

報道関係各位

90%の方が“おいしい”と評価した<sup>(※1)</sup>森永乳業の自信作  
「マウンレーニア カフェラッテ ノンスイート」  
**発売10日目で100万本突破!**<sup>(※2)</sup>  
SNSでも大きな反響。拡大するノンスイート市場を牽引

森永乳業は、チルドコーヒー売上No.1ブランド<sup>※3</sup>の「マウンレーニア」から「マウンレーニア カフェラッテ ノンスイート」を4月12日(火)より発売開始しました。

マウンレーニアの定番であるカフェラッテの“甘くないラテ”として開発した本商品は、発売前のユーザー調査で、**90%の方が“おいしい”と評価<sup>※1</sup>**。注目が集まる“甘くない”ノンスイート市場をさらに活性化する商品として期待感をもって投入した結果、**発売から10日目に出荷本数100万本**を突破いたしました。大変好調な状況にあり、ご購入されたお客さまからも、高い評価をいただいています。

※1 森永乳業調べ HUT調査 2021年9月 n=90

※2 当社調べ 2022年4月11日～4月20日 累計出荷本数

※3 インテージSRI+ チルド飲料市場(コーヒー系) 2021年4月～2022年3月 累計販売金額



#### <商品特長>

- ①甘さ・糖類が気になる方でも、ミルクとコーヒーのほどよいバランスを楽しめる新定番のカフェラテです。
- ②コーヒー豆は本商品専用配合したオリジナルブレンドを使用し、本商品独自の焙煎度や抽出条件にしています。
- ③通常のエスプレッソよりも少ない量の水<sup>※4</sup>で抽出して味わいを凝縮するリストレット製法を採用しています。

※4 当社マウンレーニア カフェラッテ比較

[ここに入力]

## 2021年度、前年比105%と拡大する“甘くない”コーヒーの市場

健康意識また糖質に対する意識の高まりによって、コーヒーのトレンドも変化してきています。全日本コーヒー協会が発表したコーヒーの需要動向に関する基本調査※5によると、コーヒーに砂糖を入れる人の割合は年々減少。

また、チルドコーヒー飲料市場においても、2021年は「微糖・無糖」ジャンルが2020年比105%と伸長しており※6、今後も“甘くない”コーヒーの市場は、まだまだ拡大していくことが見込まれています。

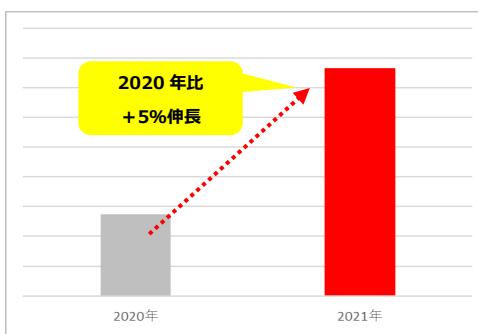
※5 全日本コーヒー協会が発表したコーヒーの需要動向に関する基本調査 2021年5月

※6 インテージSRI+ チルド飲料市場(コーヒー系無糖・微糖フレーバー) 2020年1月～2021年12月 累計販売金額

### ◆コーヒーに砂糖を入れる人の割合※5



### ◆微糖・無糖カテゴリー市場規模※6



## 開発担当者コメント

より多くの人にマウンレーニアをご愛用いただくため「マウンレーニア カフェラッテ ノンスイート」は、新たな定番として重要な位置付けの商品です。また、ノンスイート市場が伸長するなかで、選んでもらうだけのコーヒー豆や製法の違い、おいしさにとことんこだわって開発に取り組んできました。その結果、発売前の調査でも味について非常に高い評価を得て、満を辞して発売することができました。お客さまから「大好きなマウンレーニアの味はそのままに、甘さがなくてスッキリで、大感激！」 「甘くないものを待ってた！」など非常にうれしいお声が届き大きな手応えを感じています。これからも一人でも多くのお客さまに愛される商品にしたいです！

## 商品概要

- ①商品名 マウンレーニア カフェラッテ ノンスイート
- ②種類別 乳飲料
- ③内容量 240ml
- ④カロリー 118kcal(1本(240ml)当たり)
- ⑤包装形態 アセプティックカップ
- ⑥保存方法 要冷蔵 10℃以下
- ⑦賞味期限 70日間
- ⑧主要ターゲット 甘さを気にしているコーヒーユーザー
- ⑨主要売場 コンビニエンスストア、量販店、一般小売店、自販機
- ⑩希望小売価格 160円(税別)
- ⑪発売日・地区 4月12日(火)・全国
- ⑫JANコード 4902720151092



[ここに入力]

## 「マウントレニア カフェラッテ ノンシュガー」との違い

どちらの商品も甘さや糖類が気になる方に向けたカフェラッテですが、種類別名称では「マウントレニア カフェラッテ ノンスイート」は乳飲料※7、「マウントレニア カフェラッテ ノンシュガー」はコーヒー※8です。ノンシュガーは、よりコーヒーの味わいが感じられる一方でノンスイートは、よりミルク感を感じられる味の仕立てになっています。

※7 「飲用乳の表示に関する公正競争規約」により、乳固形分(無脂乳固形分と乳脂肪分を合わせたもの)を3.0%以上含む場合、「乳飲料」表示となります。

※8 コーヒー飲料等の表示に関する公正競争規約」により、内容量100グラム中にコーヒー生豆換算で5グラム以上のコーヒー豆から抽出又は溶出したコーヒー分を含むものは、「コーヒー」表示となります。

The advertisement is split into two vertical panels. The left panel has a light beige background with a splash of milk. It features a cup of Me Rainier Caffè Latte Non-Sweet. Below the cup, the text reads 'やさしい ミルク派' (Gentle Milk Party). The right panel has a dark brown background with coffee beans. It features a cup of Me Rainier Caffè Latte Non-Sugar. Below the cup, the text reads 'しっかりとした コーヒー派' (Solid Coffee Party). In the center, the word 'OR' is written in large, light-colored letters. At the top, a speech bubble says '糖類が気になる方へ!' (For those who are concerned about sugars!). The Me Rainier logo is in the top left corner, and the Asahi Milk logo is in the bottom right corner.

糖類が気になる方へ!

あなたはどっち派?

OR

やさしい  
ミルク派

しっかりとした  
コーヒー派

森永乳業

[ここに入力]