

3つのボトルをつなげるとカンパインが現れる、日本限定のパッケージ！ 「スミノフアイス™2021年夏限定デザインボトル」を 数量限定で新発売

キリンビール株式会社（社長 布施孝之）は、ディアジオ社（英国）が所有する、世界 No.1^{※1} ウオッカ「スミノフ™」をベースに使用した「スミノフアイス™」のパッケージを7月下旬から順次切り替え、「スミノフアイス™2021年夏限定デザインボトル」として全国で発売します。

※1 IMPACT DATABANK2020の販売量による

「スミノフアイス™」は1999年にイギリスで発売し、世界90カ国以上で飲用されているRTD^{※2}ブランドです。日本国内のびん入りのRTDにおいてもシェアがNo.1^{※3}になるなど、国内外で多くのお客様に支持されており、主に20～30代に人気の高い商品です。

※2 Ready to Drinkの略。栓を開けてそのまま飲める低アルコール飲料

※3 SRIデータ（容量：2020年 全業態）

当商品のデザインについて、コアターゲットである20～30代男女に対して事前に調査した結果、「思わず手を取りたくなる」「カラフルで楽しげな印象」「友人にプレゼントとして購入したい」「自宅に飾りたい」などの声が挙げられており^{※4}、4人に1人以上が「3本そろえたい」と回答するなど、目新しいデザインが評価されています。

※4 キリン・ディアジオ調べ(N=856、20-30代男女、2021年)

●パッケージについて

3つのボトルをつなげるとカンパインが現れるデザインで、「友人と一緒に過ごす忘れられないタノシイ夏」をテーマにした数量限定のパッケージです。

●味わいについて

プレミアムウオッカ「スミノフ™」をベースにした、すっきりした甘さ、ほどよい炭酸の飲み心地が特長です。

●プロモーションについて

抽選で、「スミノフアイス™2021年夏限定デザインボトル」の3本セットが150名様に当たるTwitterキャンペーン「#いつかは、すぐそこ」キャンペーンを7月21日（水）より実施します。量販店でも、ボトルデザインをテーマにしたPOPで“夏のタノシイ雰囲気”を創出していきます。



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」の新たなよろこびを広げ、こころ豊かな社会の実現に貢献します。

記

- | | |
|-----------|---|
| 1. 商品名 | 「スミノフアイス™2021年夏限定デザインボトル」 |
| 2. 発売日 | 7月下旬より順次切り替え |
| 3. 発売地域 | 全国 |
| 4. 容量／容器 | 275ml／びん |
| 5. 価格 | オープン価格 |
| 6. アルコール分 | 5% |
| 7. 公式 SNS | オフィシャルホームページ https://www.smirnoff-time.com
Facebook @smirnoff.japan
Twitter @JAPAN_SMIRNOFF
Instagram @smirnoff_jp |

以上