



2016年5月11日

グレープフルーツ×レモン×ライム×オレンジ 4種の柑橘果汁をブレンドしたリッチな味わい 「シュウェップス グレープフルーツ ブレンド」

5月16日(月)から全国で新発売

新TVCMを同日より全国放映開始

コカ・コーラシステムは、自分らしいライフスタイルを確立した大人世代に向けた炭酸飲料ブランド「シュウェップス」から、新フレーバー「シュウェップス グレープフルーツ ブレンド」を、5月16日(月)から全国で発売いたします。また、発売日同日から新TVCM『シュウェップス グレープフルーツ ブレンド 大人の醍醐味』篇(15秒)を全国で放映開始いたします。

果実感あふれるリッチな本格派スパークリング

「シュウェップス」ブランドは、自分のスタイルを持ち、飲料においてもその素材や味わいにこだわりを持つ、リッチでプレミアムな時間を過ごす大人のための炭酸飲料です。「シュウェップス」は大人向けの炭酸飲料として広く認知されているだけでなく、30代以上の飲用者が75%を占め※、多くの方々の支持を獲得しています。

近年、炭酸飲料市場は、カロリーゼロなどの健康志向とより味わいを追及した二極化が進んでおり、今回新発売の「シュウェップス グレープフルーツ ブレンド」は後者となります。人気の柑橘系の中でも大人が好むグレープフルーツを中心にレモン、ライム、オレンジの4種の柑橘果汁と強めの炭酸を絶妙にブレンドしたリッチな炭酸飲料です。

世界を舞台に活躍されている一流ショコラティエで「パティシエ エス コヤマ」(兵庫県三田市)のオーナーシェフ小山進氏からも「この『シュウェップス グレープフルーツ ブレンド』は酸味だけではなくて、ポジティブな、心地良い苦味があって、味が立体的ですね。グレープフルーツの果実感が前にドンと出ているのは正解。」と高い評価をいただきました。

※ 「シュウェップス」30代以上飲用者の割合(2014年弊社調べ、月1回以上飲用者)

大人のために生まれたフルーツ炭酸飲料

「シュウェップス グレープフルーツ ブレンド」は、グレープフルーツを食べたときはじけるおいしさと香り、柑橘類の酸味や苦味まで味わえる、リッチで複雑な奥深い味わいを追求。素材そのもののおいしさや爽やかな刺激を味わって日常のストレスやプレッシャーから解放されたいと考える、30~40代の大人のために作り上げました。仕事を終えてリラックスしたいとき、帰宅後の気分転換におすすめのフルーツ炭酸飲料です。



パティシエ エス コヤマ
オーナーパティシエ
小山 進氏

「グレープフルーツ 3 対オレンジ 1 くらいの割合で MIX すれば、グレープフルーツの苦味が出過ぎないですからね。この「シュウェップス グレープフルーツ ブレンド」もグレープフルーツ以外のフルーツが絶妙なバランスで配合されているんですね。」

専門家も評価した「シュウェップス グレープフルーツ ブレンド」の魅力とは？



世代・トレンド評論家・
有限会社インフィニティ代表取締役
牛窪 恵氏

「シュウェップス グレープフルーツブレンド」は、炭酸より果汁の味の方が感じられる仕上がり！グレープフルーツらしさを感じます。いい意味で甘みも強くないですね。後味が甘くなくスカッと抜ける感じが心地いいです。



味覚コンサルタント
味香り戦略研究所「味覚参謀(フェロー)」
管 慎太郎氏

「シュウェップス グレープフルーツ ブレンド」は、甘さを感じ、酸味によってキレを感じ、さらに苦さでキュッと味が締まる。最後にグレープフルーツの爽やかな香りがスッと抜けるんですね。これが爽やかさと奥深さを両立させているんだなと感じました。

その他の専門家も「シュウェップス グレープフルーツ ブレンド」について語ってくださっています。

「シュウェップス」公式サイトをご覧ください。 <http://c.cocacola.co.jp/schweppes/>

みずみずしい果実感と大人の洗練感を表現したパッケージデザイン

パッケージは、グレープフルーツを中心にレモン、オレンジ、ライムの4種の果実が炭酸の泡をまとったビジュアルを上部に配し、リッチでみずみずしい果実感と炭酸の刺激をバランスよく表現しました。中央のブランドロゴが存在感と視認性を高めるとともに、ゴールド色のスタンプで奥深い味わいを伝えます。



ブランドの歴史を刻んだ
英文字と1783年のスタンプ
の入ったブランドロゴ



特徴果汁を
ゴールド色の
スタンプで伝達



深みのある果実の
味わいと炭酸感を
バランスよく表現

歴史と伝統に裏打ちされたブランド「シュウェップス」

「シュウェップス」は、1783年に誕生した世界初^{*}の炭酸飲料ブランドです。1837年にヴィクトリア女王により英国王室御用達のソーダメーカーとして認定されました。英国をはじめとするヨーロッパ地域を中心に、歴史と伝統を誇る由緒あるブランドとして世界75カ国以上で230年ものあいだ親しまれています。

※自社調べ

<製品概要>

■製品名:

シュウェップス グレープフルーツ ブレンド

■品名:炭酸飲料

■原材料名:果糖ぶどう糖液糖、果汁(グレープフルーツ、オレンジ、レモン、ライム)、香料、酸味料、

酸化防止剤(ビタミンC)、マリーゴールド色素

■栄養成分表示(100ml 当り):

エネルギー	たんぱく質	脂質	炭水化物	ナトリウム
44kcal	0g	0g	11g	5.6mg

■パッケージ/メーカー希望小売価格(消費税別):410mlPET/140円、280mlPET/115円

■発売日:2016年5月16日(月)

■販売地域:全国

(左)シュウェップス グレープフルーツ ブレンド 410ml PET

(右)シュウェップス グレープフルーツ ブレンド 280ml PET

果汁 10%未満



- 1783年 ヤコブ・シュウェップが初の炭酸水製造方法を開発し、スイスのジュネーブでシュウェップス社を創業。
- 1792年 事業拡大のためロンドンに拠点を移し、最初の工場を開設。
- 1835年 シュウェップス炭酸レモネード発売。
- 1837年 ヴィクトリア女王が、シュウェップス社を初の英国王室御用達のソーダメーカーに認定。
- 1851年 第一回ロンドン万博に招待され、世界中の人々にシュウェップスが知れ渡る。会場に展示された大きな噴水が今なおロゴの中心に配置されている。
- 1870年 トニックウォーター(インディアン・トニック)発売。
- 1957年 ビターレモン発売、テレビ広告を開始。
- 1999年 コカ・コーラ社が「シュウェップス」ブランドを買収(一部の国を除く)、日本でトニックウォーターを発売。