

キリン「スプリングバレー」白ビール

22年販売目標は50万箱



キリンビールは9月13日、「スプリングバレー」ブランドから「同シルクエール(白)」の缶を全国で新発売する。「トップ・マルシェ」(3ℓPET)、「スプリングバレーブルワリー」直営店(15ℓ樽)では8月8日から提供開始。

発売に先立ち2日、新商品発表会を都内で開催。席上、佐藤 勇事業創造部長(写真左)は新商品投入の背景について、「ビール類市場は10数年マイナストレンジだがクラフトビール



は「コロナ禍が明けてもビール類市場は縮小すると予想される。既存ブランドの活性化と収益ミックスの改善は必至だ。新しいブランドへの投資により、新たな成長エンジンを育成する」。(496)はクラフトビール市場を約1.6倍に成長さ

は伸びている。2021年は「スプリングバレー」豊潤(496)を上市したことで、クラフトのビール類市場構成比は約1.5%に成長。節約志向もあるが、ユーザーには、少しくらい高くても良いものを飲みたいという意向があることから、クラフト市場にチャンスがある」と説明。

せ、増分のおよそ8割を占めるなど、市場拡大をけん引したが、「ライト/ノンユーザーからは、(496)はまだまだ認知されておらず、

飲用体験やブランド認知向上で市場拡大につなげた。今後も、スプリングバレーブランドで新商品を継続的に投資していく」と述べた。

算。21年比の約1.5倍。27年には、ビール類市場におけるクラフトビール市場構成比4%超を目指す。新商品について田山智広 マスターブリュワー(同右)は、「小麦を使った白ビール。無濾過が大きな特長で、酵母由来の淡い液色を実現した。希少なネルソンソーヴィンホップの香しき、小

麦芽芽によるまろやかな口当たりを楽しめる。クラフトビールらしさに加え、ドリンカビリティを非常に大事にしている」などと紹介した。ビール、アル分5.5%。税別希望小売価格は、350ml缶・248円/500ml缶・330円。(小倉泉弥)

モトックスは蔵元と共同開発する日本酒ブランド「Craft Sake」(同社登録商標)の取り組みに注力している。今年で9年目。長年ワインインポーターとして培ってきたノウハウや豊富な国際感覚を活かして、日本酒の価値を新たに掘り起こし、その魅力を国内外に発信。現在は17歳、計97アイテムを発売中。

モトックス「Craft Sake」提案強化



このほど都内で実施したプレスセミナーの席上、寺西一平常務取締役(写真左)は、「構想から9年を迎え、ここ3年はフランスの日本酒コンクールKura Masterでプラチナ賞を受賞するなど評価が高まっている。より知名度を高

めていく」とあいさつ。「Craft Sake」について和酒開発部輸出チームの谷口明生氏(同中央)は、「嗜好品のイメージがより強くなる。クラフト」と名付けることで、単に酔うため・消費するためではなく、物語や世界観を含めて楽しめる食中酒として提案。

立秋を過ぎ、暦の上では既に秋となつてはいるが、実際には真夏真っ只中。月初めには一旦落ち着いていた気温もどこ吹く風の猛暑。「30℃を超えた!」と絵日記に驚きを表現した60年前の夏が嘘のような日々▼畳部屋の窓を網戸にし、蚊帳の中で鉄橋を渡る列車の音を遠く聞きながら、涼しい風の心地良さを感じつつ深い眠りにつく。何も掛けずに朝を迎えると寝冷えするほど気温が下がり、洗顔を井戸水も冷たかった▼渦巻の蚊取り線香に火を着けるのが当時の仕事。白黒テレビのある居間と、隣の8畳間、そして外の犬小屋横の3カ所。「徳用マッチ」の上蓋をめくって取り出したマッチ棒を擦る感覚は今でも鮮明にみえがえる▼随分前に、その座を使い捨てライターに譲った数多くの「宣伝マッチ」。今やその存在すら知らない人も多いのだらう。それどころではなく、マッチの擦り方さえも知らない人も。缶切りも同様。辛うじて栓抜きくらいは!?

