

手軽に、気軽に、体の中からぽっかぽか  
『「冷え知らず」さんの生姜チキンスープ』新発売！

～エキナカから「ここにしかない価値」をお届けする acure made<アキュアメイド>第一弾～

- 株式会社JR東日本ウォータービジネス(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:鈴木 浩之)は、2014年9月25日(木)、株式会社永谷園(本社:東京都港区、代表取締役社長:永谷泰次郎)と共同開発した飲料『「冷え知らず」さんの生姜チキンスープ』を発売します。
- 『「冷え知らず」さんの生姜チキンスープ』は、エキナカから「ここにしかない価値」をお届けするブランド acure made<アキュアメイド>の第一弾商品です。
- エキナカニーズを追求する acure made<アキュアメイド>と、“生姜であたたか生活”の第一人者「永谷園 生姜部」が、エキナカでの冬対策をキーワードに共同で開発したエキナカ専用ホットスープ飲料です。
- 今年のエキナカでの冬対策は「冷え知らず」さんにお任せください！

- 商品名 「冷え知らず」さんの生姜チキンスープ
- 価格 130円(税込)
- 内容量・容器 185g 缶
- 販売箇所 JR東日本のエキナカ飲料自販機acure<アキュア>
- 発売開始 2014年9月25日(木)

<商品特長>

- カップスープ市場で大人気の『「冷え知らず」さんの生姜シリーズ』と acure made<アキュアメイド>とのコラボレーション企画。  
自動販売機でのHOT販売により、お湯を入れる手間もなく、誰でも手軽に飲むことができます。
- 「チキンスープ」仕立ての味わいで、「生姜飲料は初めて」という方でも飲みやすい品質です。
- 今回の開発にあたってはエキナカ自販機 acure<アキュア>を普段ご利用いただくお客さまと、永谷園生姜部の「座談会」を開催。  
「冬の電車を待ってる時間はとっても寒い！」「重ね着をいくらしても足りない。」など駅を利用する際の悩みをうかがい、味やパッケージの方向性を決定しました。



↑ 商品画像

「冷え知らず」さんの生姜シリーズとは？

(株)永谷園で販売する生姜を使った商品ブランド。2007年の発売以来、生姜ブームの火付け役として生姜市場を牽引。商品の発売をきっかけに永谷園社内で発足した「生姜部」の活動も人気を後押ししています。



acure made<アキュアメイド>とは？

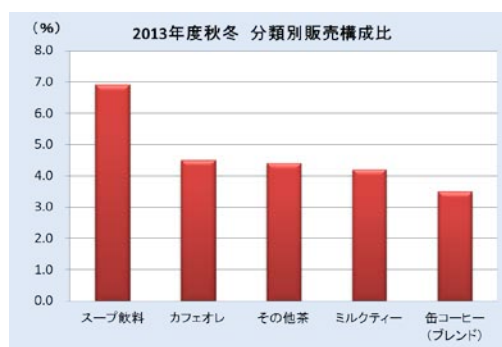
(株)JR 東日本ウォータービジネスが2014年9月25日に立ち上げたエキナカ専用飲料ブランド。  
エキナカから「ここにしかない価値」をお届けし、お客さまの毎日がもっと楽しくなることを目指します。



## ●開発秘話

### ①スープ飲料は冬の自販機では定番！

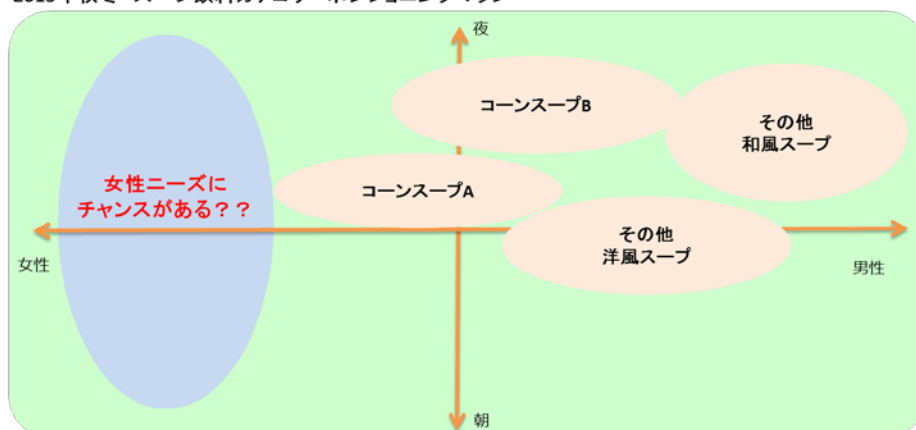
真冬の駅のホームで電車を待っている時、ついつい飲みたくなるスープ飲料はHOT 飲料の定番中の定番。実は真冬の自販機で最も売れるカテゴリーがスープ飲料なのです。  
一方、NB商品はコーンポタージュスープがほとんどでアイテム数はなかなか増えない現状にあります。



### ②キーワードは「スープ×女性」！？

スープ飲料というと定番商品として人気なのが「コーンポタージュ」。他にも既存の缶飲料では「おしるこ」や「オニオンスープ」がありますが、購買データを分析してみるとどれも男性に需要が集中していました。

2013年秋冬 スープ飲料カテゴリーポジショニングマップ



### ③どうして「生姜」なの？

女性×スープ飲料というコンセプトの元、ヒントとしたのが「寒さ」。元々COLD 商品よりもHOT 商品の方が販売比率の高い女性は、男性よりも断然「寒さ」に対して敏感なはず。女性をターゲットとした商品を販売するには体を温める機能が重要な要素であり、そこから「生姜」というキーワードが浮かんできました。



### ④「寒さ」が苦手な女性たちと一緒に作る

生姜商品といえば、ということで早速生姜商品を多数手がけてきた永谷園に商品化を打診。共同開発がスタートしました。でも、「本当に駅をご利用の女性はこのようなニーズがあるのだろうか？」ということで当社社員と「永谷園生姜部」、そしてacureを普段ご利用いただくお客さまで座談会を実施。実際に駅を利用する際の悩みをうかがい、ニーズを再確認。さらに味やパッケージの方向性を決定しました。



↑座談会の様子

【お問い合わせ先】株式会社JR東日本ウォータービジネス 企画部  
担当：和方・川口 TEL：03-6853-6005