

2020年4月23日

“生乳の甘さ”でついに白黒つけた「新カフェオーレ」 史上最大のリニューアルから早くも出荷1000万本突破 大人の女性から評価し直され、前年同期比151%アップ

～ #stayhome 「おうち時間」が増える今、簡単にできるアレンジもご紹介 ～



江崎グリコ株式会社が2020年3月16日(月)にリニューアル発売した「カフェオーレ(ORIGINAL・コーヒー濃いめ・たっぷりミルク)」の出荷本数が、発売から早くも1000万本を突破^{※1}、前年同期比も151%アップ^{※2}と大幅な伸びを示しています。「カフェオーレ」は、1979年の発売以来、41年目にして初めてこれまでにはないカフェオーレ史上最大のリニューアルを実施しました。このリニューアルは、しばらく「カフェオーレ」から離れてしまった大人の女性を強く意識しています。リニューアルのポイントとなった“生乳の甘さ^{※3}”を重視した商品づくりへの再評価と、大規模リニューアルへの期待感を醸成するプロモーションによって、ターゲット層に再び手に取って頂けたことが大きな要因となっています。

※1 江崎グリコ出荷本数(期間:2020年3月14日～2020年4月18日)

※2 江崎グリコ出荷本数 前年同期比(期間:2020年3月14日～2020年4月18日)

※3 「生乳の甘さ」とは、生乳本来の風味全体で感じられるおいしさを指しています。

■リニューアル成功の要因①

誕生から、おいしさにこだわり続けるカフェオーレ

1979年、グリコのカフェオーレは「コーヒーを喫茶店で飲むこと」が主流だった時代に、手軽にもっとおいしいものを楽しんで頂きたい、という思いから、当時のフランスでは大人から子供まで愛されていたカフェ・オ・レの本場のおいしさを提供しようと、試行錯誤を繰り返し誕生しました。

そして、生乳の味わいを活かしながらコーヒーの香りを最大限に活かすため、主に香り高いアラビカ種を使用し、ドリップ方式による香りを維持しながら、ネル(布)で雑味を取り除くことで、生乳の甘みとの相性が良いコクと香りを実現するとともに、今回のカフェオーレ史上最大のリニューアルにおいては、砂糖を50%カットすること

でコーヒーの香りをそのままに、生乳の風味を引き出すことで、「大人の方にも楽しんでいただける、カフェオーレの新しい甘さ」を実現しました。

この41年の時代を越えても、「一番おいしいカフェオーレを創る」ことにこだわり続けてきたことが、生活者から多くの「おいしい」という支持を獲得し、離れていた方々に再び手に取って頂けた大きな要因となっています。

■リニューアル成功の要因②

40年間守り続けた「ストライプデザイン」を一新、シンプルでスタイリッシュなパッケージに

「カフェオーレ」は、発売以降40年間にわたって、ストライプのパッケージデザインを守り続けてきました。そのおかげで、店頭でもすぐに商品を見つけ出せるまでに視認性は高まり、「カフェオーレ」の“財産”ともなっていました。一方では、「代わり映えがしない商品」というイメージを持たれてしまうことがあることも否めませんでした。今回のリニューアルでは、過去の財産である「ストライプデザイン」には固執せず、大人の女性の方々に對して、再び手に取って頂きやすいシンプルでスタイリッシュなデザインへと刷新しています。

【これまでのカフェオーレの変遷】



■リニューアル成功の要因③

大規模リニューアルへの期待感を醸成したプロモーション

発売1か月以上前に公式 Twitter にて、「あのカフェオーレがついに白黒つけます」とリニューアルを発表しました。「白黒つけないカフェオーレ♪」のフレーズが定番だった「カフェオーレ」ですが、そのカフェオーレがあえて「白黒つける」と発表することで、本気で変わるという意気込みを伝えました。また、リニューアル発売への期待感を高めるために、「新カフェオーレ」を体験できる Twitter キャンペーンも実施し、その参加数も目標を大幅にクリアしました。そのキャンペーン当選者にお届けする「新カフェオーレ」は、旧パッケージのシールが貼られた状態でお届けし、それをお客様がめくると、中から新パッケージが現れるという工夫も施して大きな反響を得ることができました。

※本キャンペーンはすでに終了しています。



41年前、日本にフランスのカフェ・オ・レ文化をもちこんだのがブランドの起源であり、今回のカフェオーレ史上最大のリニューアルを機に、これからも、日本のカフェオーレ文化のさらなる進化を、「どこよりもおいしさにこだわる存在」としてリードしていきます。

■#stayhome 「おうち時間」を楽しめる「カフェオーレ」を使った簡単アレンジ

家で過ごす時間が長くなる中、「おうち時間」を楽しめる「カフェオーレ」の簡単アレンジをご紹介します。在宅勤務中の休憩や、親子で作る料理におすすめです。

<カフェオーレで簡単メニュー①> 焼き目がついたマシュマロがかわいい スノーホットスムージー

●用意するもの (1人分)

- ①カフェオーレ／180ml
- ②バナナ／80～100g(小サイズ1本)
- ③お好みでマシュマロ、ココアパウダー など

●作り方

- ①カフェオーレとバナナを合わせてミキサーにかけます。
- ②マグカップなどに入れて、電子レンジ(600w)で約90秒加熱します。
- ③お好みでマシュマロやココアパウダーをトッピングします。



<カフェオーレで簡単メニュー②> 極ふわ！染みわたるフレンチトースト

●用意するもの (1人分)

- ①カフェオーレ／180ml
- ②卵／3個
- ③フランスパン／1/2本
- ④バター／大さじ4
- ⑤お好みのトッピング(ホイップクリーム、ベリーなど)

●作り方

- ①カフェオーレ、卵を混ぜ合わせて液を作り、カットしたフランスパンを入れて両面に液をつけます。
- ②ラップをせず、電子レンジ(600w)で30秒、裏返して30秒加熱します。
- ③熱したフライパンにバターを入れて、②を入れて極弱火～弱火で蓋をして蒸し焼きに。両面じっくり焼き目が付くまで焼きます。
- ④お好みで、ホイップクリームやベリーをトッピングします。



■商品概要

商品名	カフェオーレ ORIGINAL	カフェオーレ コーヒー濃いめ	カフェオーレ たっぶりミルク
パッケージ			
内容量	180ml		
希望小売価格	105円(税別)		
商品特長	砂糖をカットし生乳のおいしさを引き出した、新カフェオーレ。コーヒーの香りはそのままに、生乳のスッキリとした後口を実現しました。	砂糖をカットし生乳のおいしさを引き出した乳に、コーヒーを2倍量※使用。香り高いアラビカ種コーヒー豆の味わいを一層楽しめる味わいです。 ※カフェオーレ 180ml 比	砂糖をカットしながら、ミルクのココ2倍※を実現！生乳本来のおいしさと満足感を感じられる味わいです。 ※カフェオーレ 180ml 比
発売日	2020年3月16日(月)		