

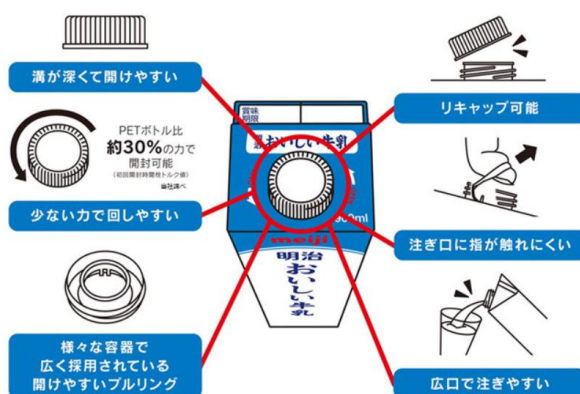
「イラッ」解消! 容器革命

～ 使い心地が売り場を制す ～

開けにくかったり、詰め替えや保存に苦労するなど、食品や飲料、日用品の容器の使い勝手の悪さに「イラッ」とした人も少なくないはず。そんな消費者の不満を解消する容器の導入に、メーカー各社が力を入れています。

【①牛乳にキャップ式の新容器】

明治「明治おいしい牛乳」は、2016年9月下旬、九州を皮切りにキャップ式の新容器を導入しました。屋根型の紙パックは高齢者の場合、指の力だけでは開けづらいため、キャップ式なら密封性も保ちやすく、冷蔵庫内で横に置くこともできます。先行導入した九州では小売りの売上げは変更前に比べ1桁増で推移しています。業界全体でもキャップ式の導入は進み、森永乳業が機能性乳飲料で既に導入し、よつ葉乳業（札幌市）も2017年1月から牛乳にキャップを付けます。



【②シャンプーを詰め替えしやすい容器】

花王は、2016年1月に発売したシャンプー、コンディショナー「エッセンシャル」を新型詰め替え容器にしました。これまでのアルミパウチ式の縁を手で切り取る方式からキャップ型に替え、注ぎ口を大きくしました。注ぎ口がシャンプー本体の口部分にはまり、詰め替え容器を逆さにすると上から中身が一気に落下して簡単に補充でき、時間は従来の半分程度です。詰め替え容器の刷新の後、中身もリニューアルし、2016年10月末までに前年同月比1.8倍の売れ行きとなりました。



【③ペットボトル飲料にふたが落ちないキャップ】

JR東日本ウォータービジネスの飲料水「FROM AQUA」は、2012年のリニューアル時に、飲み口がストラップ式のキャップを付けて落ちないように工夫し、両手がふさがらないようにしました。ネット調査ではユーザーの7割がキャップを落とした経験があると判明しています。リニューアル直後の2013年の売上げは4割増となりました。



資料番号：5-104-1

出所：『日経MJ（日経流通新聞）』2011年9月14日付・『株式会社明治 HP』
<https://www.meiji.co.jp/> ・『花王株式会社 HP』 <http://www.kao.com/jp/>
・『株式会社 JR 東日本ウォータービジネス HP』 <http://www.acure-fun.net/>