

2024年5月7日

「リプトン紙パック」シリーズ誕生から40年！あの頃に想いを馳せて 「リプトン エモミルクティ〜ミルクセイキ味」 5月14日(火)より全国(沖縄除く)にて期間限定発売

森永乳業は、「リプトン紙パック」シリーズの発売40年を記念し、世界No.1のティーブランド※1「リプトン」から、「リプトン エモミルクティ〜ミルクセイキ味」を5月14日(火)より沖縄を除く全国にて期間限定で新発売いたします。

※1 出典 ユーロモニターインターナショナル調べ:お茶および茶系飲料の合算カテゴリーにおける総小売販売金額シェア(2023年)

1984年6月に販売を開始した「リプトン紙パック」シリーズは、定番人気のレモンティーやミルクティーをはじめ、季節に合わせたフルーツティーや大人気のお菓子やデザートなどとコラボレーションしたミルクティーなど、時代やお客さまのニーズの変化にあわせて多様なラインアップを展開してまいりました。

このたび発売する「リプトン エモミルクティ〜ミルクセイキ味」は、華やかな香りの紅茶に、卵のやさしい風味が特長のミルクセイキのkok深い味わいをあわせたミルクティーです。

「リプトン紙パック」シリーズの発売40年という節目に、長年ご愛顧頂いた皆さまへの感謝の気持ちを込めて、共に歩んできた40年に想いを馳せていただけるような懐かしさや“エモさ”を感じられる味わいを目指しました。

テーマは「あの子が好きだった思い出の味」。紅茶の風味と喫茶店で飲むミルクセイキのようなどこかほっとする味わいを最大限引き立てることにこだわりました。一口飲むと、最初にミルクのkokとバニラの甘さが口に広がり、そこに卵の風味が加わって、最後に紅茶の香りが鼻をくすぐります。

パッケージは“好きだったあの子”がミルクセイキを飲んでいる姿をレトロ調に描いており、パッケージの表面と裏面を横に並べると、2人で一緒に喫茶店でミルクセイキを飲んでいるシーンになります。

「リプトン エモミルクティ〜ミルクセイキ味」をお飲みいただき、“エモい”味とともに懐かしさを味わってみてはいかがでしょうか。



1. 商品特長

- ① 「リプトン紙パック」シリーズの発売 40 年記念商品です。
- ② 6 週間の期間限定発売です。
- ③ 「あの子が好きだった思い出の味」をテーマとした、ミルクセーキ特有のどこか懐かしい味わいです。
- ④ パッケージは“好きだったあの子”がミルクセーキを飲んでいる姿をレトロ調に描いており、パッケージの表面と裏面を横に並べると 2 人で一緒に喫茶店でミルクセーキを一緒に飲んでいるシーンになります。
- ⑤ 「リプトン紙パック」シリーズの発売 40 年に合わせて、表裏の花柄は全部で 40 個あります。

2. 商品概要

① 商品名	リプトン エモミルクティ〜ミルクセーキ味
② 種類別 / 名称	紅茶飲料
③ 包装形態	ゲーブルトップ
④ 内容量	450ml
⑤ エネルギー	89kcal(200ml 当たり)
⑥ 保存方法	要冷蔵 10℃以下
⑦ 賞味期限	15 日間
⑧ 主要ターゲット	レトロ調なものが好きな流行に敏感な方
⑨ 主要売場	コンビニエンスストア、量販店
⑩ 希望小売価格	170 円(税別)
⑪ 発売日・地区	5 月 14 日 (火)・全国 (沖縄除く)
⑫ J A Nコード	4902720 159500

3. 開発者インタビュー

「リプトン エモミルクティ〜ミルクセーキ味」のマーケティング担当者と開発担当者にインタビューしました。

	
マーケティング担当者 柴田 珠実(しばた たまみ)	開発担当者 池嶋 陽介(いけしま ようすけ)
私たちが、商品開発をきっかけに生まれて初めてミルクセーキを飲みました。	
2014 年入社。飲料マーケティング、リプトン製品担当は約 2 年半。 「商品開発を機に、様々な喫茶店に足を運びました。バニラの香りが強いものや卵の風味が強いものなど、それぞれのお店独自の味わいがあり、ミルクセーキの奥深さを感じました。特にミルクセーキならではの卵のやさしい甘さと風味にこだわり、リプトンならではのおいしさに仕上げました。」	2023 年入社。飲料開発、リプトン製品担当ともに約 1 年。 「今では、ミルクセーキのある喫茶店を探して入ったり、家でも自作したりするほど、ミルクセーキが好きになりました。ミルクのコク、バニラの甘さ、卵の風味、紅茶の香りが引き立つタイミングにこだわり、ミルクセーキとリプトンのミルクティーのおいしさが最大限に引き立つよう、工夫しました。」

■開発ストーリー

Q1. この商品が生まれたきっかけは？

A1. 「リプトン紙パック」シリーズは、今年で発売 40 年。長年ご愛顧いただいたお客さまに感謝の気持ちを伝えるとともに、共に歩んできた 40 年に想いを馳せていただけるような、懐かしさや“エモさ”を感じられる商品を作りたいと考えました。そもそも、“エモさ”をどのような時に感じるかを考えたときに、ノスタルジックな雰囲気やレトロな雰囲気を感じた時、そして少しもの寂しいようなセンチメンタルな感情になった時に「思い出(共感)」が加わると、“エモい”という感情が生まれるのではないかと考えました。そこで、特に気持ちや心が揺れ動きやすい「恋愛」にフォーカスし、この商品のテーマとして「あの子が好きだった思い出の味」を設定しました。

Q2. なぜミルクセーキ味になったのか？

A2. 懐かしさを感じていただけるように、「リプトン紙パック」シリーズを発売した40年前当時に流行っていた食べ物や飲み物との紅茶の組み合わせを考え、さらに「いま初めて食べる方、初めて飲む方にもおいしいと感じていただけそうなフレーバー」という観点で決定しました。

Q3. 味わいのこだわりは？

A3. 特にこだわったのは、それぞれの風味の要素が感じられるタイミングです。

ミルクセーキとミルクティーのおいしさが最大限に引き立つよう、ミルクのコク、バニラの甘さ、卵の風味、そして紅茶の香りがそれぞれ最適なタイミングで感じられるように工夫しました。まず一口飲むと、ミルクのコク味とバニラの甘さが広がります。次に、卵の風味が加わり、その後で紅茶の香りが鼻をくすぐります。このように、それぞれの要素が順番に感じられるようにすることで、全体の味わいがぼやけることなく、ミルクセーキと紅茶の輪郭がはっきりと感じられます。

4. お問い合わせ先

<お客さまからのお問い合わせ先>

お客さま相談室 フリーダイヤル 0120-369-744

<森永乳業ウェブサイト>

<https://www.morinagamilk.co.jp>

以上