



## ●コラボレーションの経緯

### 選ばれた理由は、ブランドの深い理解とスピード感

ユニリーバの「リプトン」が2016年夏に提唱した「フルーツインティー」というスタイルは、そのおいしさと新しさとでドリンク市場にセンセーションを巻き起こしました。大手コンビニエンスストアのカウンタードリンクとのコラボレーションや、大手アイスメーカーや菓子メーカーとの共同開発など、そのおいしさと新しい驚きは毎年進化を続けています。

そして、さらなる可能性を求め、ポケットに入るフルーツインティーを皆さまにお届けするために、春日井製菓とリプトンのコラボレーションプロジェクトが正式に始まりました。

### 負けず嫌いが再現した高いクオリティ

普段は穏やかでも、困難を前にすると、俄然負けず嫌い性が発揮されるのが春日井製菓人。そんな私たちにとっても、今回のプロジェクトは難易度が高いものでした。紅茶の中のフルーツのゴロゴロ感を再現すべく、キャンディでは乾燥レモンピールやフリーズドライピーチを配合しましたが、通常のキャンディ製造では固形物は混合しないため、製造ラインでは何度改善しても十分な混合ができず。そこで職人による手練り製法への切り替えを敢行。生産効率が落ちても、味わいの再現に最大限の努力を投じたことで、舌の上でフルーツのつぶつぶ感やごろごろ感を感じられる仕上がりになりました。また、グミで難易度が高かったのは、フルーツそれぞれの繊細な味わいを感じられるようにしながら、紅茶の茶葉の香りを引き立たせること。「つぶグミ」で培った微かな味と香りの違いを再現する力が進化したことで、噛んで飲み込む寸前に、喉の奥の方からふわっと戻ってくる紅茶感を再現することに成功しました。

監修者であるリプトンフルーツインティーの担当者から「リプトンのフルーツインティーが、高いクオリティで再現されています」との最終コメントもあった通り、この開発過程におけるこだわりの結集によって、リプトンフルーツインティーのファンも認めるおいしい一粒に仕上がっています。

### 【リプトンについて】

130年以上にわたる茶の研究と品質へのこだわりをベースに茶葉を厳選し、気軽においしく楽しめるお茶を125カ国以上で展開しているブランドです。19世紀末、トーマス・J・リプトンは“たくさんの人に、気軽に上質な紅茶を飲んでもらいたい”と考え、品質の安定した紅茶をお客様に提供することを目指しました。そこでリプトンは広大な茶園を買い取り、茶樹の栽培から生産まで一貫して行うことで、その理想を実現し、「茶園から直接ティーポットへ」というスローガンが生まれました。紅茶事業を始めてから、130年以上たった今も、常にその思いを胸に歩み続けています。

### 【春日井製菓について】

1928年に愛知県名古屋市中で創業し、現在はキャンディ、グミ、ラムネ、こんぺいとう、豆菓子など幅広い年齢層に支持される菓子を手掛ける菓子メーカーです。1984年に発売したキャンディ「ミルクの国」では、それまで主流だった“ひねり包装”ではなく、一粒ずつ封緘されたピロー型個包装を菓子業界で初めて世に送り出し、そのおいしさと高い安全性で大ヒットに。商品アイデアや業務改善など、年齢や部署を超えて全員が主体的に参加できる制度やワークスタイルを採っています。



●本件に関する取材依頼やお問い合わせは、下記までお願いいたします。

春日井製菓 広報担当: 原 cpc@kasugai.co.jp