

# 世界中で発売された最も革新的であった商品を選出する 『MINTEL'S MOST INNOVATIVE 2024』 日本から授賞した花王・森永乳業に賞状を授与

「ビジネスと人々の成長をサポートすること」をミッションとする市場調査会社、株式会社ミンテルジャパン(東京都千代田区)は、2023年に世界中で発売された食品・飲料、美容・化粧品・家庭用品のジャンルのうち最も革新的であった商品を選出する『MINTEL'S MOST INNOVATIVE 2024 - ミンテルが選ぶ最も革新的な新商品: 2024 -』(以下、MMI)の授賞社として、日本から花王株式会社、森永乳業株式会社の2社を選出。その授賞式を2024年6月13日と6月20日にそれぞれ開催しました。



美容・化粧品/家庭用品部門:花王株式会社



食品・飲料部門:森永乳業株式会社

## MINTEL'S MOST INNOVATIVE 2024資料ダウンロード

美容・化粧品/家庭用品編:<https://japan.mintel.com/MMI-BPC-0624-PR>

食品・飲料編:<https://japan.mintel.com/MMI-FD-0624-PR>

## アワードの実施背景 一停滞する新製品開発市場を活性化させたいー

本アワードは、過去1年間に世界各国で発売された革新的で業界に変化をもたらした商品を称賛することを目的に2024年に創設されました。ミンテルのアナリストが独自の目線で選んだ商品は、食品・飲料、美容・化粧品・家庭用品の分野で、最先端技術やサステナビリティの取り組み等を通じて、消費財の未来を形作っています。

商品開発における“イノベーション”は、停滞するメーカーブランドの現状を打破するために必要不可欠なものです。ミンテルがこのアワードを毎年実施することにより、メーカーブランドの開発背景(想い)や、創造性、変革性など業界全体にとってヒントとなるような情報が拡散され、市場全体が革新の一步を踏み出すことにつながると考えています。

【受賞コメント：花王株式会社】

ヘルス&ビューティケア事業部門 スキンケア事業部 ブランドマネジャー 小林 達郎 様

■受賞した感想

MMIは、日本国内だけではなく、世界各国で発売された新商品の中から選出される賞。その中で、弊社商品が選ばれたのはとても光栄なことだと感じています。花王株式会社は、「モノづくり」の会社であるため、生活者目線で提案した商品が評価されたことは嬉しいです。

また、弊社は海外にも拠点があり、特にビオレは積極的に海外展開を行っているブランドです。グローバルな市場調査会社であるミンテル様のアワードで選出されたことには大変価値があると捉えています。海外製品も熟知しているミンテルアナリスト様に評価いただき、日本以外の国で働く社員たちも励みになる受賞となりました。



■受賞商品の開発背景

日焼け止めは本来2～3時間ごとに塗り直しが必要ですが、塗り直しを手間と感じ、習慣として定着していないことが自社調査で明らかになりました。この塗り直しに対する課題意識が、「ポータブルUV」を発想するに至った起点です。日焼け止めの塗り直しを面倒に感じさせている要因として、クリームタイプだと手が汚れること、エアゾール製品だと(外出先だと特に)噴射音や周りの目が気になることが考えられます。またどちらも、日焼け対策を「やっている感」が周囲に伝わることも要因かと捉えました。

■商品開発でこだわったポイント

本商品は、手軽に吹き付けてなじませるだけで塗り直しが完了する点が最大の特長です。つまり、「さりげなく」さっと塗り直しが完了します。肌を紫外線から守るという機能面だけではなく、特に、日常生活が前向きに動き出し、外出の機会が増え、太陽の下で自信をもってポジティブに生活をしたいという消費者のウェルビーイングもサポートするような商品と考えています。

また弊社では、ビオレに限らず、サステナブルな商品の開発に以前より取り組んでいます。シャンプーやボディウォッシュにおいても「つめかえ用」の普及を進めてきましたが、日焼け止め市場においても、日本初(\*)となる「つけかえ用商品」をラインアップし、プラスチック使用量の削減(本体比56%減)にも取り組んでいます。

\* 当社独自調査及びMintel GNPDを用いた花王株式会社調べ 2022年11月

■今後の展望

2024年4月に数量限定で発売した「香り付き」タイプは、面倒に感じられがちな塗り直しのモチベーションを上げるために開発されました。好きな香りに包まれることで、さらに塗り直しの習慣が定着すると感じています。今後も生活者目線に立って、小さな課題を解決するような商品を生み出していきたいと思えます。

▼商品概要

会社名:花王株式会社(日本)

ブランド:花王 ビオレUV アクアリッチ

市場:日本

発売タイプ: 新バラエティー / 従来品の延長

価格:980円(税込1,078円) / 7.95ドル / 7.62ユーロ

パックサイズ:60.000ml

発売日:2023年2月

画像出典: Mintel GNPD



▼授賞理由

花王 ビオレUV アクアリッチ アクアプロテクトミスト SPF 50・PA++++は、顔と体にうるおいを与えながら、日焼けを防ぐサンケア製品。独自の配合技術により、透明な超薄膜を形成し、瞬時に肌に密着して保護するのが特長。水のように軽いテクスチャーで、透明感のある輝く肌へと導く。

スーパーウォータープルーフで汗に強く、80分間の耐水テストにも合格した、ミストタイプの日焼け止めを作ることで、べたつきと塗り直しの手間という消費者の主な悩みに対処している。このユニークな組み合わせは、日焼け止めの使用体験を再定義し、従来の製品とは一線を画す。ノズルスプレーは超微粒子のミストを作り、1本あたり400回の使用が可能。

【受賞コメント：森永乳業株式会社】

食品開発研究所 チーズ研究室 主任研究員 西岡 照洋 様

マーケティング統括部 チーズ事業マーケティング部 アシスタントマネージャー 坂本隼人 様

■受賞した感想

○西岡様:MMIは、革新的な商品を選定する賞と伺っております。本商品は開発にこだわった点が多く、自分たちも苦労して作り上げた商品だったので、選ばれたことが素直に嬉しいです。

○坂本様:世界的にも数多くある乳製品の中で、本商品が選ばれたことに、最初は驚きを隠せませんでした。自分たちとしても、細部までこだわって作った商品だったため、そこが認められたと感じ、嬉しさもひとしおでした。



■受賞商品の開発背景

開発は、2020年9月頃からスタートしました。当時は、新型コロナウイルスが蔓延しており、家飲み需要が急激に高まる時勢でした。我々は、コロナ禍を過ぎても、今後の生活スタイルとして家飲みが定着すると予測。家飲みをもっと楽しめるような“新たな味”の提供を考え始めたことが開発のきっかけでした。そんな中、今後段階的に実施されていく酒税法の改正により、ビール需要が高まると予測し、ビールに合うチーズおつまみを作ることができないかと考えるようになりました。調査の結果、チーズはビールに合わないといったイメージを持たれていることが明らかになり、ビールを飲むお客様には、チーズが選択肢になりづらいと実感しました。それであれば、逆にそこで選択肢を増やすべく、ビールに合うチーズの開発ができれば、手に取ってもらえるのでは？と思い、開発に踏み出しました。

■商品開発でこだわったポイント

第一に、味のバランスです。チーズは、味の余韻が残るためワインとの相性は良いのですが、のど越しを楽しむビールではその余韻が邪魔をします。味覚バランスを分析し、ビールの強い苦みや酸味に負けないような旨味を引き立たせたチーズの開発を始めました。チーズの旨味を高めるために活用したのが「魚」です。チーズと魚介の異なるうまみ成分を掛け合わせることで、相乗効果で旨味が増強されるアイデアを活用しました。燻製された魚を細かく刻み、チーズに入れ込むことにチャレンジした企業は少なく、食感を楽しめるよう具材を残しつつ、生臭さが出ないように、試行錯誤を繰り返し、ようやく誕生したのが本商品です。

第二にこだわったのが、サイズです。ビールを飲んだときに、チーズの余韻が残りすぎないように、ちょうどよいひと口サイズでの商品化を目指しました。一方で、サイズを小さくすると、製造時に重なったチーズが崩れてしまう可能性があるなど問題点が多発し、商品化を諦めようかと思ったほどでした。最終的にはそんな問題もクリアし、理想としていた商品が完成しました。今回、商品のサイズ感を評価いただけたことも非常に嬉しく感じています。

■今後の展望

より多くの方に認知してもらうための取り組みを進めていき、喫食の機会を増やすことで、商品のファンを増やしていきたいと感じています。ミンテルのサービスを活用し、海外から商品を取り寄せ、日々研究も繰り返しており、将来的にはビールのおつまみと言えば魚Chee(ウオチャー)といったパーセプションを作っていければと思います。

▼商品概要

会社名:森永乳業(日本)

ブランド:クラフト 魚Chee(ウオチャー)

市場:日本

発売タイプ:新製品

価格:200円(税込216円)/1.54ドル/1.40ユーロ

パックサイズ:60.000g

発売日:2023年4月



画像出典：Mintel GNPD

▼授賞理由

チーズとシーフードの旨味がたっぷり入った、ビールにぴったりの一口サイズのおつまみ。ピリ辛マグロ味は、チーズには珍しいフレーバー。且つ、小さなマグロが入っているので、なおさら珍しい。メーカーによると、「噛めば噛むほど味が出る」という。

珍しい味もさることながら、この製品はデータ/数字に基づいたポジショニングで際立っている。パッケージにはレーダーチャートが記載されており、「ビールとの相性96点」と書かれている。また、チーズのスライスの正確な寸法をmm単位で表示している。コンパクトなスタンドに変身する、収納に便利なパッケージも目を引く。

## ■会社概要

企業名 : 株式会社ミンテルジャパン

本社所在地 : 東京都千代田区丸の内二丁目4番1号 丸の内ビルディング18階

代表 : リチャード・カー

設立日 : 2008年03月

事業概要 : トレンドレポート・消費財データベースの販売、市場調査、市場分析等

WEBサイト : <https://japan.mintel.com/>

The logo consists of the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font, centered within a bright yellow rectangular background.