

『UCC 職人の珈琲』ブランドが生まれ変わります！
 味覚もおいしくブラッシュアップ！ブランドロゴやパッケージを一新！
 さらに新しいブレンド『ビターな味わいのクラシックブレンド』9月2日新登場
 ミルクで割ってカフェオレにも最適な味わい

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、今秋、「いつものコーヒーに、職人こだわりの味わいを。」をコンセプトとした『UCC 職人の珈琲』ブランドの既存 3 ブレンドの味覚をブラッシュアップし、さらにこだわった職人の味わいをご提供します。またロゴ、パッケージを一新するとともに、4つ目のブレンドとして、深みのある余韻が特長の新ブレンド『ビターな味わいのクラシックブレンド』を9月2日(月)に全国で新発売します。



『UCC 職人の珈琲』は、「いつものコーヒーに、職人こだわりの味わいを。」をコンセプトとした UCC 家庭用製品の主力ブランドの一つです。2000年の発売以来、家庭で日常的にコーヒーを何杯も楽しみたいという、コーヒーのヘビーユーザーのニーズにお応えしながら、レギュラーコーヒー粉製品、ワンドリップコーヒー製品、インスタントコーヒー製品、ペットボトル飲料製品とカテゴリーを広げ、その味わいや品質から多くの方にご愛飲いただいております。特に、ワンドリップコーヒー製品については、同カテゴリーで **11年連続売上 No.1**^{※1}と大変ご好評いただいております。

■ **味覚をブラッシュアップ！ブレンド・焙煎プロファイルを変更し、**

“雑味”をおさえ、コーヒーの持つ“甘み”をより感じられる味わいに。

既存の 3 ブレンドは、ブレンド内容・焙煎プロファイルを見直し、“雑味”をおさえ、コーヒーの持つ“甘み”をより感じとりやすい、バランスのとれた味わいにブラッシュアップしました。さらに幅広いお客さまのニーズにお応えし、おいしさに妥協せず職人こだわりの味わいを提供し続けてまいります。





Every coffee, every moment

◆「職人こだわりのおいしさ」をより感じられるパッケージデザインに

パッケージは各ブレンドのメインカラーを踏襲しつつ、『職人の珈琲』ブランドのこだわりや本格感を感じさせるデザインにリニューアルしました。ロゴは縦書き・中央レイアウトに変更、大きくデザインすることで、『職人の珈琲』というブランド名を強調し、ものづくりに対するこだわりを感じさせる印象にしました。また、中央のシズル画像は、湯気から感じる香りへの期待感を演出します。

ワンドリップコーヒー製品については、同カテゴリーで **11 年連続売上 No.1**^{※1}であることを示すアイコンをデザインすることで、初めて購入する方にとっても選びやすく、安心感を得やすいデザインにしました。

ワンドリップコーヒー製品はこれまでの 16 杯分から、より日常使いしやすい容量 18 杯分へ変更します。また粉製品は、これまで 2 種類の容量で展開してきましたが、300g という新たな容量にて発売します。

※1 職人の珈琲ブランド インテージ SRI,SRI+ 2013 年 3 月～2024 年 2 月 ワンドリップコーヒータイプカテゴリー ブランド販売金額

■新ブレンド『ビターな味わいのクラシックブレンド』

味覚トレンドとして評価の高い“苦味・コク”に着目。そのままでも、カフェオレでも！

既存 3 ブレンドに次ぐラインアップとして新たに発売する『ビターな味わいのクラシックブレンド』は、コーヒーの味覚トレンドに着目し、開発しました。外食店の味覚トレンドは近年“苦味・コク”方向にシフトしてきており（UCC 調べ）、その点に着目し、“ビター感”を求めるユーザーにおすすめの味わいに仕上げました。

また、全日本コーヒー協会の調査（全日本コーヒー協会「コーヒーの需要動向に関する基本調査」2022 年度第 21 回調査）によると、普段のコーヒーの飲み方として、牛乳・ミルク・クリームを入れる割合が 46.4%を占め、牛乳・ミルク・クリーム使用者における飲用属性では、ヘビーユーザーでも 39.9%、ライトユーザーでは 49.7%を占め、飲用ペースにかかわらず日常的に牛乳・ミルク・クリームを入れて飲用する存在が明らかになっています。

本製品は、深みのある余韻が特長で、ブラックだけでなく、ミルクとの相性もぴったりです。パッケージにも「ミルクで割ってカフェオレにも」のアイコンをつけています。



UCC は、『UCC 職人の珈琲』ブランドの展開を通じて、本格的なコーヒーをご家庭で手軽に楽しめるラインアップで、新規需要を創出してまいります。

【『UCC 職人の珈琲』概要】

『UCC 職人の珈琲』は、「いつものコーヒーに、職人こだわりの味わいを。」をコンセプトとした UCC 家庭用製品の主力ブランドの一つです。コーヒーを“実”のまま天日で乾燥する、ナチュラル精製豆を 50%以上使用し、コーヒーの実の果肉の甘みと旨味をコーヒー豆に凝縮しています。さらに、「コク」と「香り」を最大限に引き出すために、“コク専用”、“香り専用”とそれぞれ目的別に焙煎する「Wロースト製法^{※2}」を採用することで、上質なコクと芳醇な香りを実現しています。

※2 Wロースト製法：焙煎にこだわった製法。“コク専用”“香り専用”の目的別に焙煎することで、「コク」と「香り」を最大限に引き出せる。コク専用焙煎はじっくり時間をかけて焙煎し、上質なコクを、香り専用焙煎は急速に豆温度を上げて焙煎し、香ばしい豊かな香りを実現している。



Every coffee, every moment

■『UCC 職人の珈琲』ワンドリップコーヒー 18P 製品ラインアップ

UCC 職人の珈琲 ワンドリップコーヒー 深いコクのスペシャルブレンド 18P

UCC 職人の珈琲 ワンドリップコーヒー あまい香りのリッチブレンド 18P

UCC 職人の珈琲 ワンドリップコーヒー まろやか味のマイルドブレンド 18P

UCC 職人の珈琲 ワンドリップコーヒー ビターな味わいのクラシックブレンド 18P ※新ブレンド



<p>製品特長</p>	<p>いつものコーヒーに、職人こだわりの味わいを。</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ブレンド内容・焙煎プロファイルを見直し、“雑味”をおさえ、コーヒーの持つ“甘み”をより感じやすいバランスのとれた味わいにブラッシュアップ。 ◆“実”のまま天日で乾燥する、ナチュラル精選豆 50%以上使用。 →コーヒーの実の果肉の甘みと旨味を、コーヒー豆にぎゅっと凝縮。 ◆Wロースト製法 →“コク専用”焙煎×“香り専用”焙煎。それぞれ目的別に焙煎してからブレンド。 ◆味覚 <ul style="list-style-type: none"> ・深いコクのスペシャルブレンド：豊かなコクのリッチな味わい。 ・あまい香りのモカブレンド：あまい香りと豊かな風味。 ・まろやか味のマイルドブレンド：ブラック派におすすめの調和のとれた味わい。 ・ビターな味わいのクラシックブレンド（NEW）：深みのある余韻が特長。ミルクとの相性がよいビターな味わい。 ◆「職人こだわりのおいしさ」や本格感を感じさせるパッケージデザインに。 「11年連続売上 No.1^{※1}」のアイコンをデザインに。 ワンドリップコーヒーを初めて購入する方にとっても選びやすく、安心感を得やすいデザインに。 ◆18杯分に。
<p>発売日</p>	<p>2024年9月2日（月）</p>
<p>希望小売価格</p>	<p>オープン価格</p>
<p>ケース入数</p>	<p>各（7g×18P）×12袋</p>
<p>販売地域／ チャンネル</p>	<p>全国の量販店を中心とした全チャネル</p>



Every coffee, every moment

■『UCC 職人の珈琲』レギュラーコーヒー粉製品 製品ラインアップ

UCC 職人の珈琲 深いコクのスペシャルブレンド SAP 300g

UCC 職人の珈琲 あまい香りのリッチブレンド SAP 300g

UCC 職人の珈琲 まろやか味のマイルドブレンド SAP 300g

UCC 職人の珈琲 ビターな味わいのクラシックブレンド SAP 300g ※新ブレンド



<p>製品特長</p>	<p>いつものコーヒーに、職人こだわりの味わいを。</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ブレンド内容・焙煎プロフィールを見直し、“雑味”をおさえ、コーヒーの持つ“甘み”をより感じやすいバランスのとれた味わいにブラッシュアップ。 ◆“実”のまま天日で乾燥する、ナチュラル精選豆 50%以上使用。 →コーヒーの実の果肉の甘みと旨味を、コーヒー豆にぎゅっと凝縮。 ◆W ロースト製法 →“コク専用”焙煎×“香り専用”焙煎。それぞれ目的別に焙煎してからブレンド。 ◆味覚 <ul style="list-style-type: none"> ・深いコクのスペシャルブレンド：豊かなコクのリッチな味わい。 ・あまい香りのモカブレンド：あまい香りと豊かな風味。 ・まろやか味のマイルドブレンド：ブラック派におすすめの調和のとれた味わい。 ・ビターな味わいのクラシックブレンド（NEW）：深みのある余韻が特長。ミルクとの相性がよいビターな味わい。 ◆「職人こだわりのおいしさ」や本格感を感じさせるパッケージデザインに。 ◆300g の新容量。
<p>発売日</p>	<p>2024年9月2日（月）</p>
<p>希望小売価格</p>	<p>オープン価格</p>
<p>ケース入数</p>	<p>各 300g×12 袋</p>
<p>販売地域／ チャンネル</p>	<p>全国の量販店を中心とした全チャネル</p>



Every coffee, every moment

関連 URL

- ・『UCC 職人の珈琲』ブランドサイト : <https://www.ucc.co.jp/meister/>
- ・UCC 公式オンラインストア : <https://store.ucc.co.jp/>

【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。