



2011年9月1日

株式会社JR東日本ウォータービジネス

秋にぴったりのエキナカ専用産地飲料 旬な時期に旬な果実の贈りもの「ギフト オブ ラ・フランス」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9月6日(火)に、山形食品株式会社(本社:山形県南陽市、代表取締役社長:稲村 和之)と共同開発し、山形県産ラ・フランスを使用したエキナカ専用産地飲料「ギフト オブ ラ・フランス」を発売します。
- 2010年6月に発売した「クール ド ラ・フランス」から、ラ・フランス果汁30%はそのままに、発売時期をラ・フランスの旬の時期に合わせ、より素材の味わいを追求した中味にブラッシュアップしました。
- エキナカ自販機の時間帯購入データ分析を活かし、ターゲット・飲用シーンを想定し、商品企画を行いました。

●商品名

「ギフト オブ ラ・フランス」

今年発売

「ギフト オブ ラ・フランス」

●容量・容器

280ml・ペットボトル

●価格

140円(税込)

●販売箇所

JR東日本のエキナカ飲料自販機“acure”〈アキュア〉、NEWDAYS等

●発売開始

2011年9月6日(火)

●リニューアルポイント

よりラ・フランスの素材に近い味わいを追求

昨年「クール ド ラ・フランス」で、お客さまにご好評だった「ラ・フランスの果実を食べているような味わい」を更にブラッシュアップ。今年の「ギフト オブ ラ・フランス」は、ラ・フランスから抽出した果実由来のエッセンスを香料として使用しました。

購入時間帯を考慮した中味にブラッシュアップ

「旬な時期に旬な果実を提供したい」という思いから、発売時期を、昨年の6月から、ラ・フランスの旬である9月に変更しました。

また、昨年の「クール ド ラ・フランス」の時間帯購入データ分析(【参考資料】参照)により、味も甘みをより強くして、おやつニーズ訴求を高めています。

素材が伝わるデザイン

ラ・フランスの素材が伝わるように、パッケージはラ・フランスのシルエットの中に農園が見え、ラ・フランスのほのかな色が伝わるようにクリアなパッケージに仕立てました。

昨年発売

「クール ド ラ・フランス」



エキナカ専用産地飲料とは・・・

東日本エリア産地の果物や天然水等を、地元企業との共同企画で商品化し、主にJR東日本のエキナカで販売、消費する、JR東日本ウォータービジネスが2010年から開始した取り組み。

※右は2010年11月に発売した青森県産「味わい密閉 青森りんご100」



【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

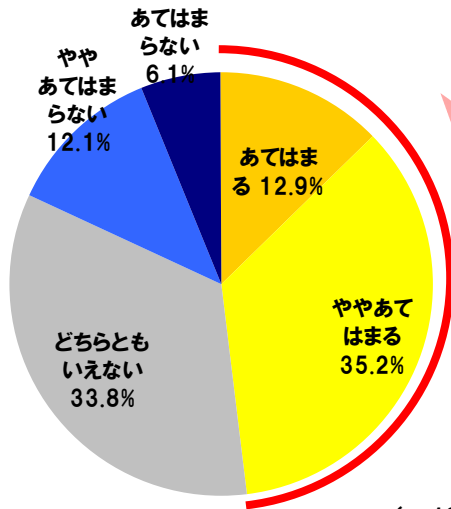
担当：加藤・武藤

TEL：03-6853-6005

【参考資料】

1. エキナカ果汁調査の結果

果汁飲料に関する消費者の意識「季節にあった果物を使った果汁飲料を飲みたい？」



(n=1035)

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回以上自購入(※購入場所は問わない) 1,035 サンプル

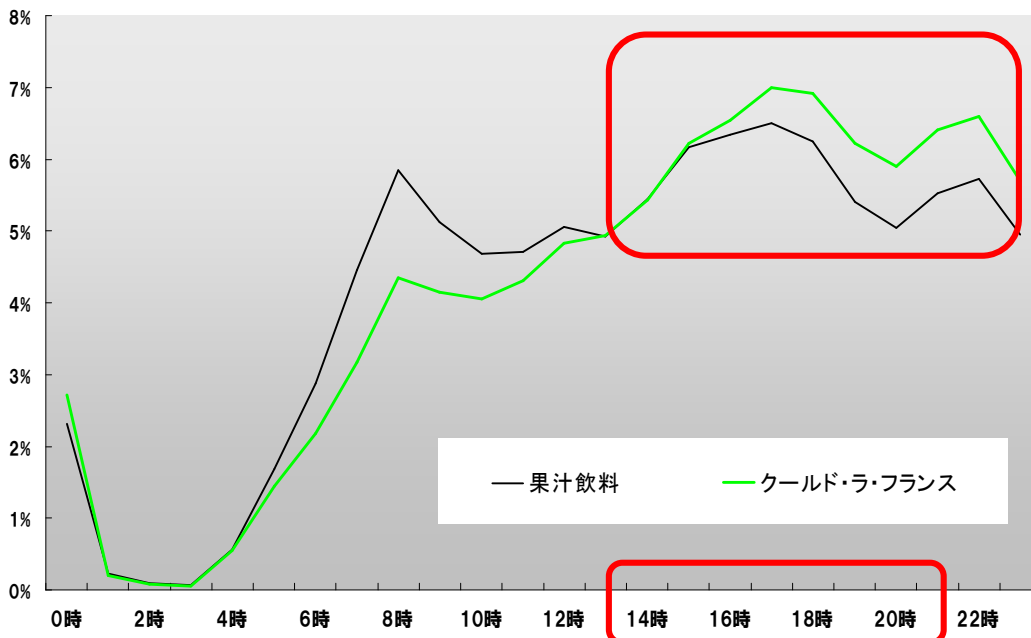
調査会社: マクロミル

約半数のエキナカユーザーは
季節にあった果物を使った飲料が飲みたいと
思っている

秋のイメージが強いラ・フランスを発売
涼しくなる季節なので、昨年よりも甘みを
少し強くしております

2. エキナカ果汁飲料の売上時間帯分析(「クールドラ・フランス」と果汁飲料全体の比較)

時間帯別購入データ分析「どの時間帯に売れているのか？」



※ データは 2010 年 10 月 18 日～24 日までの当社エキナカ自販機販売実績より

昨年発売した「クールドラ・フランス」は、通常の果汁飲料に比べて、
14時以降の夕方に売れる傾向がありました。→おやつニーズ・帰宅時のニーズあり