

**おいさに高い評価、当商品をきっかけにクラフトビールへの関心も向上  
 新商品「SPRING VALLEY 豊潤<496>」が絶好調！  
 早くも30万ケース※<sup>1</sup>突破、4月の製造数量を当初計画から3割増産！**

キリンビール株式会社（社長 布施孝之）は、クラフトビールの新ブランドである「SPRING VALLEY 豊潤<496>」が、4月上旬に年間販売目標の約160万ケースの約2割にあたる30万ケースを早くも達成しました。好評につき、4月の製造数量を当初計画から3割増産します。当ブランドは、3月23日（火）に缶商品を、先行して3月1日（月）から「Tap Marché（タップ・マルシェ）」（3Lペットボトル）、「スプリングバレーブルワリー」直営店（15L樽）で発売しました。 ※<sup>1</sup>大びん換算

**「SPRING VALLEY 豊潤<496>」好調の要因**

① **キリン渾身のクラフトビール、味覚への高い評価**  
 当商品は麦芽を「キリンラガービール」の約1.5倍使用しているほか、4種類のホップを使用するなど素材をぜいたくに使用し、ホップを7日間漬け込む当社の技術「ディップホップ製法」を採用することで豊潤な味わいと綺麗な後味を実現しました。発売以降、お客様からはSNS上などで「色が綺麗でコクがあり、後味もすっきりしていておいしい」「また飲みたくなるような味」「こんなビールは飲んだことがない」などの声が多数挙がっており、味覚を高く評価いただいています。



② **クラフトビールへの関心の高まり**  
 2020年は、当社が販売するクラフトビール缶商品が前年比約3割増※<sup>2</sup>となるなど、家庭でのクラフトビールニーズが大きく拡大しています。当社が実施した調査では、「今までクラフトビールはほとんど買ったことがなかったが、この商品をきっかけに、クラフトビールが身近な存在になった」「今後クラフトビールを飲む頻度が増えそう」など、当商品の発売によりお客様のクラフトビールへの関心が高まっている傾向が見られます。クラフトビールへの認知と飲用体験がさらに広がり、おいしさを実感いただくことで当市場がさらに活性化し、ビール自体の魅力化につながっていくと考えています。 ※<sup>2</sup>当社調べ

③ **コロナ禍で高まる、高付加価値商品へのニーズ**  
 コロナ禍によって自宅で過ごす時間が長くなり、家での食事に普段よりお金をかけることが増えた方が約4割※<sup>2</sup>を占めるなど、家庭内で高付加価値な商品を楽しむニーズが高まっています。当商品は素材も手間も時間も一切手加減なしで仕上げたおいしさで、お客様のこだわり消費需要に応えています。

キリンビールでは、ビールの未来をお客様とともに創造する「スプリングバレー」ブランドをはじめとして、ビールをより魅力的にしていけるためのさまざまな活動を展開していきます。

記

- |                    |   |
|--------------------|---|
| 1. 商品名             | SPRING VALLEY 豊潤<496>   |
| 2. 発売日/容量・容器/販売地域  | ①2021年3月23日（火）/350ml缶・500ml缶/全国<br>②2021年3月1日（月）<br>3Lペットボトル/全国(Tap Marché)<br>③2021年3月1日（月）<br>15L樽/スプリングバレーブルワリー直営店 |
| 3. 価格（消費税抜 希望小売価格） | 350ml:248円、500ml:330円   |
| 4. アルコール分          | 6%  |
| 5. 販売予定数           | 約160万ケース(20,000KL)  |
| 6. 製造工場            | キリンビール横浜工場・取手工場・滋賀工場  |



以上