

●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、「飲食店長賞」馬場六区で提供される「女性的六区」のAsahi Energy Drink。Asahi Energy Drinkの「女性的六区」が話題になった。シヤンパンダラスは、Asahi Energy Drinkの「女性的六区」を注目のターゲットにしている。



「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、エナジードリンクは、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発売するなど、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

たカクテルを導入しており、徐々にだがトレンドになりつつある。

東京でもエナジードリンクを使用したカクテルを提供する店が増えており、西麻布で本格的な鉄板焼を売り物にする「鉄板焼 きだんち」では、3年ほど前から「レッドブル・エナジードリンク」をウオッカ、焼酎、カシスリキエールのいずれかと割ったカクテルを提供している。20〜30代の男性客を中心に評判で、「明日に向けて栄養をつけておこう」と注文をするお客もいる。ブルーブ客の中の1人が飲み始めると、連鎖的にみんなが注文することもあるという。

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月より福島県産の純米酒「馬場六区」と國産のエナジードリンク「レディパンサー」(調アイケイ)を使用したオリジナルカクテル「女性的六区」を提供。「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、シヤンパンダラスでお洒落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。