

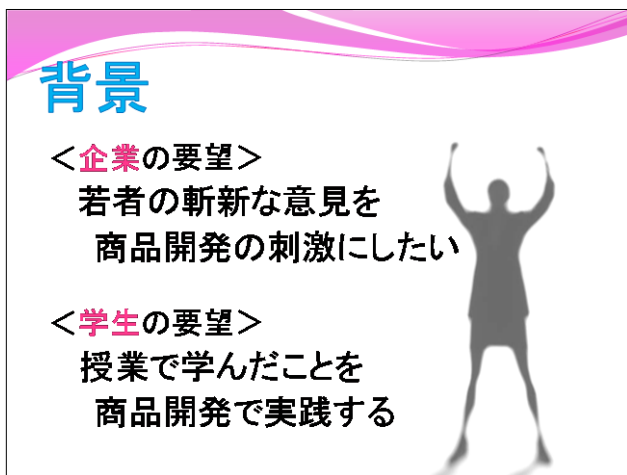
# 泉南乳業 株式会社



1



2



3

<資料1～3について>

ただいまより、泉南乳業新商品開発企画案を坂本、谷口が説明させていただきます。はじめに、今回私たちの商品開発にご協力いただいた泉南乳業株式会社様についてご紹介させていただきます。泉南乳業株式会社様は、創業65年を迎え、安全且つ安心な商品をお届けするために、新鮮さをモットーに、日々私たち消費者に愛される飲料を提供されています。牛乳をはじめ、乳飲料、清涼飲料水、珈琲飲料などを製造しておられます。1リットル紙パック飲料を主に製造し、スーパーを中心に販売

されています。では、私たちの商品開発に至った背景に

関して説明いたします。泉南乳業様の従業員の方々は、比較的年齢層が高く、樟蔭の学生提案型インターンシップを通じて、若者の斬新な発想を取り入れ、商品開発の刺激にしたい、という要望がありました。私たちは、キャリアデザイン、キャリア開発という授業で、ジェネリック・スキルを学び、またそこで学んだものを実際に実践するために、この学生提案型インターンシップに参加いたしました。

## 商品開発の流れ1

6月

- ▶ 新商品の  
ブレインストーミング



7月

- ▶ ブレインストーミングの  
絞り込み
- ▶ 試飲
- ▶ ネーミング
- ▶ ターゲット層

ターゲット層絞り込み

4

## 商品開発の流れ2

8月

- ▶ パッケージ案



試飲の準備中

9月

- ▶ 値段設定

10月

- ▶ パッケージの完成
- ▶ 商品についての  
アンケート調査

5

### <資料4、5について>

この商品開発の流れについて、説明いたします。

6月から10月まで、月2回ずつ集まり、話し合いを行いました。まず、乳飲料と清涼飲料の自分たちが作ってみたいと思うものを思いつくままに1人50個ずつ考えました。6名のチームでしたので、全部で300個考えました。その中から、数個に絞りこむ作業中、自分のものが選ばれた時は嬉しかったのですが、コスト面や技術面、設備、ありきたりな発想の面から、ダメ出しを受けて、削られた時は、悔しかったです。試飲段階までに、乳飲料では、「アボカドヨーグルト」「3種のベリー牛乳」「桜味牛乳」。清涼飲料では、「グループフルーツレモン水」「甘夏とキャベツのジュース」「ノンアルコールカシスオレンジ」の3種類ずつに絞りこみ、計6種類を試飲しました。試飲した6種類の飲料は、自分たちが想像していたものとは違って、その時に、自分が思っているものを他人に伝えることの難しさを感じました。多数決によって、乳飲料は「アボカドヨーグルト」、清涼飲料は「ノンアルコールカシスオレンジ」の1種類ずつに絞りこみました。この2つの改善して欲しいと思う点を指摘し、異なった濃度の飲料を何度も試飲しました。また、決定した「アボカドヨーグルト」「ノンアルコールカシスオレンジ」のネーミングを1人10個ずつ考え、60個の中から一つ選びました。最終的には、「アボカドヨーグルト」は、原価の都合上、商品化が困難なため、商品を「ノンアルコールカシスオレンジ」に絞りこみ、協議の結果、商品名を『キュリーテ』に決定いたしました。このネーミング作りは、キーワードを用いて、イメージをふくらませ、独創的なネーミングを創り出すのが難しかったです。また、ターゲットを、10代~20代後半までの女性向けに考えたいと思いました。8月はキュリーテに合うようなパッケージ案を考え、9月は市場調査、10月はパッケージの完成と、アンケート調査を行いました。

## キュリーテ

### コンセプト

アルコールが飲めない人も楽しめる

### イメージ

高級感がありお洒落

### ターゲット層

10代から20代後半の女性

### ネーミング

リキュール(仏)とエレガント(伊)を合わせた造語

6

## 新商品 キュリーテ



7



## ~味について~

●カシス&オレンジ味

●後味がさっぱり

●甘い香り



<資料6~8について>

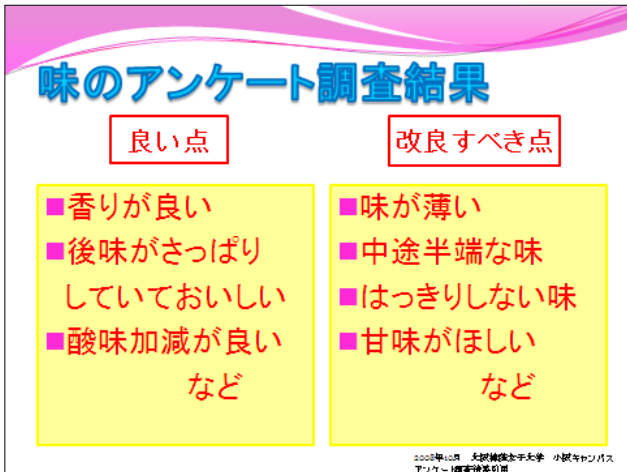
次にキュリーテについて、説明いたします。

コンセプトは、カクテルのカシスオレンジを飲めない人でも、楽しめるカシス&オレンジ味のジュースです。また、休憩時間の合間に、少し大人な雰囲気でも飲んでもらいたいとも考えました。この商品はカクテルをイメージし、子供っぽいイメージは出来るだけ避け、「高級感」「おしゃれ」「大人」をキーワードとしました。

ターゲット層は、10代~20代後半の女性に絞りこみ、この年代の女性が好んでくれそうな味、パッケージを目指しました。ネーミングは、フランス語のリキュールと、イタリア語でエレガントを意味するエレガントを合わせ、高級感や洗練された雰囲気にしました。こちらが完成品のキュリーテです(資料7)。

8

次に、味について説明します。キュリーテの味については、香りのよりよいカシスと、ほんのりと酸味のあるオレンジを組み合わせることによって、後味がさっぱりとして飽きがなく、香りと味の両方を楽しみながら、飲む事ができます。



9



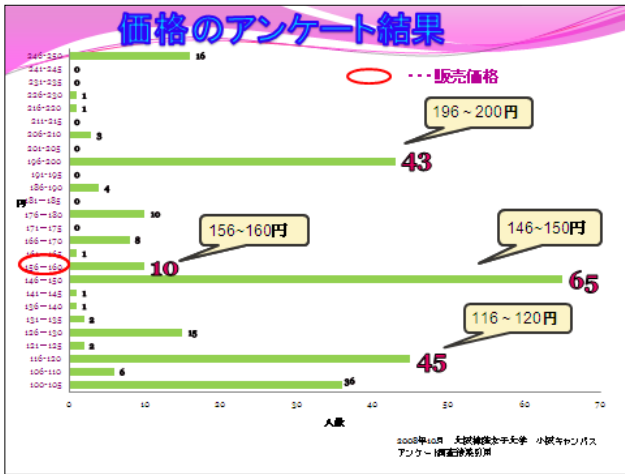
10

<資料9、10について>

続きまして、試飲会について報告します。学内で試飲会を行い、計136名の学生の方にアンケートを取らせていただきました。味についてのアンケート結果で、良い点として意見が多くあげられたのは、香りがよい、後味がさっぱりとしていておいしいなどで、ターゲット層の女性に好まれる味になったのではないかな、と感じました。しかし、改良すべき点といたしまして、味がうすい、何の味かわからない、酸味がきつく甘さが足りない、などという意見も多数あり、その点の改良は必要だと考えました。

最初私たちは、100%ジュースにすれば、濃厚で高級感があり、おいしいのではないかと考えたのですが、後ほど出てきます原材料の設定において、カシスとオレンジの割合を何対何にすれば、香りと味、両方納得できるものになるかを考えた結果、果汁10%といたしました。続きまして、原材料設定の方につらさせていただきます。市場調査を行い、競合商品との価格を調べたうえで、キュリーテの販売価格は、1リットルパック158円という形になりました。それに基づき、原価、製造費、輸送費、パッケージ費を考慮した結果、メーカーの81円の内訳は、パッケージ費が10円、製造費が20円、輸送費が10円、原価の41円の合計となっております。

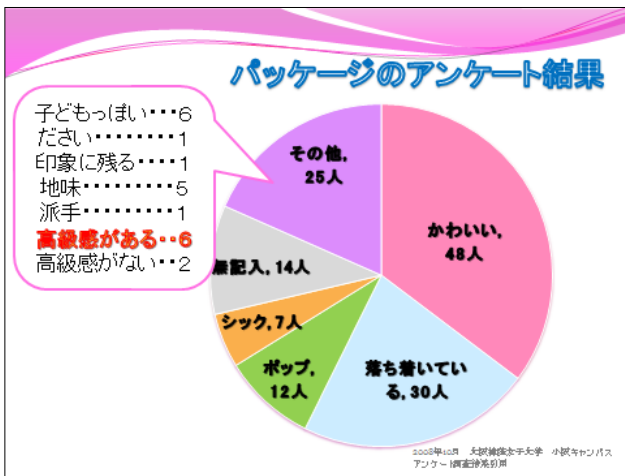




11



12



13

<資料 11~13 について>

続きまして、価格のアンケート結果にうつります。こちらのグラフ(資料 11)をご覧ください。私たちは、156 円~160 円で設定しましたが、消費者側の、アンケートに協力してくれた学生達が支持したのは、146 円~150 円が一番多く、次いで 116 円~120 円、196 円~200 円という結果になりました。このように結果にバラつきが見られるのは、今回、アンケートに協力してくれた学生達が、普段 1 リットルパックをあまり購入しないからではないか、と考えました。

現在の市場は、安い物、高級でおいしい物の二極化となっております。また、安い物が主流で、アンケートにもその傾向が見られました。販売価格よりも、低価格で買いたいという意見が多かったので、原価をさげ、消費者の求める商品にしたところ、味の方が薄くなりすぎてしまったこともありました。いくら安くても、おいしくないものは作りたくない、と考え、価格は 158 円のまま進めていくことに決定いたしました。自分たちの考えている味では、原価、価格が高くなってしまい、消費者が求める価格ではおいしくできない、など、コスト面、味についてどこで折り合いをつけるのか、つけなければならないのか、というのが難しかったところでした。

続きまして、パッケージの方についていきたいと思います。こちらは、私たちが考えたテーマに合わせてつくった原案となっております。私たちが特にこだわった点が2つありまして、まず第一にこちらのキャラクター(資料 12・左図)となっております。大半の女性は、一度は可愛いもの、キャラクターものに目を奪われた事があると思います。初めて見るものでも、可愛ければ思わず手にとって買ってしまふ。そんな女性の特徴をいかし、起用いたしました。続きまして、色に注目していただきたいと思います。こちらの上部を黒にすることで、高級感を出し、紫のグラデーションにすることで、大人っぽさを演出いたしました。上部を黒にするというのは、他の商品ではあまり見られないものなので、並べられた時に目を引き付けるのではないかと考えました。こちらをパッケージ会社に依頼し、返ってきたものがこちらとなっております。フルーツの輪切りの絵は、100%果汁でないで使用できないというものがあつたり、原案とは少し違った形で返ってきました。これをさらに考慮した結果、作成したものがこちらとなっております(資料 12・右図)。こちら原案とは少し違った形となってしまいましたけれども、全体的には、落ち着いた雰囲気のものに仕上がったのでは

ないかなと思います。そして側面の方にも私たちが考えたキャラクターが起用されており、前面だけでなく、側面の方も楽しめる商品になったのではないかなと思います。

続きまして、このパッケージのアンケート結果にうつります。かわいいや、落ち着いている、の票数が多く、女性に好まれるパッケージに仕上がったのかなと感じたんですけども、私たちがテーマにしていた高級感があるというのは、あまり票数が得られなかったため、改良が必要だと思いました。

## 4月中旬発売予定！！

- 関西圏のスーパー
- 希望小売価格158円
- 10%果汁飲料



14

がございました。

### <資料14について>

私たちが考えましたキュリーテが10%果汁飲料として、4月中旬に発売予定となりました。希望小売価格は158円で、スーパーで販売致します。

主な店舗は、イトーヨーカドーやサティーなどです。そして、本日、泉南乳業様より、キュリーテの試作品をお持ちいただきました。出口にご用意しておりますので、お帰りの際、よろしければ、ご賞味くださいませ。また、発売の際、お近くのスーパーで見かけた時は、手にとって、ご購入いただけると、嬉しいです。

以上で、新商品開発企画案の説明を終わります。あり