

2014年3月

リプトンブランドから、グリーンティーを新展開！
海外で人気の“グリーンティー×フルーツ”
フレーバーグリーンティー第1弾
「リプトン グリーンティー&マスカット」
4月1日(火)より発売のお知らせ

森永乳業は、「リプトン紙パック500ml」シリーズよりフレーバーグリーンティー第1弾として、「リプトン グリーンティー&マスカット」を4月1日(火)より新発売いたします。

1988年に発売された「リプトン紙パック500ml」シリーズは、様々な気分、シーンに合わせて選べる多彩なフレーバーラインナップが人気のチルドティーシリーズです。レモンティー、ミルクティーなどの紅茶の基本フレーバーに加え、2012年には“抹茶”、今年2月には“ほうじ茶”を発売、世界の茶の専門家・リプトンとして“紅茶”という枠組みを越え、幅広い“茶”の提案をしています。

このたび新展開する“フレーバーグリーンティー”は、日本では無糖茶として飲用することが一般的であるグリーンティー(緑茶)に、フルーツフレーバーを加えた、新スタイルのグリーンティーです。アメリカをはじめ海外では、この“フレーバーグリーンティー”は、多くのメーカーから発売され、主要なカテゴリーのひとつとして定着しております^(※1)。また、アメリカでは、リプトンブランドにおいても、ペットボトル入りタイプの売上ランキングの上位がこの“フレーバーグリーンティー”であり、紅茶と並ぶカテゴリーに成長しています。

こうした中、リプトンでは、“フレーバーグリーンティー”市場が日本に未だ存在しないことに着目、今後伸長する見込みがある市場として、このたび「リプトン グリーンティー&マスカット」を発売いたします。事前の味覚調査においても、高い評価を得ており^(※2)、昨今バリエーションが多様化している飲料市場の中で、“フレーバーグリーンティー”も新たなグリーンティーの飲用スタイルとして確立できるものと考えています。

また、発売日の2014年4月1日は、消費税が5%から8%へと増税される日です。節約志向が高まるお客さまに向け、“手軽ながらもおいしい”紙パック500ml商品を積極的に提案してまいります。

新発売にあたり、交通広告などのプロモーションも幅広く行い、新シリーズの認知拡大・浸透を図り、新カテゴリーとして、育成してまいります。



1. 商品特長

- ① さわやかなグリーンティーに、マスカット果汁を加えました。世界の茶の専門家リプトンがプロデュースする、新スタイルのグリーンティーです。
- ② グリーンティーのすっきりとした味わいと、マスカットのみずみずしくほどよい甘さが絶妙にマッチ。爽やかにグリーンティーが香る、新体験のおいしさです。
- ③ パッケージは、グリーンをベースにした、スタイリッシュなデザインに仕上げました。
- ④ 「グリーンティー&マスカット」は、6月までの期間限定商品です。

2. 商品概要

①商品名	リプトン グリーンティー&マスカット
②種類別	清涼飲料水
③包装形態	ゲートトップ
④内容量	500ml
⑤カロリー	51kcal(200ml 当たり)
⑥保存方法	要冷蔵 10℃以下
⑦賞味期限	15 日間
⑧主要ターゲット	20～30 代女性
⑨主要売場	CVS、量販店
⑩希望小売価格	111 円(税別)
⑪発売日・地区	4月1日(火)・全国(沖縄を除く)
※JANコード	4902720 105996

3. 発売記念「リプトン グリーンティー×フルーツってアリ！」キャンペーン

リプトン WEB サイトにアクセスし、グリーンティー×フルーツの「アリ！」の理由に投票すると、抽選で 100 名様に Amazon ギフト券が当たります。

【キャンペーン概要】

キャンペーン名称:「リプトン グリーンティー×フルーツってアリ！」キャンペーン

実施期間: 3月31日(月)13:00～4月30日(水)17:00

景品/当選人数:Amazon ギフト券 1000 円分/100 名様

応募方法:キャンペーンサイトにアクセスし、「アリ！」の理由に投票すると、キャンペーンに応募ができます。

※本キャンペーンにご参加いただくためには、リプトンメールマガジン(商品情報やキャンペーンなどのお得な情報)への登録が必要となります。

キャンペーンサイト: <http://www.liptonchilled.com>

抽選・発表:キャンペーン期間終了後抽選で当選者を決定の上、当選の発表は賞品の発送をもってかえさせていただきます。

お問い合わせ先:森永乳業キャンペーン事務局

TEL:フリーコール 0120-995-973 ※受付時間 10:00～17:00(土・日・祝を除く)

4. プロモーション

新発売にあわせ、首都圏の交通広告を中心に、告知プロモーションを実施いたします。商品の最大の特長である、爽やかな甘さをスタイリッシュに表現したビジュアルとともに「グリーンティー×フルーツってアリ！」というメッセージを伝達し、思わず試したくなるグリーンティーの新スタイルを訴求します。



※広告イメージ（一例）

5. お問い合わせ先

森永乳業株式会社

ビバレッジマーケティンググループ

広報部

<お客さまからのお問い合わせ先>

<森永乳業ウェブサイト>

<リプトン ブランドサイト>

稲見・並木・深田・菅田

TEL 03-3798-8164

高橋・見上

TEL 03-3798-0126

お客さま相談室 フリーダイヤル 0120-369-744

<http://www.morinagamilk.co.jp>

<http://www.liptonchilled.com>

以上

参考情報

※1 海外のフレーバーグリーンティー市場

日本では、フレーバーを付けず、そのまま無糖で飲むことが一般的なグリーンティー（緑茶）ですが、海外では近年フルーツなどのフレーバーとほどよい甘さを加えた“フレーバーグリーンティー”が人気を集めており、主要なカテゴリーのひとつとして定着しています。そのボリュームは、ブラックティー（紅茶）に並ぶほどで、「リプトン」ブランドにおいても、アメリカのペットボトル入りタイプ売上の上位に“フレーバーグリーンティー”が名を連ねています。

「リプトン」ブランド以外の各社からも、フレーバーグリーンティーは展開されており、年々フレーバーグリーンティーの市場規模も拡大しています。

リプトン（アメリカ）での市販飲料商品・売上ランキング

期間：2013年1月～2013年12月 出典：Nielsen

	商品名
1	Citrus Green Tea
2	Diet Citrus Green Tea
3	Diet Mixed Berry Green Tea
4	Lemon Iced Tea
5	Half and Half
6	Sweet Tea
7	White Tea with Raspberry Flavor
8	Diet White Tea with Raspberry Flavor



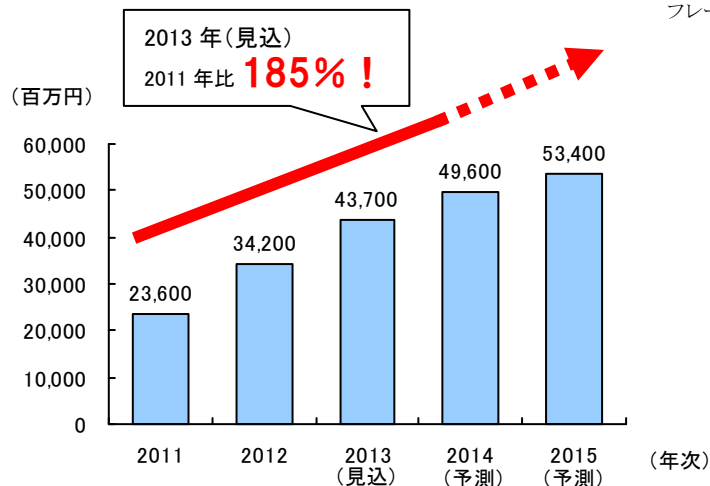
リプトンでは、日本において、“フレーバーグリーンティー”市場が未だ存在しないことに着目し、今後伸長する見込みがある市場として今回紙パック 500ml で展開を開始いたします。

飲料市場で新カテゴリーが確立された事例としては、フレーバードウォーターが挙げられます。フレーバードウォーターとは、ミネラルウォーターに香料やエキス、1%程度の果汁などのフレーバーを加えたドリンクで、元々、ヨーロッパをはじめ海外では多く見られました。日本においても 2010 年ごろから各社が参入し、市場は大きく伸長、ミネラルウォーターとは別の新カテゴリーとして定着しております。2013 年の市場規模（金額ベース）は、2011 年比 185%と大きく伸長し着地する見込みです。

※出典：(株)富士経済「2013 年清涼飲料マーケティング要覧 注目カテゴリー分析編」フレーバードウォーター類 “フレーバーグリーンティー”においても、無糖の緑茶では取り込みきれないユーザー層を取り込み、新カテゴリーとしての定着が期待できると考えています。

<フレーバードウォーター市場規模推移>

※出典：(株)富士経済「2013 年 清涼飲料マーケティング要覧 注目カテゴリー分析編」
フレーバードウォーター類



※2. 緑茶文化がある日本で、フレーバーグリーンティーは受け入れられるのか？

～味覚調査を実施、「リプトン グリーンティー&マスカット」調査にて9割の方が

「おいしい！」と回答しました～

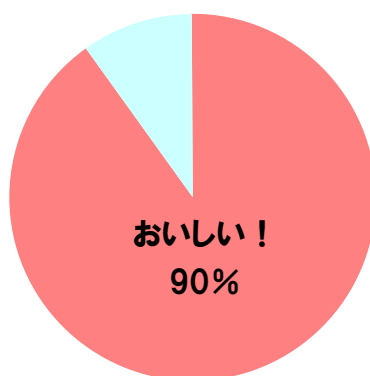
2013年6月に実施した「リプトン グリーンティー&マスカット」の味覚調査では、対象者の9割が「おいしい！」と回答しました(*1)。

特に、「飲みやすさ(*2)」や「後味のすっきり感(*3)」の部分で高い評価が得られました。

また、「フレーバーグリーンティー」という新スタイルのドリンクとして、「独自性がある(他に似た商品がない)(*4)」という部分でも高い評価を得ました。

「リプトン グリーンティー&マスカット」味覚調査結果 2013年6月(森永乳業調べ n=60)

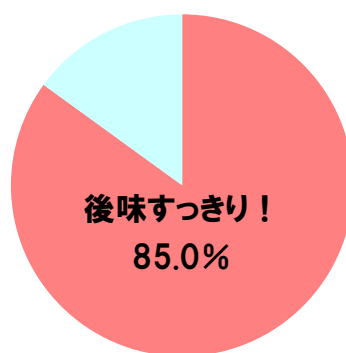
*1 「グリーンティー&マスカット」をお飲みになって、いかがでしたか？



*2 飲みやすさ



*3 後味のすっきり感



*4 独自性がある

