

～「世界の Kitchen から」ブランドで初のベトナム進出～

「世界の Kitchen から ソルティライチ」をベトナムで新発売

キリンビバレッジ株式会社（社長 堀口英樹）は、キリングroupでベトナム社会主義共和国（以下、ベトナム）の清涼飲料製造・販売を担うインターフード社（社長 大上裕）への製造・販売委託により、「世界の Kitchen から ソルティライチ」を、9月29日（火）からベトナムで新発売します。

2011年7月に発売を開始した「世界の Kitchen から ソルティライチ」は発売10年目を迎え、「世界の Kitchen から」ブランドの中でもロングセラー商品となっています。同商品は、高温多湿のタイのチェンマイの家庭で出会った、果物で涼を取るための塩の知恵を生かしたデザート「ローイゲーオ」をヒントに、“家族を想う気持ち”から生まれた飲料です。日本では、熱中症対策飲料^{※1}としても好評をいただき、2019年の「世界の Kitchen から ソルティライチ」シリーズの販売数量は前年比107%と、過去最高となりました。

※1 厚生労働省の熱中症予防対策マニュアルに記載の値「食塩相当量として0.1～0.2g/100ml」を満たす。

ベトナムは、人口9,648万人^{※2}、実質GDP成長率7.0%^{※2}と成長を続けるとともに、お客様の健康への意識も高まる傾向がみられます。2019年9月には、インターフード社より、キリングroupの独自素材「プラズマ乳酸菌」を使用したブランド「iMUSE（イムーズ）」から初めての海外商品として、ベトナムにおける免疫機能を表示した清涼飲料「KIRIN iMUSE」を発売し、9月上旬時点で既に年間販売目標達成と好調に推移しています。

※2 出典：JETRO 2019年

当社は2020年の事業方針ビジョンに「CSV^{※3}の実践を軸とした成長による利益創出」を掲げています。「世界の Kitchen から」ブランドより同商品をベトナムで販売することで、高温多湿を気候特徴に持つベトナムのお客様に、飲料を通じて「おいしく塩分・水分補給」という新たな飲用機会を提案するとともに、毎日の「健康」に貢献していきます。

※3 Creating Shared Value の略。お客様や社会と共有できる価値の創造

<「世界の Kitchen から ソルティライチ」の商品特長と展開について>

- **中味**：ライチの豊かな香りと繊細な甘みを塩で引き出しました。渴いた身体にうれしい、「おいしく塩分・水分補給」ができる飲料です。
- **パッケージ**：涼やかな青と白を基調としたデザインです。「ソルティライチ」の商品ロゴは、インスピレーションを受けたタイのタイ語をイメージしたデザインです。また、素材由来のおいしさを堂々と表現するため、ライチと塩のイラストを描きました。
- **展開チャネル**：ベトナムにおいて拡大を続けるスーパーマーケット・コンビニエンスストアを中心に、学校の食堂や売店などでの販売を目指します。
- **プロモーション**：スーパーマーケットを中心に店頭でのサンプリングを実施します。



<表>

<裏>

キリングroupは、自然と人を見つめるものづくりで、「食と健康」の新たなよるこびを広げ、こころ豊かな社会の実現に貢献します。

記

- | | |
|----------|--------------------------|
| 1. 商品名 | 「世界の Kitchen から ソルティライチ」 |
| 2. 発売地域 | ベトナム国内 |
| 3. 発売日 | 2020年9月29日（火） |
| 4. 容量・容器 | 345ml・ペットボトル |

以上