

Close up2  
個性豊かな商品群の歴史  
History of Products

駅構内に設置されている当社の自販機には、地域や利用者のニーズに応じて様々な商品を取りそろえており、個性豊かな商品が並んでいます。谷川連峰の湧水を活用した『From AQUA』『朝の茶事』、各地の地産飲料とオリジナル商品の歴史を紹介します。

# 朝の茶事

あさのちゃじ 緑茶

当社のオリジナル商品第一弾として誕生した「朝の茶事」。伊藤園との共同企画により、エキナカマーケット情報と緑茶製造ノウハウを活かした高品質な商品となりました。



## 朝の茶事発売

メインターゲットは20～30代の女性。谷川連峰の朝をイメージしたパッケージデザインで、国産100%の茶葉と加工・抽出にもこだわった逸品に仕上げました。風味を損わない方法で生産し、味わいは緑茶の風味を活かせる“やや濃いめ”に。また、JR東日本が水源を有する谷川連峰直下の湧水を純水化して使用することで、茶葉本来の自然のおいしさを引き出しました。

## パッケージリニューアル



## パッケージ・ボトルリニューアル

マーケット調査の結果、味については評価が高かったが、ボトルの大きさがターゲットの女性には大きすぎるとの意見が多く、スリムボトルへと変更しました。また、パッケージデザインについても「朝」のさわやかさと癒しをイメージしたデザインにリニューアルしました。



## 朝茶は福が増す 開運!どうぶつお礼 オンバックキャンペーン



## パッケージリニューアル

窓の中の朝日を浴びた木の葉とキラキラ輝く金の窓枠、パッケージ下部の緑を明るくすることで朝の爽やかさをより強調したデザインにしました。



## 朝の茶事 リニューアル

緑色のデザインで緑茶感を強調。525mlと280ml、350mlで飲用シーンやターゲットを差別化し、朝だけに限らず、ほっと一息ついて癒されたいときにも飲める商品になりました。



## パッケージリニューアル

280ml、500mlはよりすっきりした味わいに、350mlは玉露を加え旨味を増し、より食事に合う緑茶に。青と白のデザインは、新鮮さを演出しています。ネーミングロゴもピクグラムで親しみやすい印象にしました。



## 「朝の茶事弁当」コラボ

㈱日本レストランエンタプライズとの共同企画。駅弁とお茶をセットで開発し、販売拡大につなげるのが狙い。お弁当は朝からちょうど良く食べられるサイズにし、ご飯もFROM AQUAで炊きました。



# From AQUA

谷川連峰の天然水

谷川連峰の湧水を利用したブランド。拡大するミネラルウォーター市場での販売拡大を狙い、「大清水」として販売してきた商品を20～30代女性向け商品としてブランド再構築しました。

## From AQUA発売

「水」を意味する“AQUA”には、当社の理念とともに「水から始まる一日」というライフスタイル提案の思いも。From AQUAのふるさと、谷川連峰は上信越国立公園に位置し、そこに降る雨や雪は、複数の地層を浸透する途中でミネラル分を吸収しながら、長い時間をかけて濾過され湧出しています。pHは7.3で、体にやさしく浸透する軟水(硬度約20度)が特徴です。



## 2008年度 交通広告優秀作品賞受賞



## 2009年度



## パッケージリニューアル

商品コンセプトおよび飲用シーンである「都会的な癒やし」を表現するためにパッケージの透明感を全体的にアップしました。



## セレクトショップ「Shinzone」モデル

## 2011年度

## 「FROM AQUA」 落ちないキャップ誕生

“持ち運びたくなる”をコンセプトにリニューアル。ボトルとキャップをリングでつないだ「落ちないキャップ」を導入しました。



## 2010年度

## 2012年度

## 「合格祈願ボトル」 発売

ベネッセと共同で受験生向けキャンペーンを実施。「落ちない」という縁起の良さを訴求し、特別デザインで販売しました。



## Suicaのペンギン コラボキャンペーン実施



## 2013年度

## 2Lボトルリニューアル

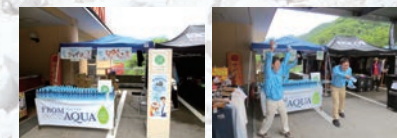
これまでうるおい天然水として販売してきた2LボトルをFROM AQUAブランドにリニューアルしました。



## 2014年度

## 谷川岳山開きサンプリング

谷川岳ロープウェイ駅の入口で商品サンプリングを実施し、7月の山開きに合わせて、登山者へ商品をPR。その後も継続して実施しています。



## FROM AQUA感謝祭

前身ブランド「大清水」から数えて発売30周年を記念し、群馬県みなかみ町の道の駅「水紀行館」にてイベントを開催しました。



## From AQUAリニューアル

忙しい毎日に自然の癒しをもたらすために、季節ごとに3パターンのデザインを導入し、谷川連峰の季節の移ろいを表現しました。500mlは容量を530mlに増量しました。





# 地産飲料 & オリジナル商品

当社では、全国各地の名産品やその土地ならではの自然を活かした商品開発を実施。地域に密着した商品開発により、地産品の活用にご貢献しています。これまでに送り出してきた地産商品、オリジナル商品の歴史をたどります。

## 2007年度



## 2008年度



## 2010年度



### 「味わい密閉 青森りんご100」発売

東北新幹線新青森駅開業に合わせ、青森県農村工業農業協同組合連合会と共同開発しました。特殊製法の密閉搾りて仕上げた「一度飲むと他のりんごジュースが飲めなくなる」極上品です。

### 「青森りんご勲章」受賞



2014年度には、青森県産りんごの消費拡大や知名度向上にご貢献したことが評価され「平成26年度青森りんご勲章」を受賞しました。

### 通販



通販では商品の飲み比べができるギフトセットなども登場しています。

## 2009年度



### 地産第1弾「もぎたて「りんごもも」」発売

山形県の山形食品と共同開発。エキナカ利用者にふるさとの味を思い浮かべてほしいとの思いから誕生しました。国産果汁をふんだんに使用し、桃本来の味を楽しめる商品です。



### りんごジュースの歴史

青森りんごシリーズは、当社の数ある地産果汁飲料の中でも人気のシリーズ。リピート購買が多く、ストレート果汁100%、酸化防止剤不使用という本物感が特に大人世代から広く支持されています。



2011年度

2012年度



2013年度

2014年度



2015年度

2016年度

## 2011年度



## 2013年度

## 2012年度



### 「福島あかつき」発売

福島県産ブランド桃「あかつき」の、果汁を50%使用。20~40代女性のおやつ需要を狙って開発されました。パッケージには福島県のご当地キャラクターも。

### 新ブランド「acure made」〈アキュアメイド〉立ち上げ



### 「いちごクラッシュゼリー」発売

アキュアメイドとして初めて、これまでおやつ飲料需要を獲得できていなかった30代~40代女性をあえてメインターゲットとし、大人向けの本格ゼリーで新たなお客さまの獲得に挑戦。

普段エキナカ自販機acure〈アキュア〉をご利用いただいている女性のお客さまと座談会を実施し、試飲をしていただきながらパッケージデザインを決定しました。



## 2015年度

### 北海道新幹線開業記念商品



### 「とろけるような濃厚チョコドリンク」発売

アキュアメイドブランド初のカップ飲料。商品開発においては、自販機会員acureメンバーズと試飲会を実施。コンセプトは「飲むおやつ」「プチ贅沢」としてのチョコドリンク。



### 「朝ごはん足りてる?」発売

朝食の時間を取りにくい人をターゲットとした朝食サポート飲料として原料に豊富な食物繊維をもつ「こんにゃく粉(群馬県産)」と、糖質をゆっくり供給する「パラチノース」を使用し、ドライ自販機とチルド自販機の両方で販売しました。

## 2016年度

### 「青森りんご とままとブレンド」発売

「ホット」や「野菜汁とのブレンド」を飲みたい、という声を受け、青森県産りんごに、東日本旅客鉄道株式会社が福島県いわき市に設立した農業法人「JRとまブランドいわきファーム」の生果用とままとを贅沢にブレンド。また、温冷共用で、飲む温度帯によって全く違った味わいが楽しめる商品となりました。

