

**「麒麟特製サワー」金賞受賞のうまさで絶好調！
リニューアル後、発売約3カ月で1億本^{※1}突破！
～「麒麟特製レモンサワー」の販売数は、4-6月で前年比約4倍～**

キリンビール株式会社（社長 布施孝之）は、“うまさこだわった麒麟の上質サワー”をコンセプトとして、中味・パッケージともに^{※2}4月7日（火）にリニューアルした「キリン・ザ・ストロング」が、発売から約3カ月で1億本を突破しました。販売好調につき7-8月は製造予定数を9割増産し、夏場に向けて供給体制を整えます。

※1 250ml換算（7月上旬時点）

※2 「ホワイトサワー」「グレープサワー」は、パッケージのみリニューアル

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る中で、「一日の終わりに、手間暇かけて丁寧に仕立てた“いいお酒”で幸せな時間を過ごしてほしい」という思いを込めた当商品は、「うまさ」や「品質感」を兼ね備えた「上質なブランド」づくりが評価され、モンドセレクション金賞^{※4}や、国際味覚審査機構^{※5}（International Taste Institute）優秀味覚賞^{※4}を受賞しました。特に世界にその「うまさ」が認められた「麒麟特製レモンサワー」は、4-6月の累計販売数量が前年比約4倍となるなど大変好調に推移しています。

※3 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

※4 受賞商品は「レモンサワー」と「ドライサワー」

※5 ベルギーのブリュッセルに拠点を置き、世界中の食品・飲料品の味の評価および認定を行っている審査機構



<好調の要因>

① 味覚評価の高さ

「麒麟特製サワー」は主に、「うまさ」や「上質さ」など、味に対する評価が高い商品です。複数の果実を12時間以上煮詰め、うまみを凝縮させた麒麟特製「うまみエキス」（特許出願中）により、アルコール9%でありながらも嫌なアルコール感がなく、飲みごたえと飲みやすさが両立した調和のとれた味覚が多くのお客様に支持されています。こうした味覚評価の高さから、「レモンサワー」と「ドライサワー」では、モンドセレクション金賞や国際味覚審査機構（International Taste Institute）優秀味覚賞を受賞するなど、世界でも高く評価されています。

② 好評な広告やパッケージデザイン

CMでは、「麒麟特製サワー」が持つ「上質感」を表現した世界観への共感が多く、「上質さが伝わる」「CMを見て購買意欲がそそられる」「楽曲に合っている」「心が満たされて、明日も頑張ろうと思える」などの声をいただいています。またパッケージデザインについては、「洗練された上品なパッケージで、見ているだけで心が満たされる」「キリンの本気感を感じ、おいしさに違いない」など、好評いただいています。

③ 購入層の拡大

ストロングRTD^{※6}の主な購入層は40-50代男性が多い中、「麒麟特製サワー」は女性からの支持も高いブランドです。上記のように、味覚評価の高さやパッケージ、広告などにおける上質な世界観に対して多くのお客様から共感いただき、中でも「麒麟特製レモンサワー」は購入者の約4割強が女性となるなど、4月のリニューアル以降、購入層が拡大傾向にあります。

※6 アルコール度数7～9%のRTD



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。