

## 「キリンチューハイ氷結」リニューアル概要

- |                |   |
|----------------|---|
| 1. 商品名         | 「キリンチューハイ氷結」  |
| 2. 発売地域        | 全国  |
| 3. 発売時期        | 2007年5月製造品より順次切り替え  |
| 4. 発売品種        | レモン、グレープフルーツ、ウメ、ライム、グリーンアップル、ゆず<br>各250ml缶・350ml缶・500ml缶<br>(250ml缶はレモン、グレープフルーツのみ)   |
| 5. 希望小売価格      | オープン価格  |
| 6. 商品コンセプト     | “氷結ストレート果汁”を使用した、スツキリと飲みやすい、冷涼感あふれる爽快系チューハイ   |
| 7. リニューアルのポイント | <p><b>【味覚】</b></p> <p>“氷結ストレート果汁”の使用量を増やし、さらにみずみずしく。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・レモン・・・レモンの爽やかな香りと果汁感をアップ<br/>(果汁分：3.5% → 3.8%)</li><li>・グレープフルーツ・・・摘みたての果実のみずみずしいおいしさと果汁感をアップ<br/>(果汁分：4.5% → 4.8%)</li><li>・ウメ・・・香り立つ青ウメの果汁感をアップ。<br/>(果汁分：1.0% → 1.1%)</li><li>・ライム・・・ライム本来のシャキッとした果汁感をアップ。<br/>(果汁分：3.0% → 3.1%)</li><li>・グリーンアップル・・・グリーンアップル本来の甘酸っぱい果汁感をアップするとともに、後味をすっきりと、さらに飲みやすく。<br/>(果汁分：3.5% → 3.8%)</li><li>・ゆず・・・ゆず本来の香りと果汁感をアップ。<br/>(果汁分：1.0% → 1.1%)</li></ul> <p><b>【パッケージ】</b></p> <p>一目で「氷結」とわかる個性を守りながら、より冷涼・爽快で洗練されたデザインへ変更。お客様が選びやすいよう、それぞれの果実を濃いブルーの背景色の上に配置。さらに、リニューアル時のみ、訴求ポイントである「果汁分UPで、さらにみずみずしく！」を表記。</p> |
| 8. 広告展開        | 新発売時から、テレビCM(1,800GRP 予定)を中心にインターネット、交通広告などで展開<br>GRP (Gross Rating Point) 延べ視聴率。各回の聴取・視聴率の合計。広告効果の算出に利用する。   |
| 9. 販売予定数       | 2007年「氷結」計 約3,330万ケース(250ml換算)  |
| 10. 製造工場       | 栃木工場、岡山工場、キリンディスティラリー富士御殿場蒸溜所   |

