

～ 伸ばし続ける無糖飲料・フレーバーウォーター市場がこの夏さらに進化 ～

甘くないフレーバーウォーター 「From AQUA 甘夏みかん×ミント」 6月5日（火）エキナカ自販機で発売

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：鈴木浩之）は、「落ちないキャップ」でおなじみの谷川連峰の天然水「From AQUA」<フロムアクア>（以下、「フロムアクア」）から、「甘夏みかん×ミント」を、2018年6月5日（火）に発売します。

本商品は、愛媛県産甘夏みかん果汁とミントフレーバーのさわやかですっきりとした“甘くない”後味に仕上げた、「無糖」のフレーバーウォーター（無色透明なのに香りがついている飲料）です。



商品名	From AQUA 甘夏みかん×ミント
価格	120円（税込）
容器・容量	280ml ペットボトル
販売箇所	エキナカを中心に展開しているアキュアの自販機 JR東日本ウォータービジネス通信販売 (http://www.acure-fun.net/online/) 等
発売日	2018年6月5日（火） ※順次展開予定
URL	http://www.acure-fun.net/products/2018/fromaqua_amanatsumikan.html



～ 開発背景 ～

清涼飲料における無糖飲料及びフレーバーウォーター市場は毎年伸ばし続けており、それぞれ 2011 年を基準として今年 は 116.7%と 319.9%になると予測されています。（「参考資料 1」参照）本商品は両市場を活性化する新カテゴリーとして開発されました。

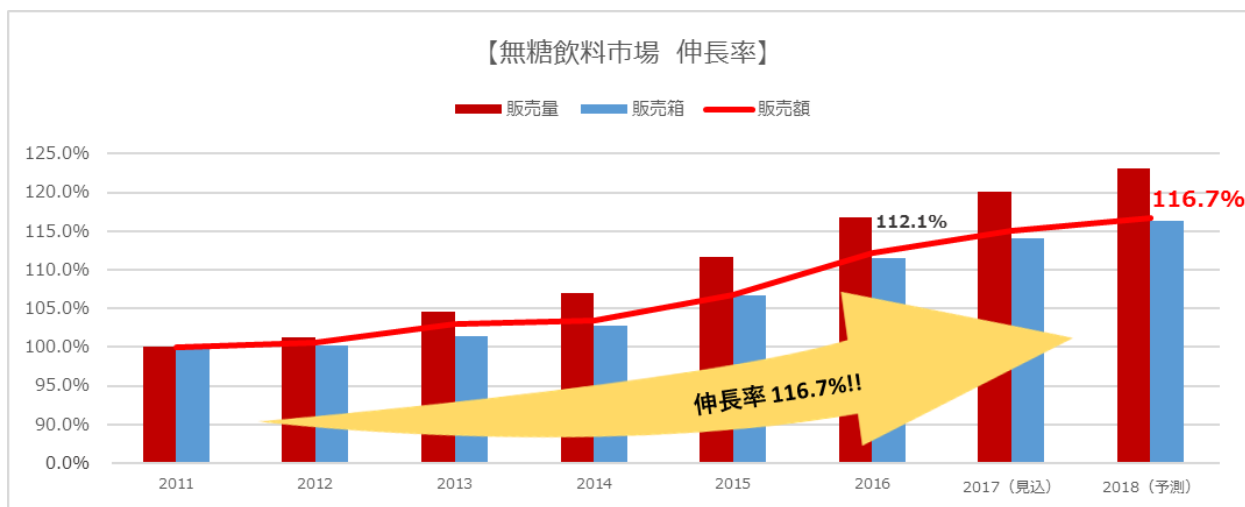
なお、2018年3月よりエリア限定で販売した「From AQUA さくらんぼ×さくら」の購入者を対象にした調査では、約半数が無糖フレーバーウォーターに対して好感を持ち、また「季節を感じながら喉を潤すことができそう」といった「フロムアクア」の新しい味（フレーバー）に期待する声もあがるなど、高い購入意欲を示す結果となりました（「参考資料 2」参照）。

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：石山・小室 TEL：03-6853-6005

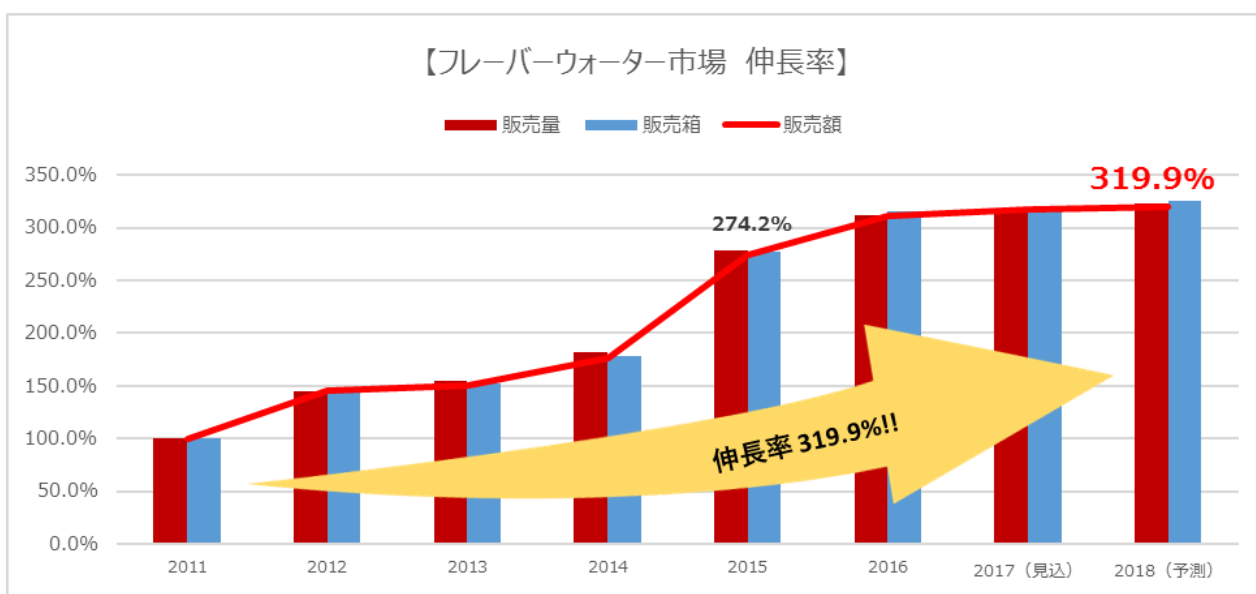
参考資料 1 : 「2017 年 清涼飲料マーケティング要覧 横断分析編」(株式会社富士経済調べ)

◆無糖飲料市場



無糖飲料は、緑茶をはじめとした無糖茶飲料やコーヒー飲料、ミネラルウォーター類のほか、無糖炭酸飲料で主に構成され、近年は健康志向の高まりを背景に市場の拡大傾向が続いている。

◆フレーバーウォーター市場



各社ミネラルウォーターブランドのラインアップ拡充により、大幅増となった。フレーバーウォーターはほのかな甘みや風味があるものの、透明色であることから、“健康によさそう”という視覚的な要素などによって消費者の需要を掴んできた。

[引用資料]

資料名：「2017 年 清涼飲料マーケティング要覧 横断分析編」(株式会社富士経済)

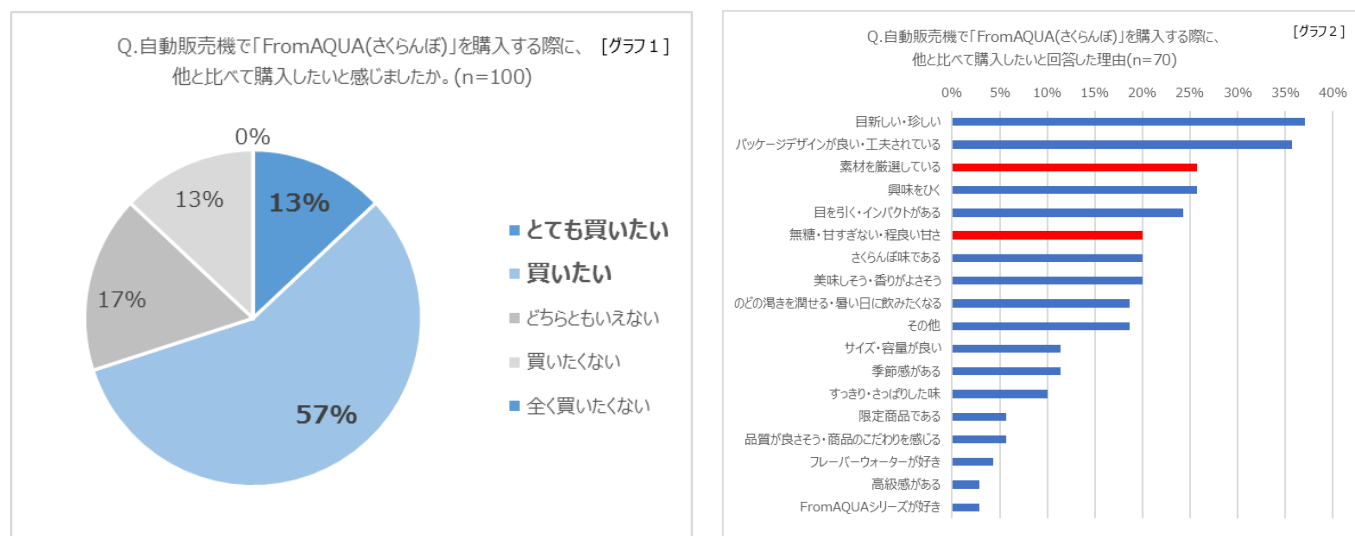
参考資料 2 : 「From AQUA さくらんぼ×さくら」に関する調査結果

商品選択時、他商品と比較して「買いたい」が 7 割

今回、「From AQUA さくらんぼ×さくら」を実際に購入し飲用した 20～50 代の男女 100 名を対象に調査を行いました。その結果、商品を選択する際に他の商品と比較した上で、対象者の 7 割が「買いたいと感じた (70%)」ことが分かりました。

[グラフ 1]

なお、「買いたい」と回答した理由について、パッケージへの魅力や興味その他、「素材を厳選していること」「無糖であること」や「甘すぎないこと」へのコメントが見受けられ、市場データ（参考資料 1）にあるような無糖であることを好む傾向もややみられる。[グラフ 2]



コメント抜粋：

- ・ 「「無糖」と書かれていたので、すっきりした味を想像しました。甘さの強い飲料があまり好きではないので、魅力的に感じました。」 (30 代女性)
- ・ 「一般的な清涼飲料水のように甘すぎたりカロリーの高さを気にすることなく、飲むことができると思ったため」 (40 代男性)

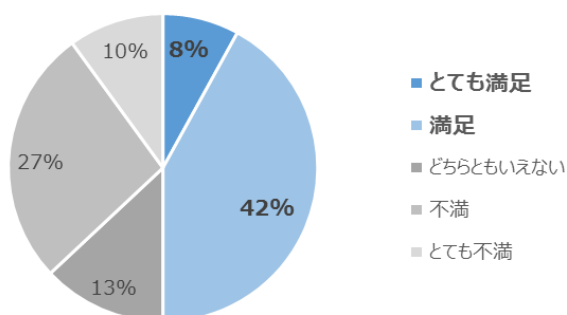
購入飲用後の満足度、及び新フレーバーへの期待は共に 5 割以上

同調査において、購入・飲用後の満足度に関しては全体の **5 割が満足**した結果となりました。[グラフ 3]

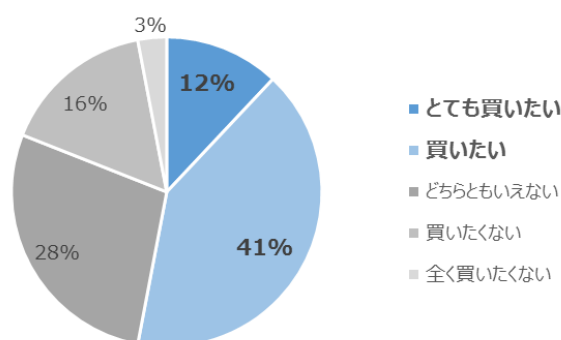
また、「FromAQUA」シリーズから新しい味が出たら買いたいか」という質問に対しては、全体の約 **5 割強が新しい味を購入したい**と思っていることが分かりました。[グラフ 4]

なお、購入意向の高いユーザーの理由として、「香りがよさそう」といったフレーバーへの期待の他、「果物の味や香りを感じる」、「色々なフレーバーを試したい」といった季節に合わせて楽しみたいというコメントも見受けられました。[グラフ 5]

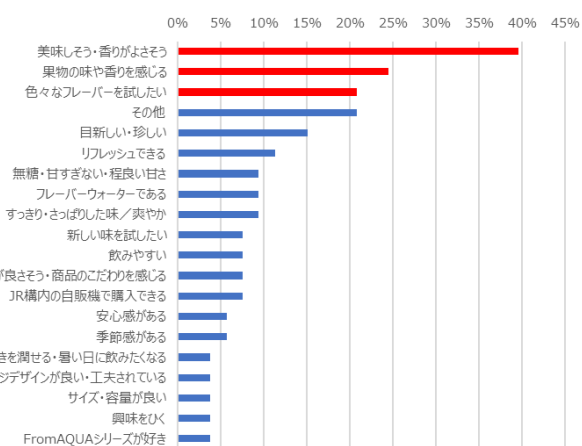
Q.「FromAQUA(さくらんぼ)」の総合満足度をお知らせください。【グラフ3】
(n=100)



Q.「FromAQUA」や「FromAQUA (さくらんぼ)」シリーズから新しい味が出たら買いたいと思いますか。【グラフ4】
(n=100)



Q.「FromAQUA」や「FromAQUA (さくらんぼ)」シリーズから新しい味が出たら買いたいと思った理由(n=53) 【グラフ5】



コメント抜粋：

- 「今回購入した商品を飲んだ時に、さくらんぼのフルーティーな香りがふわっと感じられて、**春らしい楽しい気分**になったので、例えば**スイカやもも、ぶどうなどの旬の果物の味が出たら、季節を感じながら喉の渇きを潤すことができ、気分が上がりそう**だと思ったから。」(30代女性)
- 「あくまでフレーバーでなく、**香りを楽しむ飲料水として購入**したいです。新しい無糖水は気分転換に飲みますから、また新しい味が出るなら**興味**があります。」(20代男性)
- 「サクランボ味といわれる食べ物、およそ味が濃い印象がありますが、これはすっきりしていました。**いろいろな味わいを試してみたい、合うものを見つけてみたい**です。たまに味を変えるのもいいと思います。」(40代男性)
- みずみずしくて爽やかなイメージを抱いたので、これからの**夏の暑い時期に飲みたい**と思いました。(30代女性)

[調査概要]

調査名：「From AQUA さくらんぼ×さくら」に関する調査

調査期間：2018年4月13日(金)～2018年5月18日(金)

調査対象：「From AQUA さくらんぼ×さくら」を実際に購入し飲用した20～50代男女100名

調査方法：Mycomment(消費者体験型定性調査)

参考資料 3 : 「From AQUA」「アキュアの自販機」について

■ From AQUAの特徴「落ちないキャップ」

キャップを落とす心配のない「落ちないキャップ」は、移動中や、手がふさがっている時、スポーツ・レジャーの時などに便利です。



■ アキュアの自販機について

JR 東日本のエキナカを中心に展開している自動販売機です。メーカーの枠にとらわれず、お客さま視点でエキナカのニーズに合った売れ筋商品をラインアップした「ブランドミックス機」で約 8,000 台展開しています。

