

新製品

ヤッホー×ローソン共同開発クラフトビール

『僕ビール、君ビール。流星レイディオ』

～ラジオDJかえる君が新しいビールカルチャーをお届け！～

クラフトビールとラジオの関係について独自調査を実施

- 結果① クラフトビール好きにはラジオ好きが多い
 結果② クラフトビール好きとラジオ利用者には共通点があった
 結果③ ラジオがとてもし好きな人の飲酒頻度はそれ以外の人に比べて圧倒的に多い

株式会社ヤッホーブルーイング(長野県軽井沢町)は、株式会社ローソン(東京都品川区)と共同で開発したオリジナルクラフトビール「僕ビール、君ビール。流星レイディオ」を、10月30日(火)から全国のローソン・ナチュラルローソン・ポプラの酒類取扱店舗にて数量限定で発売します。また、「僕ビール、君ビール。流星レイディオ」の発売にあわせ、クラフトビールとラジオの関係を調査したところ、「クラフトビール好きにはラジオ好きが多い」「クラフトビール好きとラジオ利用者は探求心が強く自分磨きに積極的」「ラジオ好きは圧倒的にお酒を飲む頻度が高い」といった共通点や親和性が明らかになりました。

【開発背景】ビール離れの若者に新しいビール体験を

ヤッホーブルーイングは2014年よりローソンと共同開発したオリジナルクラフトビール「僕ビール、君ビール。」シリーズを販売しています。若い世代が抱く「ビールはおじさん世代の飲み物」といったイメージを覆す「自分たち世代のビール」として、思わずハッとする個性的な味わいと香りのクラフトビールを開発し、ビール離れの若者に新しいビール体験を提供することを目指しています。

ラジオDJかえる君が、流星のラジオ局から
クラフトビールカルチャーをお届けします

今回は、シリーズのキャラクターである“かえる君”がラジオDJに扮します。流星にあるラジオ局から、画一的な味のビールが主流の日本へ、個性的なクラフトビールの魅力を発信するというストーリーをネーミングとパッケージで表現しました。

ライ麦由来の独特なボディ感と
シトラスのようなフルーティなホップ香

ビアスタイルは「ライパールエール」。ヤッホーブルーイング初のライ麦を使用したビールです。

シトラスのようなフルーティなホップの香りが軽快な、飲みやすいビールです。一般的にビールには大麦を用いますが、一部ライ麦を使用することにより、独特のボディ感と、飲んだ後にかすかに感じられるスパイシーな余韻をお楽しみいただけます。飲み進めるごとに、ビールの様々な表情を感じていただける秋の夜長にぴったりのビールです。



製品概要

- 製品名 「僕ビール、君ビール。流星レイディオ」
 - ビアスタイル ライパールエール
 - アルコール分 5%
 - 容量 350ml
 - 原材料 大麦麦芽、ライ麦麦芽、ホップ
 - 税込価格 288円
 - 賞味期限 製造から5カ月
 - 発売日 2018年10月30日(火)より
全国のローソン・ナチュラルローソン・ポプラの酒類取り扱い店舗にて販売
2018年10月5日(金)より
公式ビアレストラン「YONA YONA BEER WORKS」各店にて先行提供
- ※ともに数量限定

クラフトビールとラジオの意外な関係を独自調査！

ビールとともに若者離れがさげられるラジオですが、ここ数年スマホアプリやスマートスピーカーの登場によりその存在感はにわかに増えています。今回「僕ビール、君ビール。流星レイディオ」の製品名にちなんで、「クラフトビール」と「ラジオ」にはなんらかの親和性があるのではないかと仮説のもと、ヤッホーブルーイングでは独自に調査を行いました。調査の結果、クラフトビールとラジオの親和性や、クラフトビールが好きとラジオを利用する人との意外な共通点が少し明らかになりました。

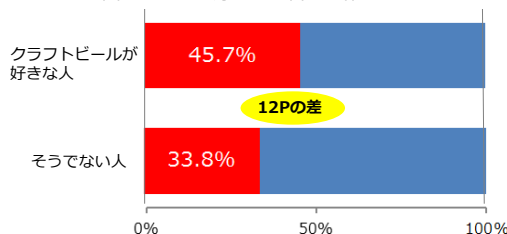
結果① クラフトビール好きにはラジオ好きが多い

クラフトビール好きと、そうでない人を比較した結果、クラフトビール好きは、そうでない人と比べて、ラジオ好きの人が12ポイント多いことがわかりました。

クラフトビールが好きと答えた約半数がラジオが好きであると答えた一方で、そうでない人では約3割にとどまりました(図1)。

*クラフトビール好き…クラフトビールへの好意度を5段階評価で聞き「とても好き」「好き」と回答した人

図1 ラジオが好きと回答した割合



結果② クラフトビール好きとラジオ利用者は、ともに探求心が強く、自分磨きに積極的な人が多い

自身の性格特性について聞いたところ、クラフトビール好きとラジオ利用者に、共通の特性が見えてきました。「新しい商品がでるとすぐ買ってしまふ(図2)」や、「好奇心旺盛な方である(図3)」という項目では、クラフトビール好き・ラジオ利用者と「それ以外」の集団で5ポイント以上の差があり、クラフトビール好きとラジオ利用者ともに新しいものが好きであり、好奇心が旺盛という探求心の強さがうかがえる結果となりました。*ラジオ利用者…ラジオの視聴頻度が「月3回以上」と回答した人

図2 新商品がでるとすぐ買ってしまふ

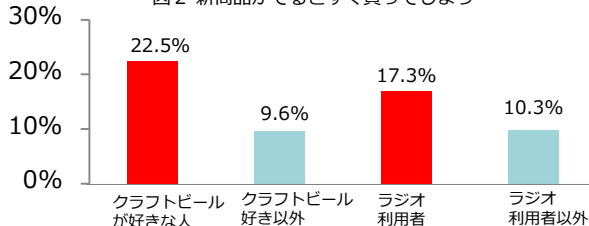
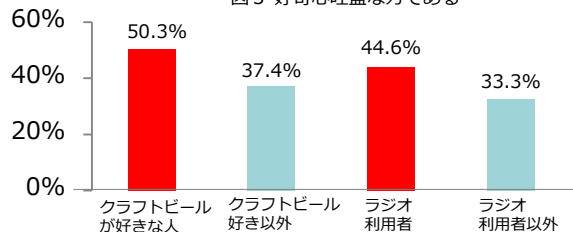


図3 好奇心旺盛な方である



その他にも、クラフトビール好き・ラジオ利用者ともに「勉強や習い事など自己投資に時間をあてることが多い(図4)」が8ポイント以上高く、「お金を使うよりも貯蓄にまわしたい(図5)」は、クラフトビール好き・ラジオ利用者以外の集団と比べて5ポイント以上低く、つまり消費に積極的であることから、お金や時間を自身に積極的に投資している姿が見えてきました。

図4 勉強や習い事など自己投資の時間あてることが多い

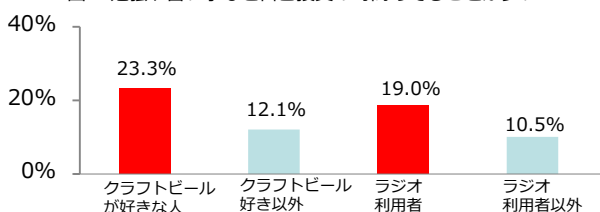
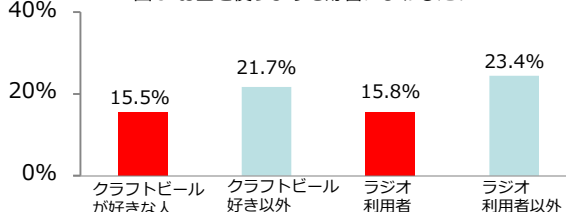


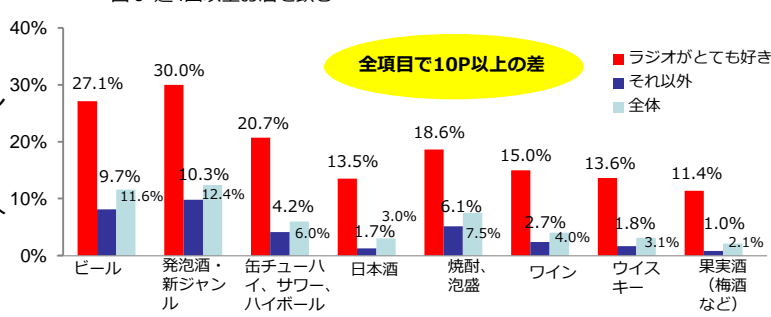
図5 お金を使うよりも貯蓄にまわしたい



結果③ ラジオ好きは圧倒的にお酒を飲む頻度が多い

ビールをはじめとした各種お酒についての飲用頻度を聞いたところ、ラジオが「とても好き」と回答した人と、それ以外を選択した人で「週4回以上」お酒を飲む人の割合が全てのお酒で10ポイント以上の差があることがわかりました。特に、ビール類(ビール、発泡酒・新ジャンル)では約20ポイントの差があり、ラジオがとても好きな人は、それ以外の人に比べてお酒を飲むことが好きであり、特にビール類を飲む頻度が圧倒的に高いということがわかりました。(図6)

図6 週4回以上お酒を飲む



*ラジオがとても好き…ラジオへの好意度を5段階評価で聞き「とても好き」と回答した人
*それ以外…ラジオへの好意度を5段階評価で聞き「とても好き」以外を選択した人

今後もヤッホーブルーイングとローソンは、個性豊かなクラフトビールの販売を通じて、お客様にバラエティ豊かなビールの世界を提案してまいります。

<ローソンで販売されているヤッホーブルーイング製品一覧>

<p>「よなよなエール」</p> <p>クラフトビールの王道を追求したフラッグシップ</p> <p>ビアスタイル： アメリカン・ペールエール</p> <p>税込価格 268円</p>	<p>新発売</p> <p>「僕ビール、君ビール。 流星レイディオ」</p> <p>ヤッホーブルーイング初のライ麦を使用したビール</p> <p>ビアスタイル：ライペールエール</p> <p>税込価格 288円</p>
<p>「インドの青鬼」</p> <p>苦味が強烈な個性派ビール</p> <p>ビアスタイル： IPA（インディアペールエール）</p> <p>税込価格 288円</p>	<p>「僕ビール、君ビール。」</p> <p>ハッとする味と香り</p> <p>ビアスタイル：セゾン</p> <p>税込価格 288円</p>
<p>「水曜日のネコ」</p> <p>週のまんなか、心をゆるめるエールビール</p> <p>ビアスタイル： ベルジャンホワイト</p> <p>税込価格 288円</p>	

株式会社ヤッホーブルーイング

「ビールに味を！人生に幸せを！」というミッションのもと、日本のビール文化にバラエティを提供し、お客様にささやかな幸せをお届けするという想いで、品質にこだわった個性的で味わい豊かなクラフトビールを製造しています。フラッグシップである『よなよなエール』は日本を代表するクラフトビール*としてご好評いただいております。今後もより美味しいビール造りを目指し、お客様に幸せをお届けできるよう努力して参ります。

*クラフトビールとは小規模な醸造所がつくる、多様で個性的なビールのことを指します。



このリリースに関する報道関係者からのお問合せ先

ヤッホーブルーイング 広報担当 TEL:0267-88-6036 press@yohobrewing.com