリニューアルした「レモンサワー」(ブレンサワー)と、「梅干しサワー」を10月12日から発売する。また「レモンマシマシサワー」を8月11日から期間限定・CVS限定で発売した。いずれも品目はリキュール(発泡性)①。容器容量は350ml缶(税別141円)と500ml缶(同191円)。ブランド計(年間の)販売目標は270万箱(前年1箱=250ml×24本換算)。

▶「梅干しサワー」は、今年4月に期間限定発売した南高梅エキスを使った



見本誌を無料で差し上げます!

飲料総合専門誌ビバリッジ ジャパンに興味をもっていただきありがとうございます。ダイジェスト版では詳細をご覧いただけないので、ぜひ一度、実際の本誌をご覧ください。無料で1冊送付いたします。



専用フォームからお申し込み

ホームページの見本誌申し込み専用フォームより、お申し込みください。

https://www.beverage-j.co.jp/dj_mihon.html

受付完了後、発送いたします。



FAXからお申し込み

右欄に名刺を貼付していただくか、必要事項をご記入の上、FAX送信してください。受付完了後、発送いたします。

FAX 03-3989-8727

会社名	
部署名	役職
氏名	
住所	
TEL	

名刺貼付
またはご記入ください

本誌購読者限定 電子書籍版ビバリッジ ジャパン

従来の紙の本誌での購読に加え、デスクトップ、スマートフォン、タブレットでの電子書籍版の閲覧が可能になりました！
電子書籍版は本誌定期購読者限定サービスです。



定期購読のお申し込み

ビバリッジ ジャパンは書店でお求めいただけません。読者の方に直接お届けいたします！
今すぐ定期購読をご希望の方はホームページ、またはお電話で。

ホームページ

<https://www.beverage-j.co.jp>

「定期購読申込みページ」よりお申込みください。



お電話

03-3989-8707

定期購読料

1年間 (12冊) 本体価格 47,520円 (国内送料・消費税込)

↑1冊(5,434円)ごとの購入より年間で17,688円お得です!

バックナンバー

1冊 本体 5,434円 (国内送料・消費税込)

- 発行回数：月刊・毎月28日発行 (年間12回)
- 判型：A4/約100頁 (カラー・モノクロ)
- 販売方法：国内：直販のみ
海外：指定代理店経由

株式会社 **ビバリッジ ジャパン社**

〒170-0013 東京都豊島区東池袋3-21-18

TEL: 03-3989-8707 FAX: 03-3989-8727 www.beverage-j.co.jp