

「麒麟特製サワー」、累計3億本^{※1}突破！ ～こだわり抜いて、手間暇かけた製法によるおいしさが大好評！～

麒麟ビール株式会社（社長 布施孝之）は、“麒麟が上質に仕立てた、これしかないうまさの特製サワー”をコンセプトとした「麒麟特製サワー」の販売数量が、昨年4月のリニューアル発売^{※2}から、わずか11カ月で3億本を突破しました。中でも特に「麒麟特製レモンサワー」は、昨年のリニューアル発売以降の年間販売数量が前年比約4倍となるなど、多くのお客様に支持いただいています。好調な「麒麟特製サワー」は1月製造品より、さらに手間暇かけてこだわり抜いた製法で、おいしさに磨きをかけたリニューアルを実施しています。

※1 250ml換算（2月上旬時点）

※2 「麒麟特製グレープサワー」は、パッケージのみリニューアル

<好調の要因>

① 上質な世界観への共感

ストロング RTD^{※3} に対して、「うまさ」や「品質感」を求めるニーズが高まっています。また、コロナ禍による在宅時間の増加で、“上質なうち時間”を楽しみたいというお客様の気持ちが高まっています。「麒麟特製サワー」は、こだわり抜いた「うまさ」や「品質感」のあるパッケージなど、「上質なブランドづくり」を評価いただいています。また、内村光良さん、生田斗真さん、中村アンさんを起用しているCMには「おいしいサワーを飲む様子が幸せそう」「麒麟特製サワーを飲みたいくなった」などの声を多くいただいております。「麒麟特製サワー」が持つ「上質さ」を表現した世界観に共感いただいています。



※3 アルコール度数7～9%のRTD（Ready to Drinkの略。栓を開けてそのまま飲める低アルコール飲料）

② 「麒麟特製レモンサワー」の味覚評価の高さ

ストロング RTD の主な購入層は40-50代男性が多い中、「麒麟特製レモンサワー」はその「こだわり抜いたうまさ」が支持され、購入者の約4割強が女性となるなど、幅広いお客様から好評いただいています。昨年4月のリニューアル発売以降の年間販売数量が前年比約4倍となるなど、ブランド全体の成長をけん引しています。

今年1月のリニューアルでは、レモンを丸ごとすりつぶし低温熟成してうまみを引き出した「レモンエキス」と、従来の果汁だけではなくほろ苦い果皮のおいしさも詰め込んだ「丸ごと搾り果汁」を新たに使用することで、風味豊かな味わいにさらに磨きをかけました。



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・ザ・ストロング 麒麟特製レモンサワー」
②「キリン・ザ・ストロング 麒麟特製ドライサワー」
③「キリン・ザ・ストロング 麒麟特製コーラサワー」
④「キリン・ザ・ストロング 麒麟特製ホワイトサワー」
⑤「キリン・ザ・ストロング 麒麟特製グレープサワー」 |
| 2. 発売日・発売地域 | 2021年1月製造品より順次切り替え・全国 |
| 3. 容量・容器 | 350ml・缶、500ml・缶 |
| 4. 価格 | オープン価格 |
| 5. アルコール分 | 9% |
| 6. 製造工場 | ①②③④キリンビール取手工場、名古屋工場、岡山工場、キリンディスティラリー富士御殿場蒸溜所
⑤キリンビール取手工場、岡山工場、キリンディスティラリー富士御殿場蒸溜所 |

以上