

2021年8月3日

ロースターとしてのこだわりと惜しみない手間ひまにより、たどりついたたったひとつの味  
**『UCC ゴールドスペシャル』ブランド**  
**9月6日(月)から全国でリニューアル発売!**

=UCC上島珈琲株式会社=

UCC上島珈琲株式会社(本社/神戸市、資本金/10億円、社長/朝田文彦)は、家庭用レギュラーコーヒーの主力ブランド『UCC ゴールドスペシャル』の粉・炒り豆製品の容量を変更するとともに、全製品の味覚とパッケージをブラッシュアップして、9月6日(月)から全国で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、本格的なコーヒーを楽しみたいという消費者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(一杯抽出タイプ)製品、炒り豆製品と幅広いラインアップを揃えてきました。また、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<sup>\*</sup>」による優れた味わいから、家庭用レギュラーコーヒーのトップブランドとして、多くのコーヒーファンに親しまれ、2000年からは、家庭用レギュラーコーヒーの売上ランキングにおいて、21年連続で売上No.1<sup>\*\*2</sup>のポジションを堅持しています。

このたびUCCは、家庭用レギュラーコーヒーのNo.1ブランド『UCC ゴールドスペシャル』を日常のコーヒーのなかでも少し上質なものを飲みたい方に向け、「ここまでこだわる。だから、おいしい。」をコンセプトに、粉・炒り豆製品(アイスコーヒーを除く)については、消費者ニーズに即して新鮮な状態で使い切りやすい容量に変更し、全製品で味覚設計とパッケージのブラッシュアップを図ります。さらに店頭やTVCM・デジタル上での告知、サンプリング、キャンペーン等、お客様との様々な接点を通じて、『UCC ゴールドスペシャル』のおいしさ、コーヒーを淹れる楽しさをお伝えしてまいります。

『UCC ゴールドスペシャル』は、UCCのコーヒー鑑定士が世界中から厳選したコーヒーを産地や銘柄ごとに焙煎してからブレンドする「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、奥行きのある味わいを実現している、UCCのロースターとしてのこだわりと惜しみない手間ひまにより、たどりついたたったひとつの味です。

この度、粉・炒り豆製品については、世帯人数や個々人の生活スタイルの変化により、家庭用レギュラーコーヒーの購買ボリュームゾーンが大容量から中容量へとシフトしていることから、使いきりやすい容量へ変更します。

UCCの技術力と惜しみない手間ひまやこだわりを守り、またお客様から求められ



ている味わいはそのままに、匠の技術であるブレンドや、それぞれの生豆にあった最適な焙煎プロファイルに見直すことで、後口が良くなり、より甘みとコクを引き出しました。各々の産地や銘柄の味わいがしっかりと引き立ち、味の厚みや複雑さを生み出し、口に入れた時から喉を通るまで、時間によって変化する味わいの広がりをお楽しみいただけます。

このようなおいしさ、品質を下支えするのが「UCCクオリティ<sup>※3</sup>」です。「UCCクオリティ」は、「カップから農園まで」、すなわち生産国からカップ一杯に至るまでのUCC独自のバリューチェーンを通じて推進するサステナビリティに配慮した原料調達をはじめとする取り組みを推進し、独自の品質保証・検査体制のもと確かな品質を約束しています。なお、『UCC ゴールドスペシャル』ブランドをはじめ、UCCで取り扱う全コーヒー生豆が対象になります。

パッケージについては、品質の良さ・本格感を魅力的に表現するため、プレミアムなイメージを醸成するシンプルでスタイリッシュなブランドロゴに変更するとともに、ゴールド色の面積を増やすことで、視認性を向上させました。

また、ひと目でおいしさを想像しやすいように、香りの良さ・本格感を醸成するデザインにリニューアルしました。さらに製品の下部に、ブレンド名、味覚情報（味わい・★評価）をよりわかりやすく記載しました。

いずれの製品も継続して、環境に配慮した包材、バイオマスインキを使用しています。また粉製品の外装フィルムの一部に、環境に配慮した再生プラスチック<sup>※4</sup>、ワンドリップコーヒー製品、炒り豆製品の外装フィルムの一部には、環境に配慮した植物性プラスチック<sup>※5</sup>を使用しています。

UCCは、家庭用レギュラーコーヒーのNo.1ブランド『UCC ゴールドスペシャル』のリニューアル発売を通じて、家庭で淹れるレギュラーコーヒー“家淹れコーヒー”の楽しさ・おいしさを訴求し、レギュラーコーヒー市場の活性化に貢献してまいります。

【粉製品】

**『UCC ゴールドスペシャル  
スペシャルブレンド／リッチブレンド／モカブレンド／キリマンジャロブレンド SAP330g』  
『同 アイスコーヒー SAP320g』 製品概要**



<p align="center"><b>製品特長</b></p>	<p>ロースターとしてのこだわりと惜しめない手間ひまにより、たどりついたたったひとつの味。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■豆の個性を最大限に引き出す“单品焙煎”。</li> <li>■使い切りやすい中容量に変更。(アイスコーヒーを除く)</li> <li>■味覚： ご支持いただいている味わいはそのままに、ブレンド・焙煎を見直し、後口よく仕上げました。</li> <li>・スペシャルブレンド：甘い香りと風味豊かなコク</li> <li>・リッチブレンド：優雅な香りと深みのある味わい</li> <li>・モカブレンド：甘い香りとやわらかな口当たり</li> <li>・キリマンジャロブレンド：上品な香りと優しい口当たり</li> <li>・アイスコーヒー：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。</li> <li>■ブランドロゴを洗練させ、スタイリッシュなパッケージへ。</li> <li>■味覚の視認性をアップし、わかりやすく表現。</li> <li>■アイコンで“NEW感”や“おいしさ感”を訴求。</li> <li>■外装フィルムの一部に、環境に配慮した再生プラスチックを使用。</li> </ul>
<p align="center">発売日</p>	<p>2021年9月6日(月)</p>
<p align="center">希望小売価格</p>	<p>オープン価格</p>
<p align="center">ケース入数</p>	<p>330g×12袋 (アイスコーヒー SAP320g 320g×12袋)</p>
<p align="center">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ンネル</p>
<p align="center">初年度販売目標数</p>	<p>150万ケース(ブランド計)</p>

【ワンドリップコーヒー製品】

**『UCC ゴールドスペシャル ワンドリップコーヒー  
スペシャルブレンド／リッチブレンド 15P』製品概要**



<p>製品特長</p>	<p>ロースターとしてのこだわりと惜しみない手間ひまにより、たどりついたたったひとつの味。</p> <p>■豆の個性を最大限に引き出す“单品焙煎”。</p> <p>■味覚：</p> <p>ご支持いただいている味わいはそのままに、ブレンド・焙煎を見直し、後口よく仕上げました。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・スペシャルブレンド：甘い香りと風味豊かなコク</li> <li>・リッチブレンド：優雅な香りと深みのある味わい</li> </ul> <p>■UCC独自開発の「テイスティドリップパー<sup>※6</sup>」を採用。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・抽出時間のコントロールが可能。</li> <li>・香りが広がる広口ドリップパーで注ぎやすい。</li> <li>・ドリップパーはコーヒーに浸りにくく、雑味や嫌な苦味が出にくいいため、まろやかなコクが楽しめる。</li> </ul> <p>■ブランドロゴを洗練させ、スタイリッシュなパッケージへ。</p> <p>■味覚の視認性をアップし、わかりやすく表現。</p> <p>■アイコンで“NEW感”や“おいしさ感”を訴求。</p> <p>■ハイバリアフィルム仕様：賞味期限 15ヶ月</p> <p>■外装フィルムの一部には、環境に配慮した植物性プラスチックを使用。</p>
<p>発売日</p>	<p>2021年9月6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>(8g×15P) ×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ンネル</p>
<p>初年度販売目標数</p>	<p>150万ケース（ブランド計）</p>

【炒り豆製品】

『UCC 炒り豆ゴールドスペシャル スペシャルブレンド／リッチブレンド AP300g』  
製品概要



<p>製品特長</p>	<p>ロースターとしてのこだわりと惜しめない手間ひまにより、たどりついたたったひとつの味。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■挽く時間と香りを楽しめる、炒り豆タイプ。</li> <li>■豆の個性を最大限に引き出す“単品焙煎”。</li> <li>■使い切りやすい容量に変更。</li> <li>■味覚： ご支持いただいている味わいはそのままに、ブレンド・焙煎を見直し、後口よく仕上げました。</li> <li>・スペシャルブレンド：甘い香りと風味豊かなコク</li> <li>・リッチブレンド：優雅な香りと深みのある味わい</li> <li>■ブランドロゴを洗練させ、スタイリッシュなパッケージへ。</li> <li>■味覚の視認性をアップし、わかりやすく表現。</li> <li>■外装フィルムの一部に、環境に配慮した植物性プラスチックを使用。</li> </ul>
<p>発売日</p>	<p>2021年9月6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>300g×6袋</p>
<p>販売地域／チャネル</p>	<p>全国の量販店を中心とした全チャネル</p>
<p>初年度販売目標数</p>	<p>150万ケース（ブランド計）</p>

▼『UCC ゴールドスペシャル』ブランドサイト  
[https://www.ucc.co.jp/gold\\_special/](https://www.ucc.co.jp/gold_special/)



※1 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でブレンドしてからまとめて焙煎する「混合焙煎」に対し、豆の個性や特性を見極めてそれぞれ焙煎したのち炒り豆をブレンドする焙煎方式。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。

※2 21年連続売上 No.1

ゴールドスペシャルスペシャルブレンド インテージ【SRI+ 2017年～2020年】【SRI 2000年～2016年】(各年1～12月)  
レギュラーコーヒー袋入り粉カテゴリー販売金額

※3 UCCクオリティ

○サステナビリティに配慮した原料調達をはじめとする取り組みの推進

UCCは、コーヒーのリーディングカンパニーとして、「UCCグループサプライヤー行動規範」(2021年1月制定)に即して、コーヒー産業が直面する課題に配慮された生豆をサプライヤーと協働して調達することを推進している。併せて、専門知識を持つUCC社員が現地へ向かい、定期的な実態調査の実施や農事支援等の取り組みを行うことで、責任ある調達活動を推進していく。

○独自の品質保証・検査体制のもと確かな品質を約束

独自の品質保証・検査体制として、生産国から製造の各工程において、国内外で多段階の独自検査を実施し、厳しい検査基準をクリアしたコーヒーだけをお客様にお届けしている。

関連 URL <https://www.ucc.co.jp/company/coffeebusiness/quality.html>

※4 最表面のフィルムに、再生樹脂を80%以上使用したPETフィルムを採用。

※5 植物由来原料を20%以上使用したPETフィルムを採用。

※6 テイスティドリッパー

UCCが独自開発したゴールドスペシャル専用ドリッパー。独自開発した“高密度フィルター”を使用し、最適な抽出時間をコントロールすることが可能。また、お湯が注ぎやすい広口ドリッパーとコーヒー液に浸りにくい設計で、プロが淹れるような本格的な1杯が楽しめる。

**【本件に関する一般のお客様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/>