

**大サイズペットボトルユーザーの、秋冬に高まるカフェラテニーズをキャッチ！
ホットでもおいしい！ カフェラテ製品が新登場！**

「ネスカフェ エクセラ ボトルコーヒー カフェラテ カロリーオフ」
シェア NO.1 ブランド(*1)として、秋冬のカテゴリー活性化へ挑戦
10月1日(水)から発売

ネスレ日本株式会社(本社:神戸市、代表取締役 社長 兼 CEO:高岡 浩三、以下「ネスレ」)は、“コーヒーとミルクのおいしさ、カロリーのバランス”を追求した、「ネスカフェ エクセラ ボトルコーヒー カフェラテ カロリーオフ」を10月1日(水)から発売します。ホットでもおいしくお楽しみいただける本製品の投入により、秋冬シーズンのペットボトルコーヒー市場の活性化を目指します。



写真:「ネスカフェ エクセラ ボトルコーヒー カフェラテ カロリーオフ 900ml」

(*1) 出典: インテージMBI「ファミリーサイズ(900ml以上)」ペットボトルコーヒーカテゴリー市場、
期間:2013年7月~2014年6月累計、容量シェア、全国、全業態(SM/CVS/DRUG/DS/HC)

■「ホットでもおいしい」ペットボトル入りカフェラテで秋冬の市場を活性化

「ネスカフェ エクセラ ボトルコーヒー」は秋冬にかけて変化する消費者の嗜好に合わせて、期間限定の「カフェラテ」を発売し、オフシーズンである秋冬のペットボトルコーヒー市場のさらなる拡大を目指します。

秋冬には7割以上の大サイズペットボトルコーヒーのユーザーはミルクを入れたアイスカフェラテを楽しむ、また同時にカロリーも気にする、との調査結果に基づき、ミルク感とコーヒー感のおいしいバランスを追求するとともに、カロリーを抑えた製品「ネスカフェ エクセラ ボトルコーヒー カフェラテ カロリーオフ」を開発しました。

また、本製品はアイスでもホットでもご満足いただけるボディ感(コク)も実現しました。ミルク入り製品のボディ感の形成には、コーヒー感以外にも、ミルク感や甘味が非常に重要な役割を果たします。当製品は、すっきりとした後味でアイスでぐくぐく飲めるだけでなく、ホットでも甘過ぎずおいしく楽しめるように、「甘さ」と「ミルク感」のバランスを絶妙に仕上げました。お湯を沸かす手間も牛乳と混ぜる手間も不要、カップに移してレンジで温めるだけで、簡単においしいホットカフェラテが楽しめます。

■2014年 カテゴリーシェア No.1 として市場をけん引

2013年、「ネスカフェ ボトルコーヒー」は「ネスカフェ エクセラ」ブランドに統一し、さらに「持ちやすく、注ぎやすい」ユーザーフレンドリーの新形状を採用し、2013年ファミリーサイズのペットボトルコーヒーカテゴリーで容量シェアNo.1(*2)を獲得しました。

2014年春には「しっかり」タイプの「コク深め」を新たに追加し、ボトルコーヒー市場の消費者の2大ニーズ「しっかり」と「すっきり」タイプの味に対応。選べる製品ラインアップで訴求することで、より多くの消費者の支持を受け、前年を大きく超える成長でファミリーサイズのペットボトルコーヒーカテゴリーでシェアNo.1(*3)を確固たるものとするとともに、カテゴリーの成長をけん引しています。

(*2) 出典：インテージMBI「ファミリーサイズ(900ml以上)」ペットボトルコーヒーカテゴリー市場、
期間：2013年1月～12月累計、容量シェア、全国、全業態(SM/CVS/DRUG/DS/HC)

(*3) 出典：インテージMBI「ファミリーサイズ(900ml以上)」ペットボトルコーヒーカテゴリー市場、
期間：2013年7月～2014年6月累計、容量シェア、全国、全業態(SM/CVS/DRUG/DS/HC)

製品概要

製品名	内容量	希望小売価格 (税抜)	発売日	発売地域
ネスカフェ エクセラ ボトルコーヒー カフェラテ カロリーオフ	900ml	176 円	10月1日(水)	全国

以上