



NEW

21年10月

三ツ矢 にほんくだもの ゆず

---

# 2021年三ツ矢ブランド商品カレンダー（変更後） ※11月以降の発売日は未確定

1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月

## 三ツ矢サイダー

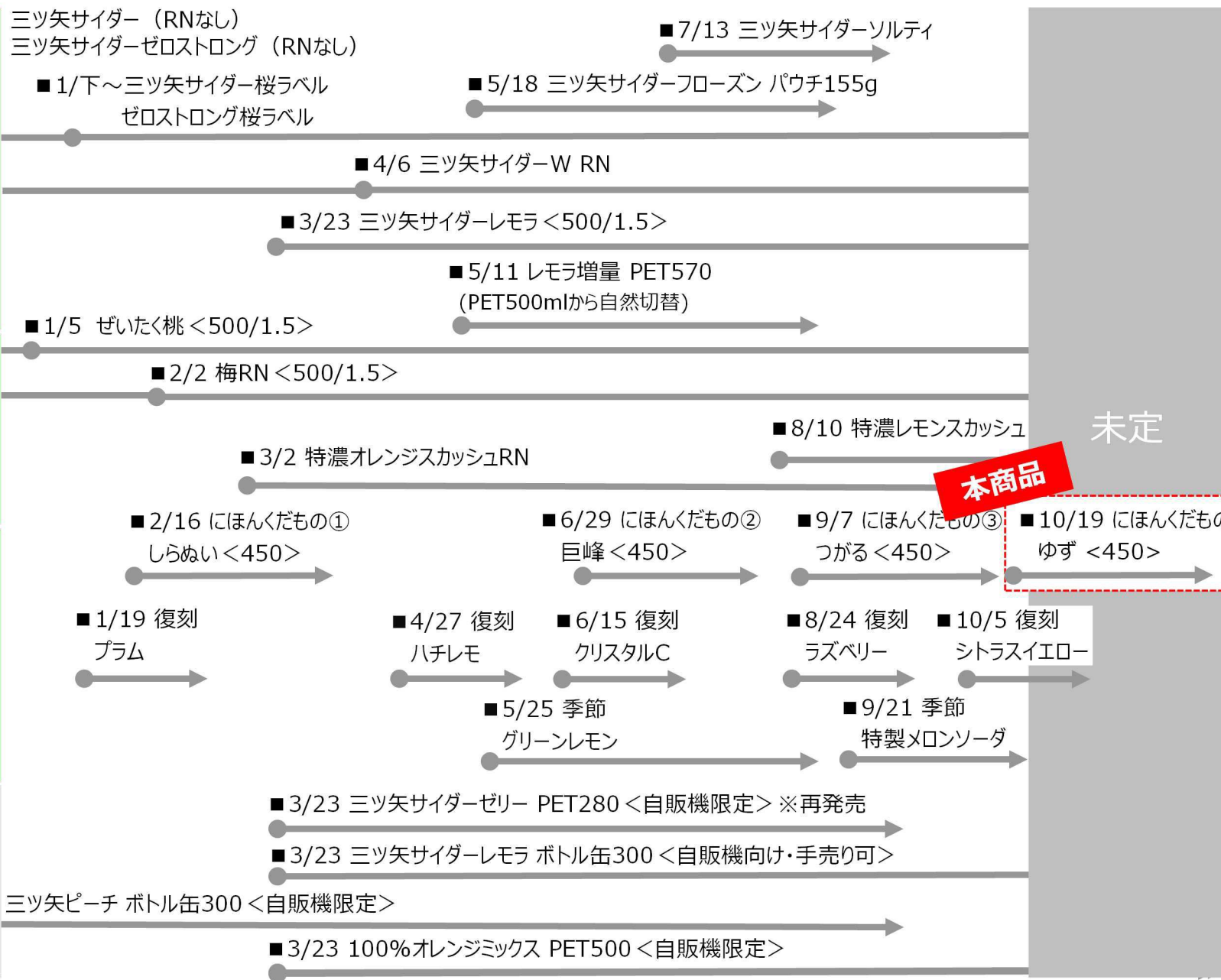
## 三ツ矢

## 三ツ矢

### 準定番

### スポット・季節

### 自販機



# 以前より日本の良さが再確認される潮流があり、 コロナ禍でそのトレンドはさらに拡大

## 日本の良さが再認識される大きなうねり

2000年代～  
ジャパブランドへの注目

「ジャパンバリュー」を掲げ  
東京ミッドタウン開業



東日本大震災以降、  
「Made in Japan」への  
注目



<事業構想 PROJECT DESIGN ONLINE  
2018年6月号>

2020年～  
日本の人材・技術を守る動き

トヨタ自動車社 社長  
豊田 章男氏

コロナ禍で、技術を持つ日本の  
企業が無くなることを危惧



< 2020年04月10日 豊田章男氏スピーチより>

2020年後半～  
日本の良さを発信する動き

JA全中 代表理事会長  
中家 徹氏

「国消国産」の認識を  
国民全体で共有を



耕そう、大地と地域の未来。

<JA全中会長定例会見 2021年1月>



# コロナ禍により、生活者の定番回帰や、高付加価値ニーズが高まっている。

## コロナ禍

### 定番品拡大・飲料ニーズ変化

#### コロナ禍で定番品支持拡大

〈食品産業新聞 2020年8月3日付〉



#### 安心・安全を重視する傾向に

##### 飲料へのニーズ 重視項目

単位：% (N=2,000)      2020      2019差

安心・安全な 素材・原料が 使われていること	26.0	+2.4
------------------------------	------	------

〈JMR総合生活研究所 2020年度飲料ニーズ調査〉

### 国産品への回帰

#### 「国産」の良さを見つめ直す動き

農林水産省CM

「#元気いただきますプロジェクト」

<2020年8月〜>

#元気いただきます



### 身近なモノへの高付加価値欲求

#### 外食の減少が続く一方、食品のプチ贅沢志向は依然として高い。

恵方巻き今年は“プチ贅沢”  
巣ごもりで販売好調

〈2021年2月2日：テレビ朝日ニュース配信〉



ローソン、スイーツの新シリーズ立ち上げ  
目指すは「コロナ疲れ」の解消



ご褒美スイーツ  
「ウチカフェ スペシャルティ」  
発売

〈2020年10月21日：ローソンリリース〉

# 三ツ矢ブランドから、 お客様がより安心しておいしさを楽しめる、 国産果実シリーズを提案。

## 三ツ矢

### 日本うまれ



※20年販促品



### 安心・安全

■三ツ矢サイダー印象調査  
「安心できる」(%)\*

2019年4月

18.3



2020年4月

**25.0**

■主要炭酸飲料  
品質の良さ(%)\*

1	三ツ矢サイダー	<b>53.6</b>
2	競合A	41.9
3	競合B	33.0



## 日本の果実

### 高品質



- ・生産者の工夫や努力。
- ・優れた品種改良が行われている。

〈JATAFF ジャーナル 2016 Vol.4 〉

### 季節を感じられる



- ・出回る果実によって四季の移ろい、訪れを感じられる。



# 果実のおいしさを、ぎゅっと詰め込んだような味わい 品質に裏付けられた※安心なもの。

※保存料不使用、フルーツオリティ製法、国産果実を使用

## ①中味の特長

果実の濃い味わい

- ✓ 果実のおいしさを“ぎゅっと詰め込んだような”味わい



- ✓ 品種特長を感じられる味設計  
・繊細な味のバランスを再現。

甘味	
酸味	
苦味	

## ②パッケージデザイン

濃さが分かる、  
品質の裏付けが分かる。

- ✓ 濃い味わいの詰まった中味が見える透明感のあるラベル



- ✓ 品質の裏付けを明記

- ・保存料不使用
- ・フルーツオリティ製法
- ・国産果実を使用

## ③ぎゅっと濃いおいしさを、先取り!

出盛りに先立って発売!

- ✓ コロナ禍による、季節食材への関心の高まり

< [manamina] 2020年9月4日付 >

- ✓ 「旬の先取り」は、「初物を食べると寿命が伸びる」など、縁起物として重宝されてきた。

<バズルー番町スタッフ日記、| 2016年4月19日付 >

ゆず  
発売：10月  
出盛り：11～12月  
※19年東京都中央卸売市場取扱量(t)





原産地は中国で、日本へ奈良時代に渡来したと言われています。一般的に流通しているのは、黄色に熟して収穫する「黄ゆず」で、11月頃に旬を迎えます。さわやかで香り高い柑橘です。日本一のゆずの産地、高知県では果汁は果実酢、皮は薬味として、とてもポピュラーな食材です。

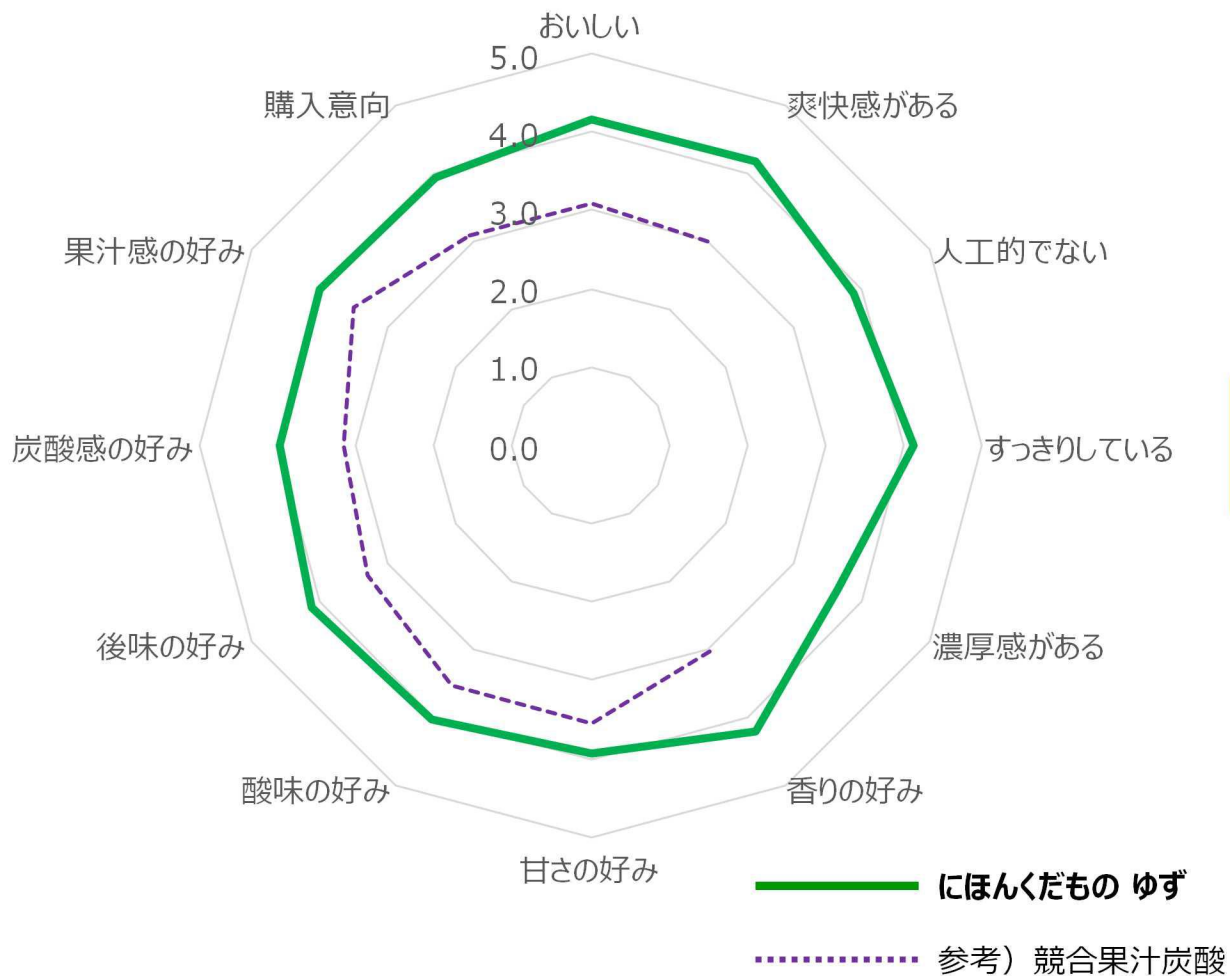
### 果実特長

- 通年で流通しているが、旬は11～12月頃。
- ゴツゴツとした果皮で、サイズは100～130g程。
- 特有のさわやかな香りが特長。
- 日本には冬至にゆず湯に入る風習がある。

### 出盛り時期に先立ち、10月に発売



# ゆずの香り高さや、味の厚み・濃厚感を再現した中味。



<FA>

生絞り感があり  
おいしい

果実のほろ苦さ  
が感じられる。

ゆずが適度に  
香って、甘酸も  
丁度よい



## コンセプト

### 果実のおいしさを、 ぎゅっと詰め込んだような味わい

品種の特長を引き立たせた、  
濃い味わいが楽しめます。  
日本のくだものおいしさを味わう、  
炭酸飲料です。

## 商品特長

- 国産果実品種の特長を引き立たせた、  
ぎゅっと詰まったような味わい
- 高知県産ゆず果汁1%
- 旬を先取りした果実を選定
- フルーツオリティ製法
  - ・果実などから集めた香り
  - ・熱を抑えた製法
  - ・ろ過を重ねた安心・安全な水
  - ・果汁を使用
- 保存料不使用



※デザインは一部変更になる可能性があります。

## パッケージ

果汁炭酸の液色がおおいに見える  
透明感のあるデザインラベル。



ラベル側面に  
高知県産ゆずPR用  
シンボルマークを掲載。  
  
※デザインは一部変更  
になる可能性があります。

## ターゲット・ユーザー/飲用シーン

20代男女  
ひとりの時間を、より豊かにしたい時

## 販売チャネル

手売りチャネル

## 容器容量/希望小売価格（税別） /賞味期限

PET450ml/150円/7か月

## 発売時期(予定)

2021年10月19日