

参考資料

2017年4月12日

「キリン 旅する氷結®」シリーズ販売好調

～発売から2週間余りで年間目標の半分を達成～
～需要が高まる行楽シーズンに向けて4-5月は5割増産～

キリンビール株式会社（社長 布施孝之）は、世界各地の人々がその土地で飲んでいるお酒やスタイルを氷結®ストレート果汁※1でおいしく飲みやすくアレンジしたライト感覚で楽しめるRTD※2新商品「キリン 旅する氷結®」シリーズを3月21日（火）から全国で発売を開始し、発売からわずか2週間余りで年間目標の半分となる35万ケース※3を達成しました。需要が高まる行楽シーズンに向けて4-5月は当初予定の5割増産し、供給体制を整えます。

※1 収穫した果実を搾汁後、そのまま凍結しているため、果実のおいしさをそのまま味わうことができる。

※2 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。

※3 250ml×24本換算。

■好調の要因

①世界各地のお酒を「氷結®」流にアレンジした味覚設計や商品コンセプト

- ・「マンマレモンチーノ」…シチリアの小道で出会ったレモンのお酒をアレンジし、レモンの酸味とやさしい甘さがじんわり広がる味わいを実現。
- ・「アップルオレンジサングリア」…バルが立ち並ぶバルセロナで愛され続けているサングリアを、スッキリさわやかな炭酸と、みずみずしい果汁感を実現。
- ・「カリビアンモヒート」…カリブ海に浮かぶ、陽気な国の爽快モヒートをアレンジし、ライムとミントがすーっとのどを駆け抜ける、クリアなおいしさを実現。



②高橋一生さんを起用した広告・プロモーション展開

“旅のワクワク感”を伝えるCMキャラクターに高橋一生さんを起用した“世界の地元メシに触れ、あたらしい体験をする”新CMが好評。また、期間限定で開設した公式Instagramのフォロワーが50万人を突破。さらに料理が得意という高橋さんが、世界の地元メシ作り挑戦するWEBムービーを公開しSNSを中心に話題。



③若年層からの支持を獲得

当社調査によると、一般的なRTD商品と比べて20～30代の購入比率が高い。

キリングループは、あたらしい飲料文化をお客様と共に創り、人と社会に、もっと元気と潤いをひろげていきます。

記

- | | |
|-----------|--|
| 1. 商品名 | 「キリン 旅する氷結® マンマレモンチーノ」
「キリン 旅する氷結® アップルオレンジサングリア」
「キリン 旅する氷結® カリビアンモヒート」 |
| 2. 発売地域 | 全国 |
| 3. 発売日 | 2017年3月21日（火） |
| 4. 容量/容器 | 350ml 缶 |
| 5. 価格 | オープン価格 |
| 6. アルコール分 | 4% |
| 7. 販売予定数 | 約70万ケース（4,000KL、250ml×24本換算） |
| 8. 製造工場 | 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

（本件お問い合わせ先）

キリン株式会社 コーポレートコミュニケーション部
東京都中野区中野4-10-2 中野セントラルパークサウス TEL 03-6837-7028

（お客様お問い合わせ先）

キリン株式会社 キリンビールお客様相談室（フリーダイヤル）0120-111-560
キリンホームページ <http://www.kirin.co.jp>