

ワインの一人飲み需要拡大へ！
前年比140%と大きく伸長※し絶好調の「ギュギュッと搾ったサングリア」
新スタイルの300ml小容量ボトル缶が新登場！

メルシャン株式会社（社長 横山清）は、みずみずしい果実のおいしさが楽しめるワインベースのお酒「ギュギュッと搾ったサングリア」シリーズから、新たに「ギュギュッと搾ったサングリア」300mlの小容量ボトル缶2種（赤ワイン×オレンジ&カシス／白ワイン×グレフル&パイン&オレンジ）を、5月16日（火）より全国で発売します。

2016年の「ギュギュッと搾ったサングリア」は前年比140%と大きく伸長※し、ワイン市場を牽引し好調に推移しています。

当社の調査によると、「ギュギュッと搾ったサングリア 500ml びん」は、「週末に、女子会など友人と一緒に」複数人で楽しんでいただいています。一方、自宅でのワイン飲用シーンは、週2~3回以上の頻度で、「一人で飲む」方が37.4%と多く、ワインの一人飲み需要がある事が分かりました。また、「量が多く飲みきれない」「コルク栓を開けるのが面倒」「ビン捨てるのが面倒」など、容器や容量への潜在的な不満があることも分かりました。

今回、当シリーズより、「仕事や家事などに追われ、時間が気になる平日でも気軽に楽しんでいただける、飲みきりサイズの「ボトル缶」を発売することで、お客さまにもっと気軽なワインの楽しさを提供するとともに、今後のワイン市場のさらなる活性化と裾野拡大を図ります。

※1 インターエスRI ワイン市場 2015/1/1-2016/12/31 推計販売規模(金額) (全国 SM, CVS, DRUG, HC/DS, 酒DS, 一般酒店)

●「ギュギュッと搾ったサングリア」シリーズについて

2015年3月に発売し、2016年11月には累計販売本数300万本を突破しました。ワイン会社ならではのこだわりでベースワインを選び抜き、組み合わせるフルーツのおいしさを最大限に引き出したことで“フルーティ”で“リッチな果実感”の味わいがお客さまに愛されています。

●容器について

「平日でも気軽に楽しんでいただけるボトル缶」として、「一度に飲みきれる」「開けやすさ」「捨てやすさ」を実現する300mlの小容量ボトル缶を採用しました。

●パッケージデザインについて

・500mlびんのデザインと同様、赤白それぞれメインのフルーツを中心に華やかさを全面に表現するとともに、それを引き立てる色の帯をあしらいました。
 ・ワインらしさ、品質感を引き立たせるゴールドのキャップシールを採用しました。

●味わいについて（500mlびんと同じです）

「赤ワイン×オレンジ&カシス」は、オレンジとカシスの華やかな香りとフルーティでさわやかな味わい、
 「白ワイン×グレフル&パイン&オレンジ」は、グレープフルーツとパインとオレンジのさわやかな香りと甘酸っぱくふくよかな味わいが特長です。

●キャンペーンについて

3月29日（水）～4月26日（水）の期間で、100名様に当たる「『ギュギュッと搾ったサングリア』飲みきりサイズのボトル缶発売記念！発売前トライアルキャンペーン」を実施します。
 「ギュギュッと搾ったサングリア」ホームページ (<http://www.kirin.co.jp/products/wine/gyugyutto/>) から応募できます。



メルシャン株式会社は、ワイン事業スローガン「ワインのおいしい未来をつくる。」のもと、ワインのある豊かな時間を通じて、人と人とのつながりを楽しんでいただけるよう、さまざまな提案を続けていきます。

記

| | | |
|--------------|-----------------------|-------------------------------------------|
| 1. 商品名・アルコール | 「ギュギュッと搾ったサングリア」 同 | 赤ワイン×オレンジ&カシス・6% 白ワイン×グレフル&パイン&オレンジ・6% |
| 2. 容量・容器 | 300ml ボトル缶 | |
| 3. カテゴリー分類 | 果実酒 | |
| 4. 発売日 | 5月16日（火） | |
| 5. 発売地域 | 全国 | |
| 6. 価格 | オープン価格 | |