

親子で一緒に環境問題や食育を学べるクイズ付き 「カゴメ りんごジュース・オレンジジュース」(100ml、200ml)の販売を開始！

～食育に取り組むカゴメとの共創が実現、
飲用後は「紙パックをたたんで捨てる」行動を自然に促せるパッケージデザインに！～

アスクル株式会社(本社:東京都江東区、代表取締役社長:吉岡晃、以下「アスクル」)はカゴメ株式会社(本社:愛知県名古屋市中区、代表取締役社長:山口聡、以下「カゴメ」)と共創し、本日10月21日より、事業所向け(BtoB)通販サービス「ASKUL」「ソロエルアリーナ」、一般消費者向け(BtoC)通販サービス「LOHACO」(ロハコ、以下「LOHACO」)において、「カゴメ りんごジュース・オレンジジュース 100ml」、「カゴメ りんごジュース・オレンジジュース 200ml」の販売を開始します。

新型コロナウイルス感染拡大以降、衛生的な飲み切りサイズの紙パック飲料の需要が伸びている点に着目し、積極的に食育に取り組むカゴメとの共同開発が実現しました。今回は小さなお子様のいる接客シーンでも人気の果汁100%飲料、かつ飲み切りタイプのお子様用100mlとデザインをシンクロさせた大人用200mlの2サイズで展開。フレーバーはりんご、オレンジの2種類を用意しました。

パッケージには、環境問題や食育に関するクイズを記載。回答を確認するために、飲み切った紙パックをたたんで捨てる行動を促すギミックを施し、親子でクイズを楽しみながら「たたんで捨てる」習慣をつけることができる商品です。



■カゴメ 果汁100% りんごジュース 200ml / カゴメ 果汁100% オレンジジュース 200ml
カゴメ 果汁100% りんごジュース 100ml / カゴメ 果汁100% オレンジジュース 100ml

■【仕様の工夫】お子様用の100ml、大人用の200mlの2サイズ展開！衛生的な飲み切りサイズ

新型コロナウイルスの感染拡大以降、衛生面で安心できる飲み切りサイズの紙パック飲料の需要が大きく伸びています。特に100mlの小容量の果汁飲料は、販売・小売業や不動産業といった接客がメインの業種のお客様、主にお子様へ渡すサービスドリンクとしての支持を得ています。こうした背景からアスクルでは、既に好評を得ている販売・小売業や不動産業のお客様のニーズと家庭でのニーズに応え、本商品を販売するに至りました。

商品開発時のお客様へのアンケート調査では、知名度と安心感のあるメーカー商品を希望する声が多く寄せられました。そこで、食を通じて社会課題の解決に取り組むカゴメとタッグを組み、共同開発が実現しました。容量は、小さなお子様でも飲み切れる100mlと大人用の200mlの2サイズを設定、果汁100%、人気のりんごとオレンジの2種類のフレーバーで商品化しました。紙パックはお子様が悪く倒す、落とすといったアクシデントが発生した際にもこぼれにくいという利点から、素材は紙パックを採用。脱プラスチックという観点からも環境に配慮しています。

また、デザインとしては、親しみやすさを感じられる可愛い動物やフルーツのイラストを使用し、お子様がワクワクするデザインにしています。

News Release



■【学びの工夫】親子で学ぶきっかけに！パッケージのクイズで環境問題や食育を楽しく考える

昨今の環境問題や食育への意識の高まりを受け、本商品はパッケージの側面に環境や食育に関するクイズを記載しています。3つの選択肢の中から正解を選び、パッケージのフラップ裏に記載されている回答を確認し、楽しみながら環境や食育を学ぶことが可能です。

クイズはお子様用の100mlサイズと大人用の200mlサイズで、それぞれ3パターンずつ用意し、ランダムな仕様となります。100mlサイズは主にお子様が進むことを想定し、クイズの難易度を低く設定。問題と答えには漢字を使用しない配慮をしています。このような工夫をすることによって、小さなお子様でもクイズに挑戦しやすく、環境や食育に興味を持つきっかけになることを目指しています。

一方で、200mlサイズは主に大人が進むことを想定し、100mlサイズよりもクイズの難易度を上げています。より問題提起の意味合いが強い内容にすることで、環境や食育について当事者意識を持ち、個人での取組みを促すきっかけになることを期待しています。

【クイズの例】

<お子様用:100ml>

問題	答え
<p>Q. まだたべられるのにすてられてしまったものをなんという？</p> <p><選択肢> ①しょくひんレス ②しょくひんロス ③しょくひんルーズ</p> <p>▲パッケージ側面</p>	<p>②しょくひんロス</p> <p>【こたえ:②しょくひんロス】 ごはんはおいしいのこさずたべようね</p> <p>Apple Juice</p> <p>▲フラップの裏</p>

<大人用:200ml>

問題	答え
<p>Q. 人の為に作られた食品のうち、世界ではおよそ何分の1が捨てられている？</p> <p><選択肢> ①10分の1 ②5分の1 ③3分の1</p> <p>▲パッケージ側面</p>	<p>③3分の1</p> <p>【答え:③3分の1】まずは一人一人ができることから始めていきましょう!</p> <p>Orange Juice</p> <p>▲フラップの裏</p>

■【環境配慮への工夫】たたんで捨てることまで想起されたパッケージデザイン

飲用後の紙パックは、たたまずにそのまま捨てると回収時にかさばるため、たたんで体積を減らしてから捨てるのが望ましいとされています。近年では、カゴメが2008年9月に、たたんで捨てることを促す取組みとして、200mlサイズの紙パック飲料のフラップ裏に「たたんでくれてありがとう」と感謝の気持ちを伝えるメッセージを表記しました。初めて行われたこの取組みは大変好評を得て、現在では100mlサイズ、125mlサイズの紙パック飲料にも拡大しています。さらに、他の飲料メーカーでも同様の取組みが実施されるようになりました。

本商品は、上記のカゴメの取組みから得た知見を活かし、パッケージの側面に記載した環境や食育に関するクイズの問題文の中に、「たたむと『こたえ』がでてるよ!」というメッセージを記載しました。クイズの答えを見るためには飲み終わった紙パックをたたむ必要があるため、親子で一緒にクイズを楽しみながら、自然に「たたんで捨てる」習慣をつけられることを期待しています。

News Release



【商品概要】

■カゴメ 果汁 100% りんごジュース 100ml / カゴメ 果汁 100% オレンジジュース 100ml



<ASKUL サイト URL>

- ・りんご: <https://www.askul.co.jp/p/2805224/>
- ・オレンジ: <https://www.askul.co.jp/p/2805144/>

	入数	金額(税込)
①	1箱(18本入)	1,134円
②	1セット(36本入)	2,203円
③	1セット(72本入)	4,248円

<LOHACO サイト URL>

- ・りんご: <https://lohaco.yahoo.co.jp/store/h-lohaco/item/8164707/>
- ・オレンジ: <https://lohaco.yahoo.co.jp/store/h-lohaco/item/2665052/>

	入数	金額(税込)
①	1箱(18本入)	1,078円
②	1セット(36本入)	2,152円

■カゴメ 果汁 100% りんごジュース 200ml / カゴメ 果汁 100% オレンジジュース 200ml



<ASKUL サイト URL>

- ・りんご: <https://www.askul.co.jp/p/NH11193/>
- ・オレンジ: <https://www.askul.co.jp/p/NH11194/>

	入数	金額(税込)
①	1箱(24本入)	2,112円
②	1セット(48本入)	4,128円
③	1セット(96本入)	8,064円

<LOHACO サイト URL>

- ・りんご: <https://lohaco.yahoo.co.jp/store/h-lohaco/item/NH52407/>
- ・オレンジ: <https://lohaco.yahoo.co.jp/store/h-lohaco/item/NH52409/>

	入数	金額(税込)
①	1箱(24本入)	2,112円
②	1セット(48本入)	4,224円

■アスクル商品担当の想い

「もらって嬉しい店舗にはないワクワクするデザイン」を商品コンセプトに、親子で一緒に楽しみながら飲んでいただけるよう100ml、200mlの2種類の容量をご用意しました。潰して捨てることを想起させるギミックや、環境や食育に関するクイズなど、この商品が環境や食育を考えるきっかけになれば嬉しいです。

■カゴメ株式会社 担当者の想い

大切な方に接客される時や、プレゼントに多く利用いただいている100ml商品を、容量ラインアップを増やしてパワーアップさせることで、“もらって嬉しいジュース”というコンセプトを幅広い方に体験いただきたいという想いで作りました。また、側面では「食」にまつわるクイズを掲載し、親子のコミュニケーションやお子様の笑顔に繋がりたいと思っています。本商品を多くのお客様の元にお届けできるよう取り組んでまいります。

■カゴメ株式会社について

カゴメは1899年の創業以来、自然の恵みである野菜・果物のおいしさや栄養を活かしたものづくりを大切にしてきました。長期ビジョンに「トマトの会社から、野菜の会社に」を掲げ、野菜の価値を活かした様々な商品をお届けし、人々の健康に貢献したいと考えています。

アスクルはこれからも、お客様の新たなニーズや社会課題を解決する商品・サービスのさらなる拡充に取組み、すべての仕事場に「うれしい」を届け続けるために、進化を続けてまいります。

※本リリースに掲載の情報は発表日現在の情報です。その後予告なしに変更されることがございますのでご了承ください。