

レギュラーコーヒー（粉）カテゴリーで 24 年連続売上 No.1^{※1}の定番ブランド『UCC ゴールドスペシャル』
紙パックコーヒー（飲料）2 品がさらにおいしく、クリーンな味わいへリニューアル
3月4日（月）全国で発売

UCC 上島珈琲株式会社

UCC 上島珈琲株式会社（本社／兵庫県神戸市、資本金／10 億円、社長／朝田文彦、以下 UCC）は、主力ブランド『UCC ゴールドスペシャル』の紙パックコーヒー製品（飲料）『UCC ゴールドスペシャル アイスコーヒー 無糖／甘さひかえめ 1000ml』の味覚をクリーンな味わいへブラッシュアップし、3月4日（月）にリニューアル発売します。



『UCC ゴールドスペシャル』は、1977 年の発売以来、毎日の何気ない時間をちょっと特別にしてくれるコーヒーを楽しみたいというニーズにお応えしながら、レギュラーコーヒー粉製品、炒り豆製品、アイス専用レギュラーコーヒー製品など、幅広いラインアップを展開しています。それぞれの豆が持つ特長を最大限に活かす焙煎方法「単品焙煎^{※2}」による優れた味わいから、いつでも変わらない特別なおいさを提供する家庭用レギュラーコーヒーのトップブランドとして、特にレギュラーコーヒー製品（粉）カテゴリーにおいては、24 年連続売上 No.1^{※1}ブランドとして、多くのコーヒーファンに親しまれてきました。さらに、ホームユースタイプ（600ml 以上）の紙パックコーヒー製品の市場が近年伸長傾向にあることを受け、2023 年春には紙パックコーヒー製品を発売しました。

このカテゴリーのユーザーには、コーヒーそのものの味わいへのこだわりが強い傾向がうかがえ、今回は、味わいや本格感といった嗜好性のニーズに合わせ、紙パックコーヒー製品『UCC ゴールドスペシャル アイスコーヒー 無糖／甘さひかえめ 1000ml』のコク深い味わいはそのままに、さらにおいしくクリーンな味わいへブラッシュアップし、3月4日（月）にリニューアル発売します。自宅でアイスコーヒーを飲んでリラックスしたい方、おいしいカフェオレを楽しみたい方におすすめのコーヒーです。



Every coffee, every moment

■リニューアルのポイント

『UCC ゴールドスペシャル アイスコーヒー 無糖／甘さひかえめ 1000ml』は、自宅でも本格的なアイスコーヒーを楽しみたい方に向けて、「広がる香りと豊かなコク」をコンセプトに味覚設計しています。ブラックで飲んでも、ミルクと合わせても、しっかりとコーヒー感を感じられる味わいが特長です。

今回、ミルクで割ってもおいしい、という味覚設計は変更せず、よりクリーンな味わいを追求してブレンド配合を見直しました。併せて、「甘さひかえめ」は、消費者ニーズに合わせてより甘みを抑えた味わいに調整しました。

パッケージは、白を基調としたシンプルな色合いで、『UCC ゴールドスペシャル』ブランドとして統一感のあるデザインはそのままに、ブランドのトレードカラーである“金”の要素を効果的に入れ、よりブランドを想起しやすくしました。

また、UCCグループの「サステナブルなコーヒー調達^{※3}」の基準を満たしたコーヒー豆を50%以上使用し、レギュラーコーヒーの『UCC ゴールドスペシャル』と同じく「単品焙煎」によって豆の個性を最大限に引き出してからブレンドしています。

UCCは、『UCC ゴールドスペシャル』ブランドの製品ラインアップの展開や、「365日をスペシャルへ。」をメッセージとしたコミュニケーションを通じて、毎日の何気ない時間をちょっと特別にしてくれるコーヒーをお届けしてまいります。

■『UCC ゴールドスペシャル アイスコーヒー 無糖／甘さひかえめ 1000ml』製品概要



| | |
|------|--|
| 製品特長 | <p>24年連続売上 No.1 ブランド『UCC ゴールドスペシャル』の紙パックコーヒー</p> <ul style="list-style-type: none">■焙煎：豆の個性を最大限に引き出す“単品焙煎”■原材料：サステナブルなコーヒー調達豆 50%以上使用■味覚：<ul style="list-style-type: none">・「広がる香りと豊かなコク」。ブラックだけでなく、ミルクともよく合う味わい・コク深い味わいは維持しつつ、クリーンな味わいへブラッシュアップ・「甘さひかえめ」は、消費者ニーズに合わせてより甘みを抑えた味わいに調整 |
|------|--|

| | |
|------------|---|
| | <p>■パッケージ：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・『UCC ゴールドスペシャル』ブランドとして統一感のあるデザインはそのままに、ブランドのトレードカラーである“金”の要素を効果的に入れ、よりブランドを想起しやすいパッケージに |
| 発売日 | 2024年3月4日（月） |
| 希望小売価格 | 248円（税抜） |
| カロリー | 無糖：0kcal（100mlあたり）、甘さひかえめ：20kcal（100mlあたり） |
| ケース入数 | 1000ml×12本 |
| 販売地域／チャンネル | 全国の量販店を中心としたチャンネル |
| ターゲット | <ul style="list-style-type: none"> ・コーヒーにリラックス要素を求めるユーザー ・コーヒーをミルク割り飲用するユーザー |

（関連 URL）

- ・『UCC ゴールドスペシャル』ブランドサイト：https://www.ucc.co.jp/gold_special/
- ・UCC 公式オンラインストア：<https://store.ucc.co.jp/>
- ・UCC グループのサステナブルなコーヒー調達：<https://www.ucc.co.jp/company/sustainability/people/coffee/>

※1 ゴールドスペシャルブランド インテージ SRI,SRI+ 2000年1月～2023年12月 レギュラーコーヒー袋入り粉(AP)ブランド 販売金額

※2 単品焙煎

様々な産地から輸入されてきたコーヒー豆を生豆の状態をブレンドしてからまとめてロースティングする「混合焙煎」に対し、豆の個性や特性を見極めてそれぞれロースティングしたのち炒り豆をブレンドする方式。コストや時間はかかるが、各々のコーヒー豆の特長を最大限に活かしたブレンドコーヒーができあがる。

※3 サステナブルなコーヒー調達

UCC グループは、2022年4月に発表した「UCC サステナビリティ指針」にて、「2030年までに自社ブランド製品を100%サステナブルなコーヒー調達にすること」を目標に掲げた。この目標を掲げるにあたり、サステナブルなコーヒー調達の考え方について検討を重ね、3つのサステナブル要素と具体的な確認項目を設けた。今後、調達における協働パートナーによる監査のもとでのコーヒー調達の推進に取り組む。

そして、より良い地球環境、より良い生産者の生活に繋がるよう、サステナブルに調達されたコーヒー豆を50%以上使用した製品に付与するロゴを新たに作成。このロゴを活用することで、製品を通じたサステナブルなコーヒー調達への取り組みについてコミュニケーションを強化し、持続可能なコーヒー産業の実現に向けて推進していく。

（参考：2022年8月25日配信リリース

「2030年、サステナブルなコーヒー調達 100%実現に向け、世界的な環境団体やサプライヤーとの新たなパートナーシップ強化」

<https://www.ucc.co.jp/company/news/2022/rel220825a.html>



サステナブルな
コーヒー調達



Every coffee, every moment

【本件に関する一般のお客さまからのお問い合わせ先】

UCC 上島珈琲株式会社 お客様担当

TEL : 078-304-8952

WEB : <https://www.ucc.co.jp/customer/>



Every coffee,
every moment

コーポレートメッセージ「Every coffee, every moment」は、
コーヒーがもたらす最高の瞬間のために、コーヒーの全てを追い求める、という
私たち UCC グループからのメッセージが込められています。