参考資料

2020 年 6 月 24 日

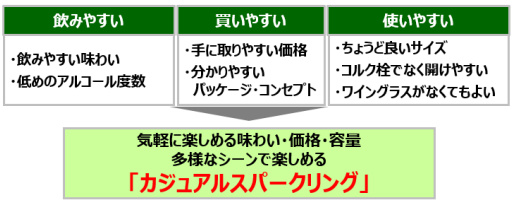
「ホップ」を使った“新感覚”のクラフトスパークリングワイン

「メーカーズレシピ スパークリング ウィズ ホップ」発売 3 週間で年間販売目標の 5 割突破！

メルシャン株式会社（社長 長林道生）が、”新感覚“のクラフトスパークリングワインとして 6 月 2 日（火）に新発売した「メーカーズレシピ スパークリング ウィズ ホップ」の販売が好調に推移し、発売から 3 週間で年間販売目標 3 万ケース※1 の 5 割にあたる 1.5 万ケース※1 の販売を達成しました。

※1 500ml×12 本換算

当社は、「飲みやすく・買いやすく・使いやすい、気軽に多様なシーンで楽しめるスパークリングワイン」を「カジュアルスパークリング」と呼び、付加価値のある新たなカテゴリーを育成しています。当商品は、「カジュアルスパークリング」の特長を備えた商品として、さまざまなお客様にご愛飲いただいています。



当社は、当商品を発売することで、ワインの気軽さや多様なシーンで楽しめる長所をお伝えし、また当商品を含む「カジュアルスパークリング」の提案を通じて、ワイン市場の間口拡大とさらなる活性化を図ります。

●好調の要因●

①気軽に多様なシーンで楽しめる

当商品は、「飲みやすい」味わいやアルコール度数、「買いやすい」価格帯や商品特性が伝わるパッケージ、「使いやすい」スクリューキャップや容量といった、当社が提唱する「カジュアルスパークリング」の特長を全て備えています。お客様には、これらの特長から実現できる、気軽に多様なシーンで楽しめる点を評価いただいています。

②「ホップ」と「ワイン」の組み合わせによる驚き、新感覚のおいしさ

通常ビールに使いワインには使わない「ホップ」という素材を、ワインと組み合わせることで、今までにない味わいが生まれ、お客様に驚きや新感覚のおいしさをお届けしています。

③拡大する「家飲み」の機会に、独自の価値をお届けしている

春頃からの家庭で食卓を囲む機会増加に伴い、ワインの食卓への出現回数も増加しています※2。家庭でいろいろなお酒を飲みたいというお客様がニーズに対し、当商品は、一般的なスパークリングワインよりもカジュアルに楽しむことができ、ビールやチューハイよりもちょっぴり幸せな気分になれるという「カジュアルスパークリング」だけが持つ独自の価値をお届けしています。

※2 データ: 株式会社ライフスケープマーケティングの食 MAP®データより
期間：2019 年（2018/12/31～2019/4/7）2020 年（2019/12/31～2020/4/5）
食卓機会：一日計 計数：家庭内消費 Index（1000 世帯 1 日あたりの出現回数）

メルシャン株式会社は、ワイン事業スローガン「ワインのおいしい未来をつくる。」のもと、ワインのある豊かな時間を通じて、人と人とのつながりを楽しんでいただけるよう、さまざまな提案を続けていきます。

記

1. 商品名・色・アルコール度数	「メーカーズレシピ スパークリング ウィズ ホップ」・白・8%
2. 容量・容器	500ml・びん
3. カテゴリー分類	甘味果実酒（発泡性）②
4. 発売日・発売地域	2020 年 6 月 2 日（火）・全国
5. 価格	オープン価格

以上