

2017年8月10日

味の素(株)、インドの粉末飲料市場に新規参入 「Blendy」ブランドを海外初展開

～2017年8月中旬より販売開始～

味の素株式会社（社長：西井孝明 本社：東京都中央区）の関係会社であるインド味の素社（社長：御宿淳 本社：インド共和国タミル・ナド州カンチプラム県）は、「Blendy」3 in 1^{※1}粉末飲料（コーヒー、マサラチャイ）を8月中旬より南インドのタミル・ナド州で販売開始し、インドの粉末飲料市場に新規参入します。なお、本件は味の素(株)が2016年11月1日に「Blendy」商標権取得^{※2}後、初の海外展開となります。

※1 コーヒー／紅茶パウダー、粉乳、砂糖を合わせた、お湯を注いで作る3 in 1タイプの粉末飲料。

※2 味の素(株)は Jacobs Douwe Egberts B.V.（ジェイコブズ・ダウ・エグバーツ）社のグループ会社から味の素ゼネラルフーズ(株)（当時）がライセンスを受けていた「Blendy」等全商標を取得。（2016年10月31日付リリース）



「Blendy」3 in 1

コーヒー（左）とマサラチャイ（右）

タミル・ナド州は一州で78百万人もの人口を有し、更に増加傾向にあります。加えて、2016年の州内総生産の伸び率も対前年12%（出典：Trading Economics 2016年）と高い水準であり、今後も成長が見込まれています。同州ではコーヒーと紅茶は日常的に飲用されている一方で、家庭で飲用するコーヒーはインスタントコーヒーを使用、紅茶は茶葉から淹れ、それぞれ熱いミルクや砂糖を加えるのが主流なため、生活者からもっと簡単に・手軽においしいコーヒー・紅茶を楽しみたい、というニーズがありますが、3 in 1タイプの粉末飲料市場はまだ顕在化していません。

このような市場環境を背景に、同社はタミル・ナド州において「Blendy」3 in 1粉末飲料を発売します。「キラナショップ」と呼ばれる小売店やスーパーマーケットでの販売を通じて、粉末飲料市場の確立とトップシェア獲得を目指します。また、今後は他の州への展開も検討していきます。



タミル・ナド州内のティーショップ

当社は粉末飲料事業を海外食品事業の将来の成長ドライバーと位置付けており、本件はタイやベトナム等に次いで8カ国目の事業展開となります。味の素グループが強みとする技術力・マーケティング力に加え、日本のコーヒー市場で親しまれている「Blendy」ブランドを海外にも展開していくことで、粉末飲料事業の成長を加速します。

当社は、2017-2019中期経営計画において、食品事業における地域ポートフォリオ強化を通じた確かな成長を重点戦略に掲げています。インドを含めた新興国においては既存品に加え、新製品の積極投入による事業拡大を目指しており、今後も各国・地域の食文化・食習慣に合ったカテゴリ展開を通じて、現地の豊かな食生活に貢献します。

<製品概要>

- (1) ブランド名：「Blendy」
- (2) 品 種 名：3 in 1 コーヒー、3 in 1 マサラチャイ
- (3) 特 長：お湯を注いで混ぜるだけで、香り高いコーヒー、マサラチャイを簡単に作ることができます。
- (4) 容 量：15－16 g 袋
- (5) 価 格：10インド・ルピー[※]／袋（17.3円）
- (6) 発 売 日：2017年8月中旬

参 考

■インド味の素社の概要

- (1) 英文会社名：AJINOMOTO INDIA PRIVATE LIMITED
- (2) 所 在 地：インド共和国タミル・ナド州カンチプラム県
- (3) 設 立 時 期：2003年10月
- (4) 代 表 者：社長 御宿 淳（みしゆく あつし）
- (5) 従 業 員 数：122名（2017年7月時点）
- (6) 事 業 内 容：インドにおけるうま味調味料「AJI-NO-MOTO[®]」、メニュー用調味料「Hapima[®]」の製造販売
- (7) 資 本 金：約14億インド・ルピー[※]（約24億2,200万円）
- (8) 株 主 構 成：タイ味の素社90%、味の素(株)10%

※1インド・ルピー=1.73円（2017年7月末レート）