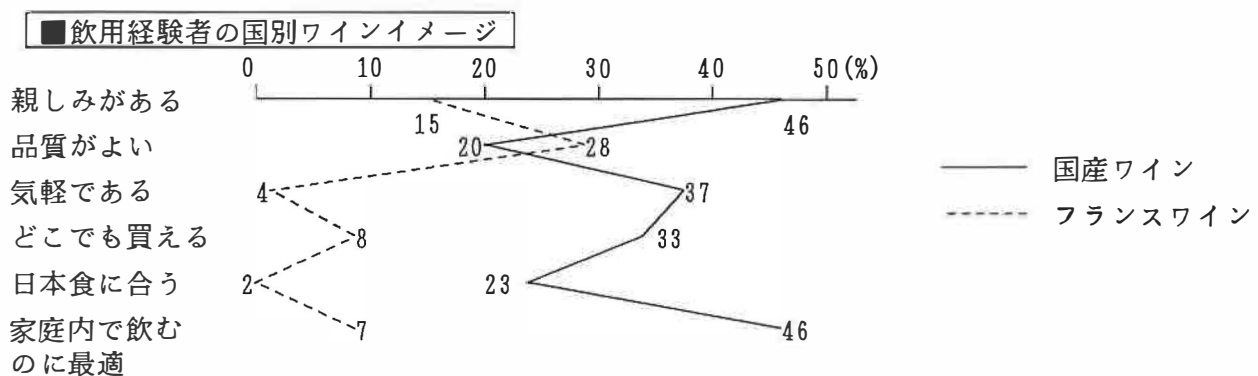


3 市場投入の背景

待望の国産テーブルワイン『C』

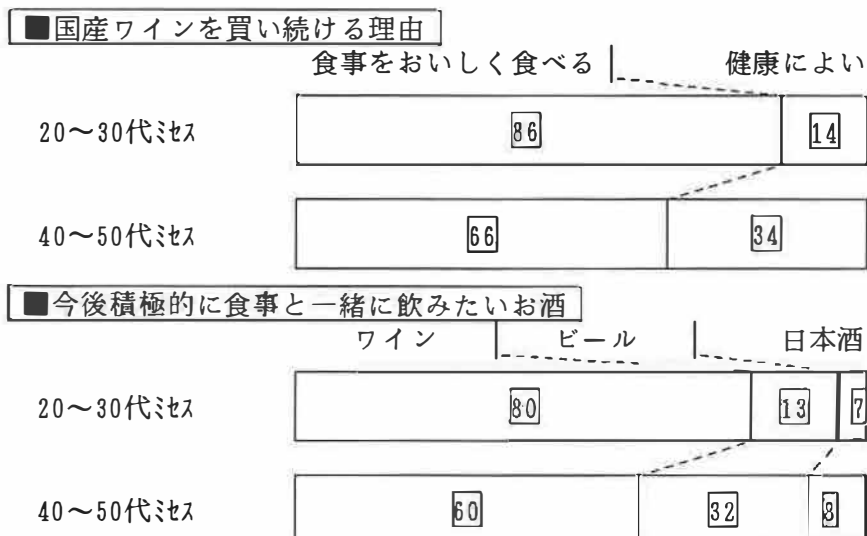
国産ワイン=日本の食に合うワイン

ワインユーザーの多くは、国産ワイン・輸入ワインというくくりでイメージを抱いています。輸入ワインにない国産ワインの魅力は、身近で気軽であること、家庭で飲むワインとして全国どこでも買うことができる、そして日本食に合う…というところです。



ワインを買い続ける理由は「食事をおいしく食べる」ため

ジャストターゲットである650～800円前後の国産ワインを定期的買い続ける主婦ユーザーに聞いたところ、4人中3人が食事をおいしく食べるためと理由を挙げました。また、今後食事と一緒に飲むお酒としても、7割がワインは最適と考えており「C」のコンセプトが、同価格帯ワインユーザーのニーズそのものであることが裏付けられました。



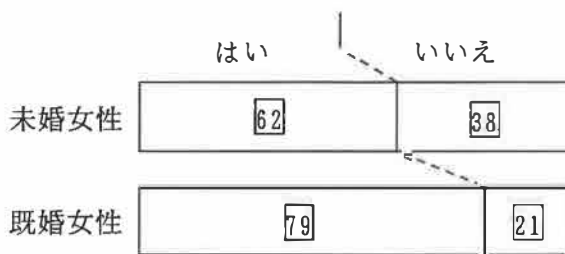
当社調べ

旬菜には、『 C 』

主婦の8割は旬のものをよく食べています。また、同価格ワインユーザーもネーミングに魅力を感じており、主購買層の主婦をターゲットとするCは、まさに旬を楽しむ食卓を彩るワインといえます。

さらに、中味にも少しこだわり、ぶどう品種を表示しました。いつもよりちょっと贅沢…そんな気分で選ぶテーブルワインです。

■旬のものを良く食べる



ポーラ文化研究所調べ

■日常の献立で旬を意識する

※同価格ワインユーザー対象



当社調べ

期待の高まるネーミングで店頭アピール力も大

ネーミングそのものに好感度あり！

- ・名前は素敵
- ・C という文字・響きがよい
- ・名前からおいしそう
- ・飲んでみたいという気持ちになる

「旬」ワードにも魅力度あり！

- ・季節感を感じる
- ・旬ということで国産なら飲んでみたい
- ・“旬”に弱いので新商品ならのんでみておいしければ続ける

味わいにも期待のふくらむネーミング

- ・名前から何にでも合いそうな感じがする
- ・さっぱりした感じで口あたりよさそうな手軽な感じ
- ・甘味があって口当たりよさそう

同価格帯ワインユーザー対象
当社アンケートより

ラベル見本