

売れてる商品

日東紅茶

「デイリークラブティーバッグ25袋入り」

紅茶市場は前年を下回って推移しているが、昨年11月からの全国的な寒さが追い風となり息を吹き返しつつある。セグメ



ント別ではインスタントが伸長する一方、それが一因となりティーバッグ（TB）が減少にある。インスタントの構成比は12月単月で4割を超えるまでになった。

「相棒」コラボ商品など奏功

こうした中、11〜12月のRDS全国スーパー売上げ（数量ベース）では

「日東紅茶デイリークラブティーバッグ25袋入り」が首位をキープ。同商品はテレビ朝日系ドラマ「相棒」とのコラボレーション商品で毎年、数量限定で発売している主力アイテム。昨年は第5弾となる企画品を数量限定で発売開始。企画品には好評のしおりとして使えるオリジナルカードを封入した。

「日東紅茶」ブランドやTB飲用拡大に向けたアピールも販売を押し上げた模様。三井農林は昨年、新CMを投入。オリ

全国/11~12月/数量ベース

紅茶

RDSスーパー
単品ランキング

順位	前位	商品名	メーカー	構成比	前年比
1	1	日東紅茶デイリークラブティーバッグ2.2g×25袋	三井農林	8.5	112.2
2	3	<ブレンド>スティック紅茶オレ10本	味の素ゼネラルフーズ	7	-
3	2	リプトンイエローラベルティーバッグ2g×25袋	ユニリーバ・ジャパン	5.5	99.8
4		<ブレンド>スティックしょうが紅茶オレ8本	味の素ゼネラルフーズ	5.4	-
5		ネスレ牧場ラテ ミルクティー 6.7g×10袋	ネスレ日本	3.4	-
6	4	日東紅茶ロイヤルミルクティー 14g×10袋	三井農林	3.3	84.6
7	7	日東紅茶ロイヤルミルクティー400g	三井農林	3	95
8	8	リプトンイエローラベルティーバッグ2g×50袋	ユニリーバ・ジャパン	3	117.8
9		ネスレ牧場ラテ ミルクティー 6.7g×30袋	ネスレ日本	3	-
10	9	日東紅茶DAY&DAYティーバッグ100袋入り	三井農林	2.6	111.1

ジナルキャラクターの「くまのちやたらう」と「ちゅう太」を初めて起用し、「日東紅茶 紅茶に1分ください。編」と「同 紅茶をムスカしくしたのは？編」を関東エリアのテレビ、関東・関西を中心とした街頭ビジョンなどで放映、紅茶のおいしい飲み方などを訴求した。また今年1月30日は、NHK総合テレビ「こんにちは いっと6けん」で紅茶によるインフルエンザ対策が紹介され、市場活性化につなが

記事・表中の市場データは流通システム開発センターの業界POS「RDS」を用い、マーチャндаイジング・オンの分析ツール「Piano-POS」で集計・加工した