

## 「キリン ファイア ワンデイ」シリーズ 発売から約2年で2億本を突破！

キリンビバレッジ株式会社（社長 堀口英樹）が、2019年4月に発売した「キリン ファイア ワンデイ」シリーズが4月下旬に累計販売本数2億本を突破しました。

2021年のコーヒー市場が1-3月で前年比99%<sup>※1</sup>で推移する中、「キリン ファイア ワンデイ ブラック」の3月累計販売数量は前年比127%と好調です。また、今年3月2日（火）に新発売した、同シリーズの「キリン ファイア ワンデイ ラテ微糖」も、発売から7週間で1700万本を突破するなど好評をいただいています。

※1 インターシ SCI コーヒー市場 PET500 2021年1月~3月 平均購入規模(×100) (ケース換算)

### <好調要因>

#### ① 常温でもおいしい味覚設計が好評

「ファイア ワンデイ」シリーズは、「常温になってもおいしく楽しめること」が特長です。SNS上でも、「常温で時間がたってもスッキリしている」「常温でもおいしい」「常温でも普通に飲めるから好き」「常温でも飲みやすい」など、お客様から好評をいただいています。

### <開発担当者の声>

・「キリン ファイア ワンデイ ブラック」担当 キリンビバレッジ株式会社 商品開発研究所 飲料開発担当 朝香慎里子

ブラックコーヒーは、常温になると苦味が口に残りやすいという課題がありました。商品の内容量である600mlを何度も飲用しながら、原料や配合の検討やコーヒーの香りや濃さの調整を繰り返すことで、温度が変化しても購入直後に近い印象となるような味覚を実現させました。



・「キリン ファイア ワンデイ ラテ微糖」担当 キリンビバレッジ株式会社 商品開発研究所 飲料開発担当 松原瑞穂

大容量のカフェラテは、時間をかけて少量ずつ飲用する方も多く、時間がたつにつれて温度が上昇し、甘さが口に残るといった課題がありました。冷温から常温になっても後味の良い甘さを実現するために、「コーヒー」「ミルク」「甘さ」の繊細な味の変化を確認し、最適なバランスに仕上げました。



#### ② 3月放送のTVCM「一日にFIREを」篇に共感の声

桐谷健太さんを起用したCMは、会社員姿の桐谷さんが、リモート会議終わりや外回り中など1日のさまざまなシーンで「キリン ファイア ワンデイ ブラック」を飲むシーンを描いています。お客様からは「1日を通して飲めるのは新しい」「1日かけて飲んでみたい」<sup>※2</sup>など、「1日を支えるコーヒー」という「ファイア ワンデイ」シリーズのコンセプトに共感する声をいただいています。

※2 株式会社 ビデオサーチ クリエイティブカルテ



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。

※添付資料：「キリン ファイア ワンデイ ブラック」商品概要・「キリン ファイア ワンデイ ラテ微糖」商品概要・・・1枚

■添付資料：「キリン ファイア ワンデイ ブラック」商品概要・「キリン ファイア ワンデイ ラテ微糖」商品概要

1. 「キリン ファイア ワンデイ ブラック」商品概要

- 商品名 「キリン ファイア ワンデイ ブラック」
- 発売地域 全国
- 容量・容器 600ml ペットボトル
- 価格（消費税抜き希望小売価格） 138 円



2. 「キリン ファイア ワンデイ ラテ微糖」商品概要

- 商品名 「キリン ファイア ワンデイ ラテ微糖」
- 発売地域 全国
- 容量・容器 600ml ペットボトル
- 価格（消費税抜き希望小売価格） 148 円

