

UCC Smile Festa 2024 Co-creation 新たな価値を共に創る

(3月12・13日 ポートメッセ名古屋)

広報部 津田和則

晴天の気温 12℃春の訪れを感じる中、会場は賑やかな人で活気ある展示会となりました。



コーヒー市場は回復傾向

2022年度、国内人口減少の中、コーヒーの需要は拡大傾向。

更なる拡大を目指し、多様化するニーズ〈家庭外(飲食店、オフィス)、家庭内、飲料製品〉に応える価値づくりが必要。

非アルコール系有価飲料摂取量(1人あたり/年間)

1位コーヒー(21.8%) 2位緑茶(16.5%) 3位ミネラルウォーター(12.8%)今年も順位こそ変わらないですが、コーヒーは微増、緑茶は年々減少、ミネラルウォーターは増加トレンド。

外食チャネル

テイクアウト、デリバリーが減少し、イートイン利用が回復傾向。

得意先ニーズにおいて

人手不足を補うメニューや、流行しつつあるメニュー、インバウンドメニューなど市場動向に合わせたメニュー提案。

他店同様ではなくここに合う(立地)商品提案で差別化を図る。

物価高の中、原価をもう少し抑えるメニュー開発の希望など、得意先ニーズのキーワードは、差別化、トレンドメニュー、インバウンド、人手不足、簡略化、と多様化している。



UCCの新しい取り組み



2040年までにUCCグループはカーボンニュートラルを実現。

2023年5月、水素焙煎を実現することで、CO2排出量を0にする取り組みの特許出願を致しました。その後も、カフェ出店、ブース出展など水素プロジェクトをスタートしています。

2025年4月にはUCC富士工場に、大型焙煎機を導入する予定も決まっています。

今年も参加させて頂きましたが、様々なニーズに対する発見を実感いたしました。

お店作りへの気づき、商品への気づきなど・・今回参加出来なかったオーナー様も、UCCの展示会の情報は、様々なところから情報の取得は出来ますので、一度調べてみて下さい。