

「酸化防止剤無添加^{※1}の おいしいスパークリングワイン。」2種新発売

— 国内売上容量No.1ブランド^{※2}

「酸化防止剤無添加のおいしいワイン。」ブランドから、
日常の食卓で楽しめる缶入りスパークリングワインを発売 —



この高解像度画像は <https://www.suntory.co.jp/news/index.html> に掲載しています。

サントリー（株）は、「酸化防止剤無添加^{※1}のおいしいスパークリングワイン。赤泡」「同 白泡」2種を9月26日（火）から全国で新発売します。

「酸化防止剤無添加のおいしいワイン。」ブランドは、2009年に発売以来、ぶどうの果実感がしっかりと感じられるなど、日本人の嗜好にあった味わいを持つワインとしてご愛飲いただいている、国内売上容量No.1^{※2}のロングセラーブランドです。2022年は245万ケース^{※3}（対前年103%）を販売し、今年1-7月の販売数量も対前年108%と好調に推移しています。

※1 「酸化防止剤無添加のおいしいワイン。」ブランドは酸化防止剤（亜硫酸塩）を添加せずに製造しています

- ※2 インテージSRI+調べ 国内ワイン市場2022年1月-12月酸化防止剤無添加の
おいしいワイン。ブランド計販売容量
(全国SM/CVS/酒DS/ホームセンター/ドラッグストア/一般酒店/業務用酒店計)
- ※3 720ml×12本換算

今回は、同ブランドから缶入りのスパークリングワイン「酸化防止剤無添加の
おいしいスパークリングワイン。赤泡」「同 白泡」を発売し、ブランドのファン
拡大を図ります。さらに、食卓で日常的にお酒を楽しむお客様に本商品を手にして
いただくことで、ワインがより親しまれることを目指します。また、発売に合わせ、
TV-CMやWEB施策も投入。積極的なマーケティング活動を展開し、お客様
との接点拡大を図ります。

●中味・パッケージについて

中味は、「酸化防止剤無添加のおいしいワイン。」ブランドの特長でもあるぶどうを
頬張ったような果実感を引き立たせつつ、ワインとしての味の厚みと飲みやすさ
を両立させたスパークリングワインです。

パッケージは、中央に配したブランドロゴと、国内売上容量No.1のアイコンで
同ブランドからの発売であることを訴求しつつ、ぶどうのイラストと立ち昇る
泡を描くことで中味の特長を表現しました。随所にあしらった金色はスパーク
リングワインが持つ高級感を表現しており、日常の食卓の中でもワインを通じて
豊かな時間を過ごしていただきたいという思いを込めました。

— 記 —

▼商品概要

商 品 名	容量／容器	アルコール 度数
酸化防止剤無添加 ^{*1} のおいしいスパークリングワイン。 赤泡	350ml／缶	9%
同 白泡		

▼価 格 オープン価格

▼発売期日 2023年9月26日（火）

▼発売地域 全国

▼品 目 甘味果実酒（発泡性）①

▼「酸化防止剤無添加のおいしいスパークリングワイン。」ホームページ

<https://www.suntory.co.jp/wine/original/mutenkasp/>

▽本件に関するお客様からの問い合わせ先

サントリーお客様センター <https://www.suntory.co.jp/customer/>

以 上

水と生きる SUNTORY

自然と水の恵みに生かされる企業として、貴重な水資源を守ること。

さまざまな企業活動を通じて社会に潤いをもたらし、社会にとっての水であること。

社員一人ひとりが水のように自在にしなやかに挑戦できる会社であること。

「人間の生命（いのち）の輝き」をめざす想いを、「水」に託して伝えるメッセージです。