

【『KEY DOORS+』ブランド設立1周年】

「目まぐるしく変化する日々のなかで、ホッとする時間を届けたい」
老舗コーヒー企業が新たなブランドを作り出すまでの開発ストーリー



『KEY DOORS+』は、“ココロをノックする、しあわせ合図。”をコンセプトにした当社の家庭用主力コーヒーブランドです。2023年秋に発売して以来、レギュラーコーヒー（豆・粉）や簡易抽出型コーヒー「ドリップ オン®」をはじめ、リキッドコーヒーや水出しコーヒーなどさまざまな商品カテゴリーをラインアップ。20～30代の若年層を含む幅広い年齢層へアプローチしています。

今回は、ブランド設立1周年を記念し、開発やマーケティングを担当した社員にブランドへ込めた思いをインタビューしました。

【ブランド認知率から見てきたマーケティングの課題】

マーケティング本部 市場戦略部 市場戦略チーム 係長 西村 拓真

創業から100年以上の歴史を持つ当社は、ありがたいことに幅広い年代の生活者の方に“キーコーヒー”という社名を知っていただいています。ただ、残念ながら現状は必ずしも当社にとって満足できるものではありませんでした。社名そのものの認知度は高いものの、商品ブランドの認知度が低い——特に家庭用ブランドについては60～70代の高齢層からの支持は高いものの、未来のコーヒー飲用者である若年層からの認知度が低い。そんなことがブランド調査で浮き彫りになりました。



「これまでのファンを大切にしつつ、将来のコーヒー飲用者も獲得していかなければならない」という課題。当社では、この課題を解決するために新たな家庭用コーヒーブランドの開発に踏み出しました。

【本件に関するお問い合わせ先】

キーコーヒー株式会社 広報チーム担当 岡田・高木
(TEL 03-5400-3069/Email key1@keycoffee.co.jp)

立脚点になったのは「品質第一主義」という思い

一口に「新たなブランドを開発する」と言っても、容易なことではありません。これまで当社を支えてくれていたファンにも納得をしていただきながら、新しいファンを獲得していかなければならない。そのための立脚点となったのが、当社が創業以来大切にしている「品質第一主義」という思いです。

コーヒー豆本来の良さを活かす焙煎技術や、当社商品の特微であるさわやかな果実感のある味わい……。変えてはいけないことは守りつつ、「どうすれば 20～30 代の若年層に刺さるブランドが構築できるのか」と頭を悩ませる日々でした。



ブランドコンセプトは“ココロをノックする、しあわせ合図。”



ブランド名には、生活者からの認知度が高い「KEY（鍵）」と、新しい世代にアプローチする「DOOR（扉）をノックする」という意味が。「DOORS」と複数形になっているのは、年齢を重ねていく中で変化していくライフスタイルのシーンごとに、常に寄り添えるコーヒーでありたいという思い、そして末尾の“+”は、コーヒーを飲むことで前向きな気持ちになってほしいという思いが込められています。

こうして誕生したのが新ブランド『KEY DOORS+』です。

大切にしたのは、情緒的な価値。目まぐるしく変化する日常において「コーヒーをいれて、飲んで、味わう時間」だけは自分らしさを取り戻してほしい。ふっと自分らしさを取り戻せる、“ココロをノックするコーヒー”でありたい」というメッセージを前面に打ち出し、あわただしい日々を送る若年層を中心に共感を訴求するようなブランドを目指しました。

【ブランドコンセプトを基に『KEY DOORS+』らしい味わいを設計】

マーケティング本部 R&D グループ 設計第一チーム 主任 水田 有香

“ココロをノックする、しあわせ合図。”というコンセプトにふさわしい味わいは何か。

そんなところから、商品設計チームはスタートしました。ベースになったのは、従来商品の人気ブレンドであった「スペシャルブレンド」「モカブレンド」「キリマンジャロブレンド」です。

日本人に馴染み深く、ファンの多いブレンドをどうやって『KEY DOORS+』らしくブラッシュアップするか。豆の品質にこだわるのはもちろん、豆の配合バランスや焙煎度合いを何度も調整しました。多い時では 30 種類の豆を飲み比べ、最適な配合を検討しました。

ブランドコンセプトを表すために最も気を付けたのが、ホッと一息つけるような味わいです。数値やデータだけを信用するのではなく、商品設計チームとして自分たちの味覚と嗅覚で納得がいく味わいになるよう、細かい深度の調整や焙煎手法も数十パターン試作し、約半年かけて納得のいく味わいになりました。

また、レシピが完成した後も、豆の状態や温度や湿度など周りの環境に合わせて、焙煎のプロフェッショナルが微調整を行い、いつでもおいしいコーヒーをお届けできるようにしています。



【本件に関するお問い合わせ先】

キーコーヒー株式会社 広報チーム担当 岡田・高木
(TEL 03-5400-3069/Email key1@keycoffee.co.jp)

「KEY COFFEE」の認知度の高さを最大限活用

商品は、パッケージの存在も非常に重要です。ブレンドごとのテーマカラーをベースにシンプルで上質なデザインにしました。また、特にポイントとしたのは、生活者から認知度の高い「KEY COFFEE」のロゴです。パッと見たときに当社の商品だとわかっていただける「KEY COFFEE」のロゴを視覚的なフックにしつつ、一番伝えたい“新ブランド『KEY DOORS+』のロゴ”を訴求できるよう、両ロゴの配置には特に苦心しました。

豆・粉・簡易抽出タイプなど、どんな形態の商品でもブランドとしての統一感が出るよう、ロゴの大きさや文字・背景色に至るまで吟味を重ねています。



生活者の方からは「『KEY DOORS+』のデザインが好き」という声も多くいただいており、生活者の方の“ココロをノックする”ようなデザインに仕上げられたのかな、と思います。



【ラッピングトラック「KEY COFFEE TRUCK」を駆使し『KEY DOORS+』のタッチポイントを創出】

マーケティング本部 市場戦略部 市場戦略チーム 土井 麻友香

社員の情熱やささまざまな思いを込めた商品を、どうやって生活者に認知していただくか。

タッチポイントをいかに創出するかは新商品の情報を発信する際に最も長く議論となります。

テレビCMやWEB広告などさまざまなPR戦略を立案しましたが、軸となったのは「生活者に『KEY DOORS+』の世界観を体感してもらう」という考えです。『KEY DOORS+』の世界観に触れてもらうことで、ファン化を促進したい……そこで活躍したのが、ラッピングトラック「KEY COFFEE TRUCK」です。



【KEY COFFEE TRUCK】

当社のイメージカラーであるキーブルーと白を基調にした「KEY COFFEE TRUCK」は、ブランドの世界観にマッチ。ブランドターゲットである20～30代の女性が思わず写真を撮りたくなるような見た目になっています。



【本件に関するお問い合わせ先】

キーコーヒー株式会社 広報チーム担当 岡田・高木
(TEL 03-5400-3069/Email key1@keycoffee.co.jp)

「KEY COFFEE TRUCK」の活用方法は主に2つ。ひとつは、映像プロモーションをはじめ、PRのさまざまなシーンへの積極的な露出です。もうひとつが、全国各地のスーパーマーケットや量販店などでの無料試飲やサンプリングイベントの実施。

この2つを組み合わせることで「映像プロモーション」と「リアルの試飲・サンプリング」を掛け合わせ、生活者にイメージとリアルの両面からブランドの世界観をお伝えしています。

商品ラインアップを拡充し『KEY DOORS+』の世界をさらに広げていく

“生活者に寄り添う”という想いを込めた『KEY DOORS+』ですが、生活者のライフスタイルはめまぐるしく変化し、ニーズも多様化しています。

2023年秋の発売時、『KEY DOORS+』は豆、粉、簡易抽出型コーヒー「ドリップオン®」の計17アイテムをラインアップしていましたが、生活者の多様なライフスタイルに対応するためにリキッドコーヒーや水出しコーヒーなどの商品形態や味わいのラインアップを拡充し、ブランド強化を図っています。



2024年9月からは、“無理せず、おいしく、カフェイン・マネジメント”をコンセプトにカフェイン量を従来商品比で30%オフした「KEY DOORS+ ドリップオン® カフェインひかえめ マイルドブレンド」や大容量の粉商品など新しいジャンルの開拓にも努めています。



コーヒーは、生活の中に何気なく存在するものです。目まぐるしく変化する日常において「コーヒーをいれて、飲んで、味わう時間だけは自分らしさを取り戻してほしい。ふっと自分らしさを取り戻せる、“ココロをノックするコーヒー” そんな思いを、これからも生活者の皆様にお届けしていきたい。『KEY DOORS+』の世界を、もっともっと広めていきたいと考えています。

「KEY DOORS+」ブランドサイト URL : <https://www.keycoffee.co.jp/keydoors/>

【本件に関するお問い合わせ先】

キーコーヒー株式会社 広報チーム担当 岡田・高木
(TEL 03-5400-3069/Email key1@keycoffee.co.jp)

【コーヒー鑑定士に聞く『KEY DOORS+』の魅力】

マーケティング本部 市場戦略部 コーヒー教室 主幹 藤田 靖弘

『KEY DOORS+』の商品は、当社が掲げる「品質第一主義」の理念に基づき、厳しい品質基準をクリアした豆のみを使用。コーヒー豆本来の良さを活かす焙煎技術で、コーヒーの味わいや風味を最大限に引き出す工夫を施しています。

主力商品である「スペシャルブレンド」・「モカブレンド」・「キリマンジャロブレンド」の魅力をそれぞれご紹介しますので、ぜひ味わってみてください。



・スペシャルブレンド

コーヒーの持つ自然な甘みと、まろやかで控えめな苦みが口の中で心地よく広がり、コーヒー初心者にも楽しめる味わいです。リラックスしたい時、食事と楽しみたい時、どんな時でも楽しめるまさに「スペシャル」な存在です。

・モカブレンド

フルーティで華やかな風味が際立ち、一口飲むとその芳醇な香りが口いっぱい広がります。リフレッシュしたいブレイクタイムにぴったりな味わいは、皆さんのコーヒータイムをより特別なものにしてくれます。

・キリマンジャロブレンド

柑橘を思わせる爽やかな酸味と深いコクが絶妙に調和し、満足感のあるしっかりとした味わいになっています。目覚めの一杯や、疲れを癒したい午後のひとときに最適です。ミルクや砂糖を加えても味の個性をお楽しみいただけます。



キーコーヒーは、「コーヒーを究めよう。お客様を見つめよう。そして、心にゆたかさをもたらす、コーヒー文化を築いていこう。」の企業理念を胸に生活者の生活様式に合う商品をお届けしてまいります。

【本件に関するお問い合わせ先】

キーコーヒー株式会社 広報チーム担当 岡田・高木
(TEL 03-5400-3069/Email key1@keycoffee.co.jp)