

キリンビール 歩みを強める“ビールの魅力化、③”

「一番搾り」からの新たな挑戦



リー担当の森瀬夏実氏（写真）に、その近況と将来への期待などを聞いた。

ビール類の酒税一本化の完結を間近に、キリンビールが推し進めている「ビールの魅力化」。シリーズ最終回は、主力「一番搾り」から的新たな挑戦として、新規別造の一翼を担う

の新しい世界を広げ、7月
に年内販売目標を1・4倍
に上方修正するなど売れ行
きも好調だ。

ており、時代の変化とともに、お客様の生活価値観や、お酒、ビールに求めるものも変化していく中で求められる「新しいおいしさ」とは、という問いに向き合って完成したのがこの「一番搾り ホワイトビール」だつた」と森瀬氏は言う。

「ビールには人を幸せにする力があると信じるキリングが、ビールの魅力化と真剣に向き合って開発した、

の方に感じていたぐため
のビール。それを敢えて『二
番搾り』で挑戦したことは
社内的にも大きなエポックメー
ク。それだけに、開発には
多くの時間を要したとも。
最も苦心を重ねたのが
「一番搾り」本体との距離
感だった。「一番搾り」の
何々ではなく、「こんなビ
ルがあつたんだ!」との新
たな驚きの後で気がついた
ら『一番搾り』、のようう
明らかな違い。単なる派生商
品や期間・数量限定商品
ではない通常商品の『一番
搾り』をどう創り上げるか
に大きな力点を置いた」と
森瀬氏。

離を置いてみよう、と考えた。その上で、中味も飲みごたえや苦味、麦やホップの香りなど、従来のビールの魅力を良い意味で裏切ってみた」。行きついたのが小麦由来のやわらかな口当たり、控えめな苦味、爽やかなフルーティーさ、飲むやすく飲み飽きない、新しいおいしさ。誕生したのは「やわらかなおいしさ、一番搾りの白」だった。

「様々な料理との相性抜群なビールとして、ビール・ファンはもとより、TD愛飲者や、これまでビールやお酒を飲まなかつた人たちからの評価が高い。確実にビールの新しい世界を広げている」と森鶴氏。発売3カ月で年内販賣目標200万箱（大びん換算）の約6割となる125万箱を突破、早々と1.4倍の270万箱に上方修正したことが、それを裏付ける。とくに、料理との相性の良さは、一時の人気によどまらず、定着していく可能性を秘めている、と言える。

体、糖質ゼロ、とれたてホップなど、ブランド・トートルとして勝負の年。24年リニューアル以降、ブランドイメージが向上していく『一番搾り』の高い品質情緒、開発10年でおいしさが進化した『一番搾り 質ゼロ』、今年で発売22年目となつた『一番搾り れたてホップ』など、ブランド・トータルでビールの魅力化に取り組んでいく一番搾り製法ならではの価値やこだわりについても、今一度訴求していくことと重要と考えている」と、森瀬氏。「『一番搾り』本格からも、大きなニュースを創り、ビール類の酒税一文化の26年と、27年以後に受けた準備を進めたい」と、インタビューを締め括った。

麟とともに大きく配し、マシンメトリーデザインした。森瀬氏は、「こんなビールがあつたんだ！」という驚きがありながら、手を取りやすい。新しくて、飲み飽きない味わい。加えて、『一番搾り』ならではの完

からの様々な提案を通じ、ビールの魅力化に貢献していく」考えだ。

一方で、「一番搾り」や「ランド全体の活性化による余念がない。「来年10月ビール類の酒税一本化で社会のビールへの注目度が

体、糖質ゼロ、とれたてホップなど、ブランド・トートルとして勝負の年。24年リニューアル以降、ブランドイメージが向上していく『一番搾り』の高い品質情緒、開発10年でおいしさが進化した『一番搾り 質ゼロ』、今年で発売22年目となつた『一番搾り れたてホップ』など、ブランド・トータルでビールの魅力化に取り組んでいく一番搾り製法ならではの価値やこだわりについても、今一度訴求していくことと重要と考えている」と、森瀬氏。「『一番搾り』本格からも、大きなニュースを創り、ビール類の酒税一文化の26年と、27年以後に受けた準備を進めたい」と、インタビューを締め括った。