



総 食	合 品	'10 4
		VOL.33 No.11

目次

平成22年4月1日発行(毎月1日発行) 通巻395号 昭和52年9月10日創刊(郵便物誌可)

総 食	合 品	'10 4
		VOL.33 No.11

ISSN 0385-091X

food business & marketing

食品産業の総合誌

特集

勝ち組はゼロ系炭酸飲料のみ?!
潮目が変わった消費に迷う飲料メーカー

15

- ゼロ系飲料に求めたヘルシー感と付加価値
- ライフスタイル次第で飲料ビジネスも変化
- 健康志向の「BOSS大人の流儀」を発売したサントリー
- 「ティースティ」で新茶系ブランド狙う伊藤園
- 基幹ブランド強化で収益性アップを目指すキリンビバレッジ

特別レポート

RCでカフェインレス商品を提案
ジョーンズコーヒーの挑戦

30

- コーヒーの新市場開拓目指しカフェインレス商品を導入
- 安全・安心の水抽出法でカフェインを除去
- ギフト関係者も注目し个性的商品として活用進む

経済ジャーナリスト 上妻英夫

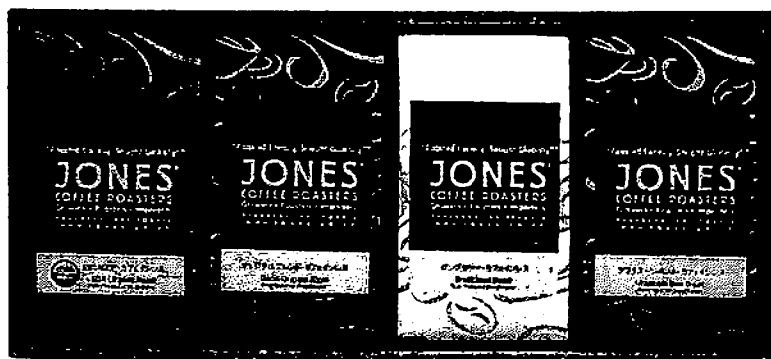
■マスコミ活用法■
こんなマスコミはいらない!! (II)

フリーライター 西田 久

68

冷凍食品業界のリスタート





RCでカフェインレス商品を提案 ジョーンズコーヒーの挑戦 新市場を開拓するザ・グッディーズ&カンパニー

経済ジャーナリスト 上妻英夫

コーヒーの世界で、いま話題の商品「カフェインレス・コーヒー」が注目を集め始めている。アメリカ市場では約4分の1を占める「カフェインレス・コーヒー」が日本に本格的な上陸の動きを見せている。日本初のカフェインレスコーヒー「JONES (ジョーンズ)」がそれだが、その販売元のベンチャー企業ザ・グッディーズ&カンパニーの動きを探ってみた。

コーヒーの新市場開拓目指し カフェインレス商品を導入

日本のコーヒー愛飲者は確実に増えている。IC (インスタントコーヒー) の家庭用、缶入りコーヒーを始めとしたドリンクコーヒー、RC (レギュラーコーヒー) のコーヒー

専門店、レストランなどの業務用、家庭用ともコーヒー市場は拡大を続けている。

レギュラーコーヒーの市場規模は2008年で前年比6%増、2009年で3%増を達成したものとみられている。景気低迷で全体的に消費が冷え込んでいる中でRCの伸び率

は高くないが、着実に伸びているのは確かだ。嗜好品だが、コーヒーが確実に日本人生活の中に定着していることを裏づけている。

RCが着実に伸びている中で、注目されているのが「カフェインレス・コーヒー」である。

カフェインレス・コーヒー (デカフェイン Caffeine Free) は「ノンカフェイン」「カフェインフリー」とも呼ばれ、コーヒーの新しいカテゴリーとみられているが、実は、カフェインレス・コーヒーは80年の歴史があり、アメリカで飲用されているコーヒーの約22% (アメリカコーヒー豆の消費量)、つまり、約4杯に1杯がカフェインレス・コーヒーというほど、生活の中に定着している。

日本でもアメリカ映画やテレビでのドラマなどで「Dee」を飲用するシーンが登場して「カフェインレス・コーヒー」に違和感がなく、知る人も増えて馴染みのコーヒーになりつつある。

「インスタントのカフェインレス・コーヒーは珍しくないが、レギュラーのカフェインレス・コーヒーはホットな話題の一つです。『カフ

エインレス・コーヒーは不味い、というイメージ』があったが、最近では、『レギュラーコーヒーのカフェインレス・コーヒーは美味しい』というのが定評です」と、あるコーヒー専門家が指摘するほどだ。

アメリカからカフェインレス・コーヒーの豆を輸入販売するベンチャー企業ザ・グッディーズ&カンパニー (株) は昨年6月に会社設立、11月から本格的な営業を開始している。

同社は、アメリカ・ロサンゼルス郊外にあるバサアナ市に本拠地を置くジョーンズ・コーヒー・ロースターズ社 (Jones Coffee Roasters) の日本における総輸入販売店であり、コーヒー豆の輸入販売を始め、コーヒーのマーケティング活動全般のアジアの独占権を持つ。

ジョーンズ・コーヒー・ロースターズ社は、グアテマラのコーヒー農園 (フィンガ・ドス・マリアス農場) を経営し、コーヒー豆の輸入、焙煎を行うかたわら、有能なバリスタを育成する、というコーヒーに関する一貫した事業に取り組む企業である。コーヒー農園は200年の歴史を持ち、現在のオーナーは五代目の



小川けい社長

が美味しいのか。カフェイン除去には三つの方法がある。1つは、最初の除去法で有機溶剤を使った有機溶媒抽出法で、2つ目は、物質の液化・気化現象を利用した超臨界二酸化炭素抽出法である。そして3つ目がザ・グッディーズ&カンパニー(株)が採用している、最も安全で安心の焙煎前の乾燥生豆を水で抽出する方法(スイス・ウォーター・プロセス)である。

水抽出法はアメリカで1940年代に開発された特許で、コーヒー豆から真水とフィルターろ過装置によってカフェインを除去する方法である。これは旨味成分を残しながら、安全性の高い方法といわれている。「カフェインレス・コーヒーは美味しい」といわれているのは、この水抽出での除去法を取り入れているのも理由の一つです。コーヒー豆や焙煎のことを知りつくしたプロ中のプロ「ジョーンズ・コーヒー・ロースターズ社」は、安全・安心に対する思いを長年にわたり追求してきています。「本物の味」を追い求めていくジョーンズが大好きになりました(小川けい社長)と言う。

ギフト関係者も注目 個性的商品として活用進む

すでに「カフェインレス・コーヒー」を卸して、エンドユーザーに販売を始めた企業は販促活動を展開しつつある。消費者に、カフェインレス・コーヒーを身近で安全なものとして薦めようとしている。

ある生協の売り場では、パッケージに入った商品を商品棚に陳列して目立つPOPでアピールしている。キャッチコピー「蒸り高く、豊かな味わいのカフェインレス」「おいしさ、安心・安全、やさしさ」を訴えている。

ギフト関係者からの問い合わせも少なくない。結婚式の引き出物、お祝いもの、お香典返しなど、「カフェインレス・コーヒー」は従来にないギフト、目新しい贈り物として注目を集め始めている。

さらに変わったところでは、老舗の菓子舗が、自社商品と組み合わせる同梱(同封)するケースもある。需要を喚起する動きである。

「冠婚葬祭の業者からの引き合いが増えています。もちろん、健康食

【会社データ】
 社名：ザ・グッディーズ・アンド・カンパニー株式会社
 所在地：〒169-0075 東京都新宿区高田馬場4-40-17 高田馬場第3長岡ビル5階
 ・事業内容：商品に関する企画・開発、取引の代理並びに仲介、貿易、問屋、販売。食料・飲料の製造加工及び販売。経営コンサルティング業務。
 連絡先：電話03-5338-0730
 http://www.jones.co.jp

品専門店から「カフェインレス・コーヒー」を扱いたい、という要望は徐々に高まってきています。ありがたいですね。認知され始めた感じですね(小元貴取締役)

日本でのRCのカフェインレス・コーヒーの市場は、現段階では未知数である。しかし、カフェインレス・コーヒーの持つ商品特徴からして、今後需要が伸びていく可能性は高い。動き出したばかりのコーヒー業界のベンチャー企業、その今後の動き、カフェインレス・コーヒー市場の推移に注目したい。

コーヒーの消費量 (生豆1,000t)

年次	アメリカ	E U	日本
2004年	1,258	2,472	424
...
2007年	1,262	2,433	437
2008年	1,299	2,391	424

資料=ICO統計(2010年2月)

ミレイヤ・アストリアス・ジョーンズ(女性)である。

経営者のミレイヤ・アストリアス・ジョーンズはSCCA(米国・スペシャルティ・コーヒー協会)など業界団体の理事を歴任し、ワールド・バリスタ・チャンピオンシップの創設メンバーという、世界のコーヒー業界を代表するメンバーの一人である。

カフェインレス「JONES」の販売元であるザ・グッディーズ&カンパ

ニー(株)は、農園から1杯のコーヒーになるまでのこだわり、安心・安全に配慮し、オーガニックコーヒーも手がけている。このオーガニックコーヒーは、USDA、OCIA、QAIなどのオーガニック認定機関の認定商品となっており、JASオーガニックの認定申請中でもある。

同社の小川けい社長はアメリカで女優として10年以上活動している。ジョーンズコーヒーの日本上陸は自宅からジョーンズ・コーヒー・ロースターズ社が経営するコーヒーショップに行き「カフェインレス・コーヒー」を飲んだのがきっかけで、彼女の起業家精神に火がついた。

「通い始めて数年がたちますが、一度もその味にがっかりしたことがありません。倉庫の中に設置されたカフェに座り、隣にある焙煎機から漂うコーヒーの芳ばい香りを楽しみながら、ジャズやラテン音楽を聞き、スタッフとのフレンドリーな会話を楽しんでいきます。一番うれしいことは「美味しいカフェインレス・コーヒー」に出会ったことです。日本に上陸させて、妊婦や授乳中の母親、薬を飲んでいる高齢者、それ以外に、体調や飲む時間、目的によつて飲むコーヒーをレギュラーコーヒーからカフェインレス・コーヒーに代えて飲んでもらいたい、と思っ

外に、体調や飲む時間、目的によつて飲むコーヒーをレギュラーコーヒーからカフェインレス・コーヒーに代えて飲んでもらいたい、と思っ

「安全・安心の水抽出法でカフェインを除去

ザ・グッディーズ&カンパニー(株)の営業責任者の小元貴取締役は「卸業者や外食企業を回った手ごたえは十分にありませぬ。カフェインレス・コーヒーの説明をすると納得される方も多く、やはり、飲んでみて味が良いのが一番です。高級スーパーや有名百貨店の食料品売り場、高級な食品専門店など、既に一部生協でも販売が始まっています」という。

営業でさまざまな会社を訪問するが「カフェインレス・コーヒー」の関心度は想像以上に高いという。RCが成熟市場の状態にあることも理由の一つだが、体に良いカフェインレス・コーヒーの潜在的な需要は大きく、営業の最前線で手応えを感じる程の人気を集める商品である。

なぜ、カフェインレス・コーヒー