

～“火”にこだわり続けて20年～ 「キリン ファイア 挽きたて微糖／ブラック」を中心に 「キリン ファイア」缶コーヒーを、10月8日（火）にリニューアル発売！

キリンビバレッジ株式会社（社長 堀口英樹）は、“火”にこだわり今年で20周年を迎えた「キリン ファイア」缶コーヒーを、「ファイア 挽きたて微糖」と「ファイア ブラック」の2品を中心に、10月8日（火）にリニューアルします。

近年、コーヒー市場全体は拡大傾向^{※1}にあるとともに、様々な場面でコーヒーの飲用機会が増えています。缶やペットボトルに入ったすぐ飲めるRTD（Ready to Drink）コーヒーは、ペットボトルが伸長するも、缶の構成比は45%と依然として高い割合を占めています^{※2}。またRTDコーヒー飲用者は、容器別にコーヒーを飲み分ける傾向にあり、ペットボトル・缶コーヒーの併飲者は約5割にのぼります^{※3}。RTDコーヒーにおける容器の選択肢が広がったことで、飲用シーン別にコーヒーのニーズが多様化しています。

※1：2019年全日本コーヒー協会調べ（2012年-2018年）
※2：2019年インテージSRI調べ（2012年-2018年販売本数）
※3：2019年インテージSCI調べ（2018年5月-2019年4月）

当社は、リキャップせずに短時間で飲み終える容器特性の缶コーヒーは、ペットボトルやボトル缶と比較して、気持ちを切り替えるショートブレイクのニーズがより高いと考えました。「新直火仕上げ製法」^{※4}によりさらに力強いうまみを実現し、“火”を大胆に配した潔い現代的なパッケージにすることで、気持ちを前向きに切り替える缶コーヒーとしてリニューアルしました。また、近年の健康志向の高まりとともに拡大するブラックコーヒー市場^{※5}を背景に、「ファイア 挽きたて微糖」だけではなく、無糖の「ファイア ブラック」も新たにフラッグシップ商品として掲げていきます。

※4：現行品で使用している直火仕上げと比較して、より高温の直火で仕上げる製法。
※5：2019年インテージSRI調べ（2012年-2018年）

「キリン ファイア」は、これからも“火”にこだわったおいしさで、お客様の心に火をともしコーヒーブランドとして、さらなる品質の向上と革新的な提案を行っていきます。

●中味について

直火の原点に立ち返り、厳選した豆を高温直火で仕上げることで、力強いうまみと焙煎香を最大限引き出しています。

「キリン ファイア 挽きたて微糖」

直火で仕上げたコーヒーの香ばしさが感じられ、飲みごたえがある、後味すっきりな微糖コーヒーです。

「キリン ファイア ブラック」

直火で仕上げたコーヒーの香ばしさが感じられ、クリアな味わいのブラックコーヒーです。

「キリン ファイア 直火ブレンド」

直火で仕上げたコーヒーの香ばしさが感じられ、ミルクのまろやかさ、砂糖の甘さのバランスが程よいスタンダードコーヒーです。

「キリン ファイア 贅沢カフェオレ」

直火で仕上げたコーヒーの香ばしさが感じられ、ミルクのまろやかさやコク旨さが味わえるぜいたくなカフェオレです。



●パッケージについて

「キリン ファイア」が20年間こだわった“火”の価値をお客様に伝えるため、“火”を象徴的に表現したデザインです。

●コミュニケーションについて

俳優の桐谷健太さんを起用し、TVCM、交通、Web広告を展開します。力強い歌声で、「キリン ファイア」発売当時（1999年）のCMソング「To Feel the Fire」を歌いあげます。気持ちを前向きに切り替えるショートブレイクの缶コーヒーとして、お客様の心に“新「キリン ファイア」の火”をともしていきます。

キリングループは、自然と人を見つめるものづくりで、「食と健康」の新たなよろこびを広げ、こころ豊かな社会の実現に貢献します。

記

1. 商品名
①「キリン ファイア 挽きたて微糖」
②「キリン ファイア ブラック」
③「キリン ファイア 直火ブレンド」
④「キリン ファイア 贅沢カフェオレ」
2. 発売地域
全国
3. 発売日
2019年10月8日(火)
4. 容量・容器・価格(消費税抜き希望小売価格)
①②③④185g・ダイヤカット缶・115円
①②③④185g・6缶パック・690円
①155g・缶・80円

以上