

2020年7月22日

8月2日（日）の記念日「ハーブの日」にハブと初コラボ！
S&B フレッシュハーブを使った「コラボモクテル」を共同開発&初公開
エスビー食品×ハブ「ハーブの日 モクテルで乾杯！イベント」
8月2日（日）14時～15時 ZOOMにてオンライン開催
イベント申込みサイト URL : <https://herbhub0802.peatix.com/>

エスビー食品株式会社（以下、エスビー食品）は、「ハーブの日」である8月2日（日）に、英国風パブ「HUB」を運営する株式会社ハブ（以下、ハブ）と共に「ハーブの日 モクテルで乾杯！イベント」をZoomにて開催いたします。



エスビー食品は2017年より、8月2日を「ハーブの日」に制定しております。4年目を迎える今年は、より一層ハーブを身近なものに感じてもらうため、ハブと共にコラボレーション施策を実施するに至りました。本コラボレーションでは、エスビー食品が販売するフレッシュハーブを使用した「コラボモクテル」を2社共同で開発し、8月3日（月）より英国風パブ「HUB」の限定店舗にてランチタイムでの販売を実施いたします。

開発に至った背景には、モクテルなどのノンアルコール飲料の市場拡大があります。「モクテル」とは「ノンアルコールカクテル」のことで、「真似た、見せかけの」という意味の「mock（モック）」と「cocktail（カクテル）」を組み合わせた名称です。近年ノンアルコール専門店が生まれる等、ミレニアル世代を中心に、ノンアルコールをあえて選ぶ方が増加傾向にあります。特に、オンライン飲み会が流行したコロナ禍で、お酒を飲めない方でも楽しむ手段として急速に拡大してきました（※添付の調査資料を参照）。ノンアルコール飲料の中でも、ハーブを使ったモクテルは、見た目もアルコールカクテルと相違なく、本格的な風味に仕上がるのが特徴です。この度の「コラボモクテル」にはミント、タイムなどのこだわりのフレッシュハーブを香りづけに使用しています。このイベントを通して、お酒が苦手な方や事情があってお酒を飲めない方、さらにお酒が好きな方にも「モクテル」の楽しみ方やアレンジの可能性を知っていただきたいと考えています。

イベント当日は、ハブと共同で開発した「コラボモクテル」のレシピ紹介や、エスビー食品のスパイス&ハーブマスターとハブの商品企画担当によるモクテルに関するトークセッションなど、学びのあるコンテンツを多数用意しております。本イベントを通じて、皆様がご自宅にある飲み物を手に取り、モクテルの新たな美味しさに出会える機会になることを願っております。

【ハーブの日 モクテルで乾杯！イベント概要】

開催日時：8月2日（日） 14:00～15:00

トークゲスト：エスビー食品株式会社 スパイス&ハーブマスター 磯部友美
株式会社ハブ 商品企画部部長 石河幹武

プログラム：コラボモクテルのレシピ紹介、スパイス&ハーブマスターとハブ商品企画担当によるトークセッション etc.
※イベント内容は、変更になる可能性もございます

参加方法：Zoom視聴

- ① Peatixより事前にお申し込みください。
イベント申込みサイトURL <https://herbhub0802.peatix.com/>
- ② 登録いただいたメールアドレスにイベント視聴ページへのリンクが届きます。
- ③ 当日、開始時間になりましたらPeatix内視聴ページへのリンクをクリック。
- ④ 「イベントに参加」ボタンをクリックしてZoomに移動し、ご視聴ください。

参加定員：先着300名様（予定）

参加費用：無料

参加特典：ご参加いただいた方より抽選で50名様にハーブの香りを手軽に楽しめる
エスビー食品「SPICE&HERBシーズニング（右記2商品セット）」をプレゼント



備考：事前に、可能であれば、コラボモクテルの材料である

- ・フレッシュハーブ（タイム）
- ・ミックスベリー
- ・キウイ
- ・オレンジジュース
- ・ジンジャーエール

をご用意していただけると、よりイベントをお楽しみいただけます。

注意事項：

- ・応募者は、原則として成人の方のみといたします。
- ・本イベントは、イベントの特性上参加者のみなさまの肖像が画面上に表示されます。
- ・本イベント当日の写真及び動画は、弊社のホームページへの掲載、または弊社が運営するSNSアカウントなどその他広告宣伝物として利用させていただく場合がございます。また、当日は報道の取材が入る可能性がございます。撮影した映像・写真などは、放送・掲載される場合がございます。
- ・弊社がやむを得ないと判断した場合、本イベントは内容の一部変更または中止とさせていただきます場合がございます。
- ・ご応募いただく際にお預かりする皆様の個人情報の保護方針については、エスビー食品ホームページ内の「プライバシーポリシー（<https://www.sbfoods.co.jp/privacy/>）」に記載しております。必ずご一読いただき、同意いただいた上でご参加くださいませ。本イベントにご参加された方は、本プライバシーポリシーに同意したものとみなします。

【コラボモクテル概要】

販売期間：8月3日（月）～8月10日（月・祝）

販売店舗：HUBコレットマーレみなとみらい店・HUB慶應日吉店・HUB新橋銀座口店・HUB東京オペラシティ店・
HUBロッセティホテル錦糸町店



【会社概要】

エスビー食品株式会社

本社住所：〒103-0026 東京都中央区日本橋兜町 18-6

創業：1923（大正12）年4月5日

設立：1940（昭和15）年4月5日

代表者：代表取締役社長 小形 博行

事業内容：カレー、コショウ、ガーリック等香辛料とチューブ入り香辛料等の香辛調味料、即席カレー、即席シチュー、
レトルト食品、チルド食品、生ハーブ及びハーブ関連商品他各種食品の製造販売

株式会社ハブ

本社住所：東京都千代田区外神田3丁目14-10 秋葉原HFビル 7階

設立：1998年5月

代表者：代表取締役社長 太田剛

事業内容：英国風PUB事業等

【参考調査】

昼飲みママの7割がノンアルコールを選んでいる！
オンライン飲み会での“ノンアルユーザー”は2人に1人以上！
～ニューノーマルでの飲み会ドリンクに台頭～

エスビー食品は、オンライン飲み会（お茶会）をしたことのある全国の20代～40代の男女400名を対象に、「オンライン飲み会におけるノンアルコール飲料の実態調査」を実施いたしました。

調査結果概要

オンライン飲み会（お茶会）で、ノンアルコールを飲んだことのある人は2人に1人以上。

7割以上の方が“会話目的”でオンライン飲み会を実施。

**男性は「お酒っぽく見える」ノンアルコールを選ぶ。
一方で、女性は「太らない」ためにノンアルコールを選ぶ。**

男性の半数以上が「お酒っぽく見える」を重視し、
女性の3人に1人は「太りにくいから」を理由にノンアルコールを選ぶことが明らかに。

**ノンアルコールはママのオンライン飲み会（お茶会）にも需要が。
7割がお酒の代わりにノンアルコールを楽しんでいる。**

ママの2人に1人は、お昼にもオンライン飲み会（お茶会）をしていて、
そのうち7割はお酒のかわりにノンアルコールを楽しんでいることが明らかに。

全体の約7割の人がドリンクを自作したい願望あり。

全体の7割の人が、家でドリンクを自作「したことがある」「してみたい」と回答。

**ノンアルコールのイメージがないお酒好き×高所得層にも、
ノンアル需要が高い予感。**

全体の7～8割の人がノンアルカクテル（＝モクテル）を飲みたいと回答。
お酒に強い人の回答が「とても飲みたい」「やや飲みたい」が8割で、弱い人よりも多い結果に。
年収700万円以上でとても飲みたいと思う人は、300万円未満の2倍以上。

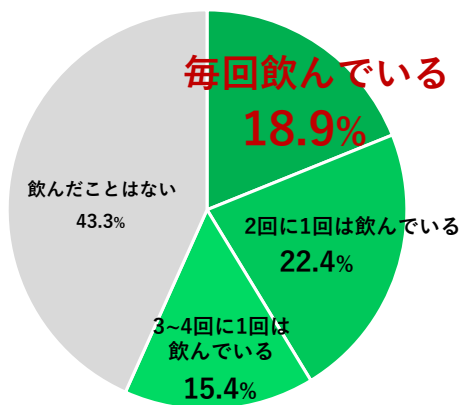
オンライン飲み会で、ノンアルコールを飲んだことのある人は 2 人に 1 人以上。

7 割以上の人”会話目的”でオンライン飲み会（お茶会）を実施。

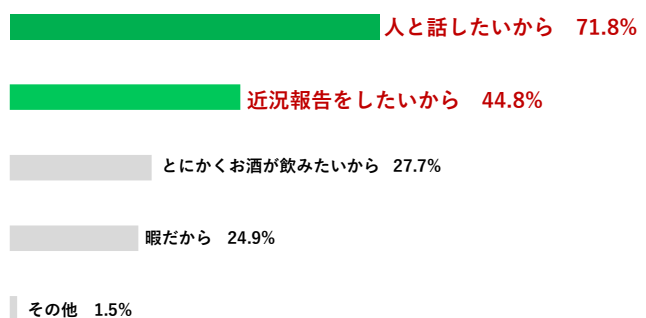
男女400名に対して、「オンライン飲み会（お茶会）で、ノンアルコール飲料を飲んだことがあるか」聞いたところ、「毎回飲んでいる」「2 回に 1 回は飲んでいる」「3～4回に 1 回は飲んでいる」と答えた人は57%に上り、約2人に1人がノンアルコール飲料を飲んだ経験があることが明らかに。特に、「毎回飲んでいる」と答えた人は18.9%と、約5人に1人がオンライン飲み会（お茶会）で毎回ノンアルコールを選んでいることが分かった。

また、「オンライン飲み会（お茶会）をする主な目的」を聞いたところ、「人と話したいから（71.8%）」が第1位、「近況報告をしたいから（44.8%）」が第2位という結果に。一方で「とにかくお酒を飲みたいから（27.7%）」は第3位となり、「会話目的」でオンライン飲み会（お茶会）を実施する人の多さが7割以上と目立った。

Q：オンライン飲み会（お茶会）で、ノンアルコール飲料を飲んだことはありますか？ (n=397)



Q：オンライン飲み会（お茶会）をする目的として、主に考えられるのは何ですか？ (n=397)



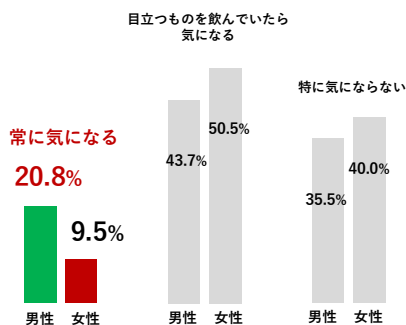
男性は「お酒っぽく見える」ノンアルコールを選ぶ。一方で、女性は「太らない」ためにノンアルコールを選ぶ。

男性の半数以上が「お酒っぽく見える」を重視し、女性の3人に1人は「太りにくいから」を理由にノンアルコールを選ぶことが明らかに。

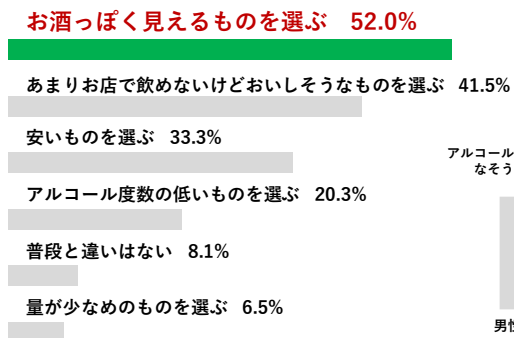
男女別に「オンライン飲み会（お茶会）で、他の人の飲んでいるものが気になるか」を聞いたところ「常に気になる」と答えた人は男性（20.8%）が女性（9.5%）の2倍に。また「オンライン飲み会（お茶会）でのノンアルコールの選び方」を聞いたところ、男性の回答第1位は「お酒っぽく見えるもの（52.0%）」という結果で、半数以上の男性が周りの目を気にしてお酒っぽいノンアルコールを選んでいることが明らかに。これらの結果より、男性がノンアルコールを飲む理由は、周囲からの飲酒の勧めを回避する目的もあると推測できる。

一方で、女性に「オンライン飲み会（お茶会）でノンアルコールを選ぶ理由」を聞いたところ、「太りにくいから」の回答が唯一男性を上回り、女性の3人に1人が重視している結果に。女性においては、ノンアルコールがダイエットの観点で需要であることが分かった。

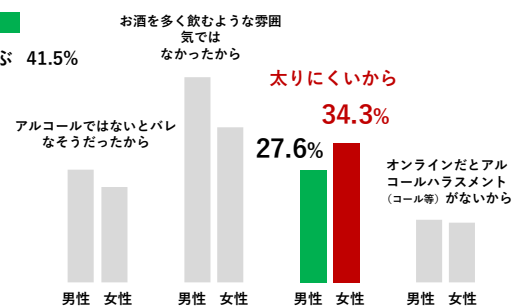
Q：オンライン飲み会（お茶会）で、他の人の飲んでいるものが気になりますか？ (n=397)



Q：オンライン飲み会（お茶会）でノンアルコールの選び方は何ですか？ (n=225)



Q：なぜノンアルコール飲料を飲みましたか？ (n=225)



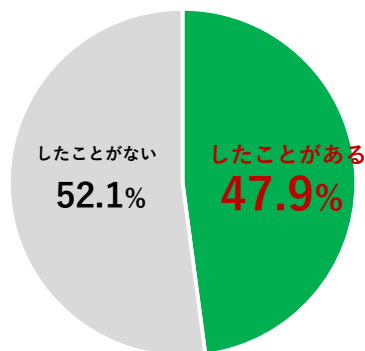
ノンアルコールはママのオンライン飲み会（お茶会）にも需要が。 7割がお酒の代わりにノンアルコールを楽しんでいる。

ママの2人に1人は、お昼にもオンライン飲み会（お茶会）をしていて、
そのうち7割はお酒のかわりにノンアルコールを楽しんでいることが明らかに。

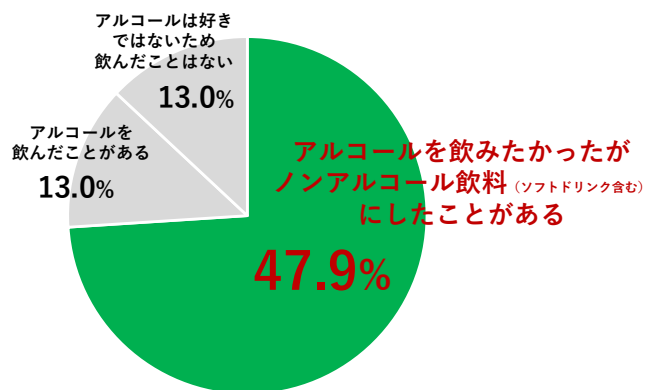
主婦に対して「昼間にオンライン飲み会（お茶会）をしたことがあるか」を聞いたところ「したことがある」と答えた人は47.9%と、約2人に1人が昼間にオンライン飲み会（お茶会）をしていることが明らかに。

その「昼間のオンライン飲み会（お茶会）での飲み物」については、72.7%が「アルコールを飲みたかったがノンアルコール飲料（ソフトドリンク含む）にしたことがある」と回答。意外にも主婦の昼間のオンライン飲み会（お茶会）でもアルコールを飲みたい願望があり、参加する主婦の約7割が、お酒の置き換えとしてノンアルコールを楽しんでいることが分かった。

Q：昼間にオンライン飲み会（お茶会）をしたことはありますか？（n=48）



Q：昼間のオンライン飲み会（お茶会）でアルコールを飲んだ経験はありますか？（n=23）

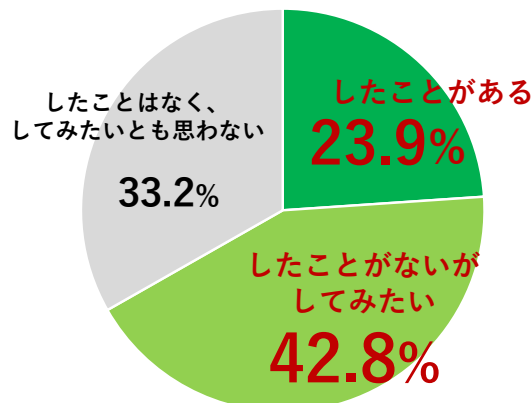


全体の約7割の人がドリンクを自作したい願望あり。

7割の人が自作「したことがある」「してみたい」と回答。

男女400名に対して、「オンライン飲み会（お茶会）に向けオリジナルドリンクを作ったことがあるか」を聞いたところ「したことがある」と答えた人は23.9%、「したことはないがしてみたい」と答えた人は42.8%と、つまり約7割（66.7%）の人がオリジナルドリンクを作りたいとの願望があることが明らかに。

Q：オンライン飲み会（お茶会）に向け、混ぜたりアイスを入れたり、オリジナルドリンクを作ったことがありますか？（n=397）



ノンアルコールのイメージがないお酒好き×高所得層にも、 ノンアルカクテル需要が高い予感。

全体の7～8割の人がノンアルカクテル（＝モクテル）を飲みたいと回答。
お酒に強い人の回答が「とても飲みたい」「やや飲みたい」が8割で、弱い人よりも多い結果に。
年収700万円以上でとても飲みたいと思う人は、300万円未満の2倍以上。

男女400名に対して、「ノンアルカクテル（＝モクテル）があったら、オンライン飲み会（お茶会）で飲みたいか」を聞いたところ「とても飲みたいと思う」「やや飲みたいと思う」と答えた人は76.0%と、全体の7割以上の方が「ノンアルカクテル（＝モクテル）を飲みたい」という結果に。

特に、アルコール耐性別にみると、アルコール耐性の高い人が80.0%、低い人が69.3%と、意外にもお酒に強い人のほうが「ノンアルカクテル（＝モクテル）を飲みたい」と思っていることが明らかに。

また、年収別に「とても飲みたい」の回答をみると、年収が「700万円以上1000万円未満」の層は46.9%、「1000万円以上」の層は40.9%と、4割超え。一方で年収が「300万円未満」の層は21.0%と、年収が700万円以上でノンアルカクテル（＝モクテル）を飲みたい人は年収300万円未満の約2倍に。

一般的に「ノンアルカクテル＝アルコール耐性の低い人が飲むもの」という先入観を持ちがちだが、アルコール耐性が高くよくお酒を飲める人・高所得層の関心も高く、ノンアルカクテル需要は幅広い層に受け入れられる可能性が高いと推測できる。

Q：ノンアルコールカクテル（＝モクテル）があったら、オンライン飲み会（お茶会）で飲みたいと思いますか？（n=397）

