

2014年1月14日

世界No.1^{※1}のカリフォルニアワイン 「フランチア」シリーズをリニューアル ～躍動感のある、明るく爽快なパッケージに一新！～

メルシャン株式会社（社長 横山清）は、18年連続でワイン販売量世界 No. 1 のカリフォルニア生まれのワインブランド「フランチア」（300ml、750ml、3000ml）のパッケージをリニューアルし、2月中旬より順次切り替えます。また、720ml ペットボトルを3月11日（火）より全国で新発売します。

※1 単一ブランドでのワイン販売量世界No.1（IMPACT DATABANK 2012EDITION）

「フランチア」は、2008年よりメルシャン藤沢工場（神奈川県藤沢市）にて国内ボトリングを開始し、2011年にはワインの品質保持性が高い「ワインのためのペットボトル」750mlを導入しました。自由なスタイルで気取らずに楽しめる“フレッシュ&フルーティ”な味わいが特長で、2013年年間での販売数量は対前年約1割増と、お客様に大変好評をいただき、好調に推移しています。

今回のリニューアルでは、同ブランドの「気軽に飲める」「明るく爽快」なイメージを表現した躍動感あるデザインに刷新します。

●商品特長について

・いきいきとした果実の風味と、軽やかで調和のとれた豊かな味わいが特長のフレッシュ&フルーティなカリフォルニアワインです。

（赤）ラズベリー・アメリカンチェリーを思わせる果実香が心地よい軽やかな赤ワイン。

（白）フレッシュな酸と柑橘・洋ナシを思わせるさわやかな果実香が心地よい白ワイン。

（ロゼ）イチゴ・ラズベリー・キャンディを思わせるチャーミングな果実香のロゼワイン。

（スイーティーレッド）熟したラズベリーやブラックチェリーを思わせる華やかな果実香。なめらかな口当たりで、後口に広がるほのかに甘くフルーティな香りが心地よい赤ワイン。

●パッケージについて

・ブランド価値である「フレッシュ&フルーティ」「気軽に飲める」「明るく爽快」なイメージをより表現したラベルに刷新しました。爽やかな白を背景に、ブランドシンボルである、躍動感のあるウィンググラスをモチーフにして、フレッシュかつおしゃやれでワインらしいデザインに仕上げました。また明るく元氣なカラーでフルーティさを表現し、アイテム識別性も強化しました。

●ワインの品質を守る「ワインのためのペットボトル」

・ボトルの内面にガラスを蒸着させることにより、酸素バリア性を向上させたもので、2011年よりワインに採用しました。当社商品開発研究所における1年半におよぶ安定性試験において、びんと同等の酸素バリア性を確認しています。



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、様々な提案を続けていきます。

記

- ◆商品名・色・アルコール度数 「フランチア 赤」（赤）11.5%
「同 白」（白）11.5%
「同 ロゼ」（ロゼ）10.5%
「同 スイーティーレッド」（赤）11.0%
 - ◆容量 3000ml バッグ・イン・ボックス *赤、白、スイーティーレッド
750ml びん *赤、白
720ml ペットボトル *赤、白、ロゼ、スイーティーレッド
300ml びん *赤、白
 - ◆カテゴリ分類 果実酒
 - ◆発売日 2014年2月中旬より順次切り替え
720ml ペットボトル 2014年3月11日（火）
 - ◆発売地域 全国
- ※オープン価格につき、希望小売価格は設定していません。 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 広報担当
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 メルシャンお客様相談室（フリーダイヤル）0120-676-757
キリンホームページアドレス <http://www.kirin.co.jp> *ホームページから商品画像を取得できます。