

●ドリンク

いま話題の「エナジードリンク」。 飲食店でもメニュー化の動き



写真は、「炭焼長寿 馬場六区」で提供される「女酌と六区」630円。稲米酒の「馬場六区」がもたらされたシャランガラスに、お茶が「レディパンサー」を缶から直接入れて楽しむ。



「レッドブル・エナジードリンク」が世界164カ国で52億本を売り上げるなど、いま世界的な規模で話題を集めているエナジードリンク。日本でも若者を中心に人気を集めている。2012年のエナジードリンクの販売数量は2009年と比べ、約6倍の規模に成長しており（サントリー調べ）、市場も年々拡大している。今年6月にはスターバックス・コーポレーションと、サントリー食品インターナショナルが、「スターバックス」ブランドのエナジードリンクを開発するなど、各社が次々と新しい商品を送り出しており、いま注目のマーケットになっているといえるのではないだろうか。

飲食業界でも、大手チェーン居酒屋が若客のさらなる集客や高単価のアップを狙い、エナジードリンクを使っただけでなく、メニュー化の動きも出てきている。東京・高田馬場の居酒屋「炭焼長寿 馬場六区」では、今年3月より稲米酒の「馬場六区」と国産のエナジードリンク「レディパンサー」（国アイケイ）を使用したオリジナルカクテル「女酌と六区」を提供。このカクテルは、「レディパンサー」が女性向けに開発されたエナジードリンクということや、シャランガラスでお酒に楽しむスタイルなどが好評で、25〜40代の大人の女性客から特に支持を集めている。

小売のみならず、飲食店でも注目されつつあり、今後もエナジードリンクを使った多彩なカクテルを様々なスタイルで提供する店が増えていくのではないだろうか。

また、東京・高田馬場の居酒屋「炭焼長寿 馬場六区」では、今年3月より稲米酒の「馬場六区」と国産のエナジードリンク「レディパンサー」（国アイケイ）を使用したオリジナルカクテル「女酌と六区」を提供。このカクテルは、「レディパンサー」が女性向けに開発されたエナジードリンクということや、シャランガラスでお酒に楽しむスタイルなどが好評で、25〜40代の大人の女性客から特に支持を集めている。

小売のみならず、飲食店でも注目されつつあり、今後もエナジードリンクを使った多彩なカクテルを様々なスタイルで提供する店が増えていくのではないだろうか。