

報道関係者各位

1984年生まれ、日本初の缶入りチューハイ 「タカラcanチューハイ」発売40周年！ ロングセラーで愛され続ける理由は???

チューハイが日本全国の居酒屋で一般的に飲まれるようになったのは1980年代初め。当時、首都圏を中心に若者の間で焼酎を果汁や炭酸で割って飲む“チューハイ”ブームが巻き起こり、1977年に発売した宝焼酎「純」も売上を大きく伸ばしていました。こうした飲酒トレンドの変化を掴んだ宝酒造は、いつでもどこでも手軽に飲める日本初の缶入りチューハイ「タカラcanチューハイ」を1984年1月に発売。酒類市場に缶入りチューハイという新たなジャンルを創造しました。

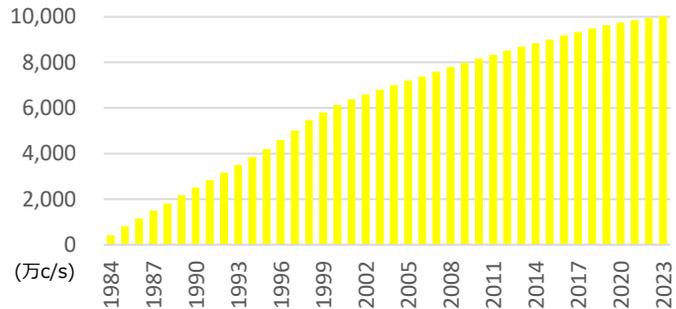
以来、チューハイ市場は、辛口・ドライ系から果汁系や低アルコールのものまでバリエーションに富み、近年は辛口や食事に合う味わいのものが人気を集めています。新商品が相次いで発売されるチューハイカテゴリーにおいて、元祖辛口缶チューハイである「タカラcanチューハイ」の辛口でドライな味わいは、昔も今も多くのお客様に愛され続けています。

愛され続ける理由は、なんととってもそのおいしさ！
宝酒造は、チューハイのベースアルコールに、甲類焼酎を使用。
しっかりとした飲みごたえと飲み飽きしない味わいは
100年品質の“宝焼酎”にあり！
その技術力・品質力をご紹介します！



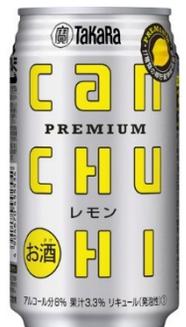
**タカラcanチューハイ 発売からの累計販売数
1億ケースを突破！
= 販売総本数 24億本超**

1984年1月の発売から2023年までの累計販売数は
1億ケース（350ml×24本換算）を突破しました！
本数にして約24億本に達しています。



目次

- 日本初の缶入りチューハイ「タカラcanチューハイ」誕生秘話
- 「タカラcanチューハイ」作りへのこだわり 皆さまに愛されて40周年
- 「タカラcanチューハイ」とファンとの絆
- チューハイ市場 これまでの変遷
- 「タカラcanチューハイ」が生まれた1984年ってどんな年？
- 「タカラcanチューハイ」ラインナップ紹介・記念缶発売！
- 宝酒造のこだわり“樽貯蔵熟成酒”とは？





開発ストーリー

◆ チューハイブームがやってきた！

戦後、東京下町で生まれた「焼酎ハイボール」を語源とするチューハイが注目を浴びるようになったのは1980年代前半のこと。1974年にアメリカでウォッカの消費量が国民酒であるバーボンウィスキーを上回るなど、世界的に無色透明のお酒に人気が集まる「白色革命（ホワイトレボリューション）」の流れがあり、日本でも宝焼酎「純」の発売（1977年）をきっかけに無色透明の「甲類焼酎」が販売量を大きく伸ばしていました。この頃、「村さ来」や「つぼ八」といった居酒屋のチェーン店が増え始め、焼酎を果汁や炭酸などで割って飲む「チューハイ」という飲み方が若者たちの間で爆発的なブームとなります。



1980年代の居酒屋の様子

こうしたトレンドの変化を受け、宝酒造では缶入りチューハイの商品化に向けた検討を始めました。しかしチューハイの新しさや手軽さを表現するために缶入りチューハイの発売を計画するものの、当時の宝酒造には缶製品の製造ラインがなく、ラインの新設となると多額の設備投資が必要となることや、缶と壺では工程管理の方法が大きく異なることなどの理由から、決断には慎重を期しました。

◆ 「缶入りチューハイ商品化プロジェクト」がスタート！

ますます高まるチューハイ人気の動きを受け、1983年1月、「缶入りチューハイ商品化プロジェクト」がスタートしました。当時の開発者たちは、参考になる味を求めて居酒屋での調査を開始。東京では上野や新宿、大阪ではキタやミナミなど、めばしい店に足繁く通い、繰り返し味を研究する日々が続きました。

こうして多種多様なチューハイを試飲しながら理想的な味わいを求め、試作を繰り返した結果、ついに商品の原型が完成。商品名は数多くのアイデアの中から商品をストレートに表現した「タカラcanチューハイ」に決まりました。その後、試験製造における度重なる苦勞を乗り越え、ついに1984年1月「タカラcanチューハイ」が発売されます。新製品発表会の翌日からは注文が殺到し、これ以上ないスタートを切りました。



新製品発表会の様子



◆解説【チューハイの語源】

「チューハイ」という言葉の語源は、「焼酎ハイボール」であると言われています。“ハイボール”とは、カクテル用語で「ウィスキー・ジンなどをソーダ水などで割った飲料」（広辞苑）のことですが、ウィスキーハイボールを応用した、焼酎をソーダ水などで割ったものが「焼酎ハイボール」と呼ばれ、その略称が“酎ハイ＝チューハイ”になりました。

チューハイの元祖である「焼酎ハイボール」は、昭和20年代後半、東京下町の大衆酒場の店主らが、当時はまだ飲みにくかった焼酎を少しでも飲みやすくしようと、工夫したところから生まれたといわれています。今でも東京下町の大衆酒場で圧倒的な人気を誇る「焼酎ハイボール」ですが、店によってその味わいは大きく異なります。それは焼酎と炭酸に加えられる「店独自のエキス」によるもので、代々受け継がれているレシピは門外不出のものばかり。

「焼酎ハイボール」にはいまだに謎が多いのですが、80年近くたった今でも幅広い世代の人々に愛され続けています。



東京下町の大衆酒場の焼酎ハイボールいろいろ

「タカラcanチューハイ」の3つのこだわり

① 焼酎へのこだわり “樽貯蔵熟成酒”

缶入りチューハイの中にはウォッカなどをベースにした商品もありますが、「タカラcanチューハイ」は甲類焼酎がベースです。

連続式蒸留機で蒸留したピュアな焼酎に、当社が保有する約2万樽、約85種類の樽貯蔵熟成酒から厳選した11種類を絶妙にブレンドしています。焼酎メーカーだからこそ実現した贅沢な味わいのチューハイです。



11種類の
樽貯蔵熟成酒



シチリア産
手摘みレモン



炭ろ過水

② 果汁へのこだわり “シチリア産手摘みレモン”

「タカラcanチューハイ」〈レモン〉は、シチリア産手摘みレモンのみを使用。レモンの名産地であるイタリアのシチリア島で一年を通じて収穫されるレモンの中でも、世界中で高品質との定評がある手摘みのウインターレモンを厳選して使用しています。

③ 水へのこだわり “クリアな炭ろ過水”

活性炭でろ過したクリアな水を使用することで、焼酎や果実の味わいをさらに引き立たせています。

長年親しまれてきた ロゴデザイン

発売時から採用されているメタリックシルバーの缶に「can-CHU-HI」と記されたタイポグラフィは発売当時のまま。世界的なグラフィックデザイナー“松永真”氏が発売当時から一貫して制作に携わる、シンプルでありながらもインパクトのあるデザイン。長年にわたって親しまれ、2013年にはグッドデザイン賞において「ロングライフデザイン賞」※を受賞しました。

※「10年以上継続的に提供されている、広く支持されている商品やサービス」を対象とし、これまでとこれからの暮らしを豊かに支える、スタンダードであり続ける力を持ったデザインに贈られる賞



1984年（発売当時の商品）
左から純ハイ(プレーン)・レモン・プラム・グレープフルーツ



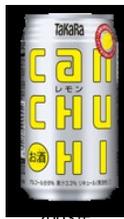
1984年
発売!



1987年
現在の形状
と同じに



1999年
リニューアル



2005年
原点復帰



2016年
PREMIUM訴求



2019年
35周年
復刻盤



2024年
40周年
記念缶

❖知っていましたか? こんな所でも日本初なのです

①1984年 「はたちまでストップ」企業広告を実施

※未成年者(当時成人年齢は20歳)の飲酒問題に酒類業界で初めて正面から取り組んだ事例として注目を集めた企業広告

②1990年 日本初、缶入りアルコール飲料にステイオンタブ(SOT)方式を採用

※当時プルタブのポイ捨てが問題になっていたことが背景

③1995年 商品に点字で「おさけ」表示を開始

※誤認飲酒防止のため、日本で初めて「タカラcanチューハイ」の缶蓋に





❖ 「タカラcanチューハイ」とファンとの絆

◆ファンコミュニティについて

2019年、発売35周年を記念してコミュニティサイト「タカラcanチューハイコミュニティ」を立ち上げました。開設時は約9300人でスタートし、今では登録者数約67,000人(23年10月現在)。2024年度は登録者数7万人を突破する見込みで、人気を集めています！

URL : <https://www.beach.jp/community/TAKARA/index>

40周年のお祝いメッセージも沢山届いています。



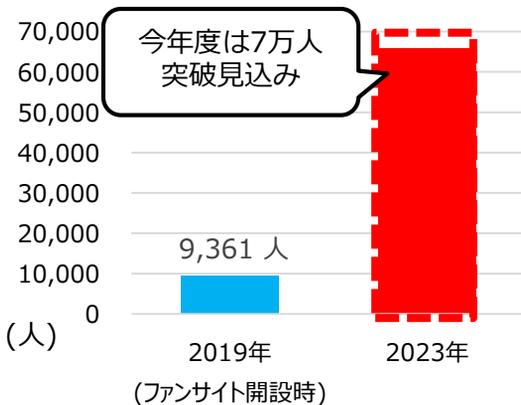
「タカラcanチューハイコミュニティ」スタッフ チュー子

いま「タカラcanチューハイ」がどうしても飲みたい！なぜ？

＼何問正解できる？／canチューハイの美味しさのひみつ～まとめ～

【コメント募集】あなたとタカラcanチューハイのヒストリーを語ろう！

…などなど、様々なテーマでファンの皆さまからの投稿が沢山アップされています！



◆お客様の声

発売当時から、変わらず愛飲しています。40年近くも歴史のあるこの味わい…。これからも美味しく頂きます！

昔父親が飲んでいる姿を見て憧れていました。ずっと変わらない辛口の味わいが好きで、飲み続けています。

❖250ml缶の紹介・オススメの飲み方

現在のチューハイ市場は、ほとんどの商品が350ml缶ですが、タカラcanチューハイは発売当初から変わらず250ml缶でも販売を続けてきました。

「あまりお酒に強くないけど、このサイズはちょっとだけ飲みたい時にピッタリ！」

「よく冷やしたグラスに氷を入れて飲むときにもちょうどいいサイズ」

「ぬるくなる前に飲み切れるのもよい」「炭酸が抜けなく炭酸で楽しめる！」などなど、

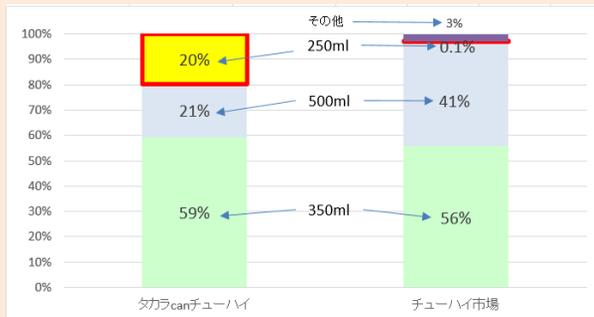
“ちょっと飲みたい”時にちょうどいいサイズとしてお客様からの声もいただいています。

缶から直接飲んでももちろん美味しいのですが、もっと美味しく楽しむポイントはグラス&氷！



グラスに注ぐと炭酸の泡立ちで香りが立ちのぼり、さらに、氷が解けてアルコール度数が下がると香り成分が立ちやすくなり、レモンの爽やかな風味をより一層楽しむことができます。

〈タカラcanチューハイ容量別構成比〉
タカラcanチューハイはチューハイ市場と比較して250ml缶の構成比が高い。



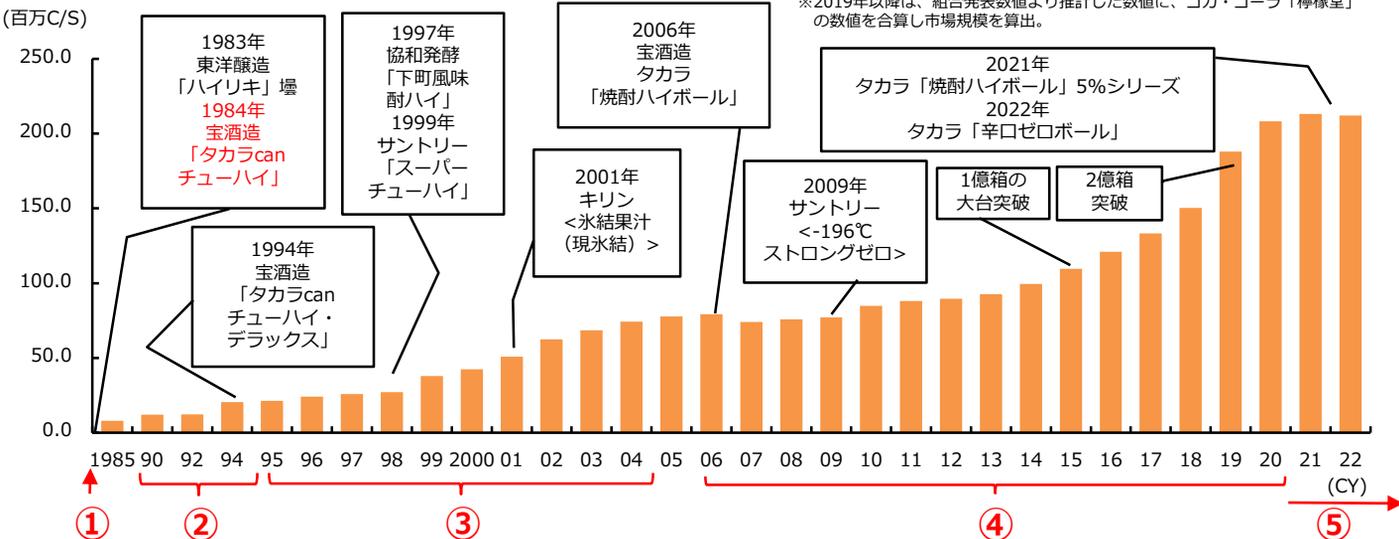
期間：2023年4-12月・金額ベース
出所：当社 販売、市場 インターナショナルSRI拡大推計値



❖ チューハイ市場 これまでの変遷

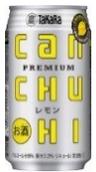
◆ソフトアルコール飲料市場の推移 (1985年~2022年/CY)

出所：「日本洋酒酒造組合」発表値より推計
 ※c/s = 350ml×24本換算
 ※当市場は大樽を含むチューハイ・カクテル類等の市場
 ※2009年から洋酒ベースハイボール(ウイスキー(発泡性)規格除く)を一部含む
 ※2019年以降は、組合発表数値より推計した数値に、コカ・コーラ「檸檬堂」の数値を合算し市場規模を算出。



① 日本初の缶入りチューハイ誕生！

1984年1月、「タカラcanチューハイ」は焼酎の味わいを活かしたスタイリッシュなお酒として発売直後から大ヒット。発売からわずか二ヶ月で初年度の販売目標数量を突破し、年間で415万ケース（350ml換算）を販売。幸先の良いスタートを切りました。その後、焼酎メーカーなどから続々と缶入りチューハイが発売されますが、「タカラcanチューハイ」がチューハイ市場を牽引。



② スイート系チューハイの台頭

1990年代には、居酒屋のメニューに甘いチューハイやカクテルが定着し始め、女性をターゲットにしたアルコール度数の低いスイート系チューハイが各社から登場します。当社では1994年に初の果肉入り缶チューハイ「タカラcan チューハイ・デラックス」すりおろしシリーズを発売。商品特性はもちろんのこと「すったもんだがありました」のCMコピーも大きな話題となりました。



③ 低価格チューハイの登場とビールメーカーの相次ぐ参入

1990年代後半になると、各社から低価格チューハイが相次いで発売されます。それまでは350ml缶で200円程度が一般的でしたが150円台の商品も登場します。1997年に協和発酵（当時）が「下町風味耐ハイ」を、1999年にはサントリーが「スーパーチューハイ」を発売。その後、キリンやアサヒなどのビールメーカーがチューハイ市場に参入し、価格競争が激化するとともに、市場は拡大を続けます。

初の果肉入り缶チューハイ「タカラcanチューハイ・デラックス」

④ チューハイ市場は高アルコールの「辛口・ドライ系」が拡大

順調に拡大を続けるチューハイ市場は、2007年に一時的にマイナスとなったものの、その後14年連続で前年比を上回る推移が続きました。高アルコールで甘くない辛口・ドライ系が拡大しており、中でも食事と一緒に楽しめる辛口のチューハイが市場で存在感を増しています。当社は大衆酒場で愛される元祖チューハイ“焼酎ハイボール”の味わいを追求した、タカラ「焼酎ハイボール」を2006年から販売しています。



⑤ 「食事の邪魔をしない食中酒」「甘くない」「機能系」がトレンド

健康意識の高まりにより、“糖質ゼロ・オフ”などといった機能系チューハイが伸長するとともに、低アル・ノンアル化が進んでいます。お客様のニーズの変化を掴み、2021年に「焼酎ハイボール」5%シリーズ、2022年には辛口ノンアルコールチューハイ“タカラ「辛口ゼロボール」”を発売しました。





❖ 「タカラcanチューハイ」が生まれた1984年ってどんな年？

【社会・事件】

- ・グリコ・森永事件
- ・長野県西部地震
- ・エリマキトカゲが大流行
- ・第1回新語・流行語大賞
新語部門「オシンドローム」
(米雑誌『タイム』)
流行語部門「(金)・(ビ)(まるきん まるび)」
(渡辺和博著『金魂巻』)
- ・国民栄誉賞
長谷川一夫、植村直巳、山下泰裕



【政治・経済】

- ・東京証券取引所一部のダウ平均株価が1万円突破(1月9日)
- ・第2次中曽根第1次改造内閣発足(11月1日)
- ・日本銀行が15年ぶりに新札を発行(11月1日)
(一万円札：福沢諭吉、五千円札：新渡戸稲造、千円札：夏目漱石)



【スポーツ】

- ・サラエボオリンピック開催(冬季)
- ・ロサンゼルスオリンピック開催(夏季)
- ・[大相撲] ハワイ出身力士の高見山が引退
- ・[競馬] シンボリルドルフが三冠馬に
(日本競馬史上4頭目)
- ・[プロ野球]
セントラル・リーグ 優勝 広島東洋カープ
パシフィック・リーグ 優勝 阪急ブレーブス
日本シリーズ 優勝 広島東洋カープ(4勝3敗)
- ・[高校野球]
春大会 優勝 岩倉(東京都)
夏大会 優勝 取手二高(茨城県)



【テレビ】

- ・NHK大河ドラマ「山河燃ゆ」
- ・NHK朝の連続テレビ小説
「ロマンス」「心はいつもラムネ色」
- ・不良少女とよばれて(TBS系)
- ・スクール☆ウォーズ(TBS系)
- ・オレゴンから愛(フジテレビ系)



【音楽】

- ・ヒット曲(オリコンランキング)
1位「もしも明日が…」(わらべ)
2位「ワインレッドの心」(安全地帯)
3位「Rock'n Rouge」(松田聖子)
4位「涙のリクエスト」(チェッカーズ)
5位「哀しくてジェラシー」(チェッカーズ)



【映画】

- ・[洋画]
アマデウス
インディ・ジョーンズ 魔宮の伝説
ゴーストバスターズ
- ・[邦画]
お葬式
Wの悲劇
風の谷のナウシカ



【酒類業界】

- ・酒税改正実施(昭和50年代で4回目の増税)
- ・焼酎ブームが加速
(年間課税移出数量が甲類焼酎45%増、本格焼酎32%増)
- ・焼酎がウィスキーの消費量を上回る



【1984年発売の商品】

- ・初代Mac(米・アップル社)
※発売日も「タカラcanチューハイ」と同じ1月24日
- ・コアラのマーチ(ロッテ)
- ・カラムーチョ(湖池屋)
- ・禁煙パイポ(マルマン)

❖ 「タカラcanチューハイ」ラインナップ紹介・記念缶発売！

◆ラインナップのご紹介

〈レモン〉

250ml、350ml、500ml、500mlPET
定番フレーバー、シチリア産手摘みレモン使用



〈ドライ〉

250ml、350ml、500ml
Alc.9%の飲みごたえとドライな味わい
プリン体ゼロ※1・糖質ゼロ※2・甘味料ゼロ

※1：100ml当たりプリン体0.5mg未満をプリン体ゼロと表示

※2：栄養表示基準に基づき、100ml当たり糖質0.5g未満を糖質ゼロと表示



〈グレープフルーツ〉

350ml
豊かな果汁感



〈ブレーン〉

250ml
“樽貯蔵熟成酒”の味わいを知るにはコレ！



宝酒造は、お客様へ感謝の気持ちをお届けすると共に、1月中旬から、40周年記念缶を期間限定で発売します！



＜商品概要＞

- 商品名：タカラcanチューハイ40周年記念缶
- フレーバー：レモン
- 発売開始：2024年1月中旬
- 発売エリア：全国
- 品目：リキュール（発泡性）
- アルコール分：8%
- 容量/容器：250ml・350ml・500ml/アルミ缶
- 参考小売価格：250ml 168円
350ml 222円
500ml 296円（いずれも消費税抜き）



◆宝酒造のこだわり“樽貯蔵熟成酒”とは？

タカラcanチューハイのベースアルコールは甲類焼酎 「約85種類・約2万樽」の“樽貯蔵熟成酒”

宝酒造は、タカラcanチューハイをはじめ、チューハイのベースアルコールに甲類焼酎である「宝焼酎」を使用しています。

「宝焼酎」のこだわりは“樽貯蔵熟成酒”をブレンドしている点にあります。

まず、国内トップレベルの連続式蒸留設備で何度も繰り返して蒸留を行い、不純物を取り除いて限りなくピュアなアルコールをつくります。さらに、大麦やトウモロコシ等を原料とした“樽貯蔵熟成酒”をブレンドすることで、ピュアですっきりとしながらも、飲み飽きしないまろやかな味わいを実現しているのです。

ピュアであることが特徴の甲類焼酎に、いかに味わいの幅を持たせるか、それが「樽貯蔵熟成」の技術です。



様々な組み合わせでできる約85種類の“樽貯蔵熟成酒”

原材料

→大麦、トウモロコシ、サトウキビ、ライ麦…

×

蒸留方法

→常圧蒸留、減圧蒸留、連続式蒸留

×

蒸留回数

→1回、2回…

×

貯蔵樽

→アメリカン・杓付オーク樽、川°ニッシ・シエー樽…

×

貯蔵年数

→1年、2年、3年（長期貯蔵）、10年…

×

精製方法

→活性炭濾過、冷却濾過…



■本件に関するお問い合わせ先■

宝ホールディングス株式会社 広報・IR部 広報課
075-241-5122（京都・担当：吉岡）