

# 個包装パッケージに紙素材導入 有機市場拡大へ情報発信も強化



▲ ASUE Fairtrade Coffee (アスエ フェアトレード コーヒー ドリップコーヒー)

小川珈琲は21年秋冬に向けてドリップコーヒーの個包装パッケージに紙素材を使用した商品を発売した。

これは重点施策の1つであるエシカル強化の一環で、従来のフィルムよりプラスチック使用量を50%削減して環境負荷軽減に貢献していく。

対象商品は「ASUE Fairtrade Coffee (アスエフェアトレード コーヒー ドリップコーヒー)」の「Active (アクティブ)」(5袋)と「Relax (リラックス)」(5袋)の2品。

「ASUE」はすでに、2品を詰め合わせた20袋商品が一部ネット通販・生協宅配サービス・小川珈琲オンラインショップで20年5月から発売されている。

この秋冬、一般小売店への導入に向けて5袋サイズを新発売するタイミングで20袋商品も合わせてパッケージを刷新した。

個包装の外側素材をプラスチックから紙に変更。アルミ蒸着は維持させることで、品質は従来どおりに担保する。

これにより引き続きエシカル商品やブランディングを推進していく。

エシカル商品を代表する同社の有機珈琲シリーズの有機レギュラーコーヒー市場におけるシェアは70%台から80%台に上昇。ただしこの結果は、有機レギュラーコーヒー市場が広がらない中で自社の有機珈琲アイテムが堅調に推移したことによるものとなる。

市場拡大に向けて発信も強化していく。

21年5月から7月にかけては「コーヒーの詩」と題したエシカルキャンペーンを実施。〈美味しいコーヒーを消費者に届けること、誰もが選ぶだけで簡単に世界に貢献できるコーヒーがあることを、少しでも多くの人に知ってほしい〉との思い

を含めYouTubeで「コーヒーの詩」朗読動画配信を行っている。

これは、前述の「ASUE Fairtrade coffee」に「バードフレンドリー® コーヒー」と「オランウータンコーヒー」を加えた3種のエシカルコーヒーを題材に詩人の文月悠光さんが詩を編み、それを夏木マリさんが朗読する内容となっている。

商品面では、250g以下の小川珈琲店有機珈琲シリーズに加えて、300g以上の容量帯の市場に向けてエシカルや情緒的価値を前面に押し出した「KAORI」シリーズを提案。

「KAORI」シリーズは、前身の「香り華やぐ珈琲粉300g」を刷新した「カオリコーヒー粉300g」と有機JAS認証コーヒーの「カオリオーガニックコーヒー粉300g」の2品をラインアップし21年3月から発売している。

前年比20%増前後で好調に推移している「春」「夏」「秋」「冬」の四季の情緒的価値を前面に押し出した期間限定コーヒー(180g粉・ドリップコーヒー10杯分)も引き続き強化している。

エシカル・情緒的価値に加えて、地域とのつながりにも着目する。

21年秋には、京ブランド食品認定・京都吟味百撰の「京珈琲ドリップコーヒー」をリニューアル発売した。

SNSなどでは、同社直営店の旗艦店となる新業態「OGAWA COFFEE LABORATORY (ラボラトリー)」による発信をECと連動させて強化し、家庭用商品では取り切れない新規顧客の獲得を図っている。

21年7月には、小田急電鉄の商業空間「reload (リロード)」にラボラトリー2号店がオープン。これに先立ちラボラトリー専用のECサイトを開設した。