

90
TH
ANNIV.

～愛されて90年、ずっと透明～

「キリンレモン」は今年、発売から90周年を迎えます！

1. 「キリンレモン」は今年発売90周年！

～初代瓶とラベル～

「キリンレモン」は昭和3（1928）年、キリン初の清涼飲料水として発売され、2018年で発売90周年を迎えます。開発に際しては「絶対に人工色素は使用すべきでない」という信念を貫き、無色透明な清涼飲料水として発売されました。発売時の3つのこだわりは、

【人工甘味料不使用・着色料不使用・無色透明の瓶】

今回、発売時の思いはそのままに、「なつかしいのに新しいキリンレモン」をコンセプトにリニューアルします！



2. 日本での清涼飲料の始まり～「キリンレモン」の誕生まで

90
TH
ANNIV. ラムネ、ペリーとともに日本上陸。
「ポンッ」その音に日本幕府の役人が刀を抜いた？！

嘉永6(1853)年、ペリーが率いる米艦四隻が開国を要求するため、浦賀に来航。この時ペリーが飲料水の一つとして艦に積んでいたのが、「ラムネ」でした。

これを飲んだ幕府の役人たちは炭酸ガスですっかり酔っぱらったような気分になったそうです。

また、栓を開けた時に発する「ポンッ」という音に仰天した役人たちは、腰の刀に手をかけたというエピソードが残っているとか。これが日本人と炭酸ガスという未知との遭遇の始まりとなります。

90
TH
ANNIV. 日本初の清涼飲料水って何？

このラムネは、ペリー来航の7年後の1860年、今度は英国船によって持ち込まれると、長崎在住の外国人らによって製造販売されるようになりました。ついで長崎の藤瀬半兵衛が日本人として初めてラムネの製法を学び、「レモン水」として製造販売したと言われています。明治に入ると東京の築地でもラムネを売る店が現れ、徐々に日本人にラムネという炭酸飲料水が親しまれるようになっていきました。このラムネこそが、日本で初めて製造された清涼飲料水となりました。このラムネは、さまざまな名称で呼ばれており、ペリーが初めて浦賀へ持ち込んだ際は、栓を開けるときに「ポンッ」という音がするので「ポン水」、その後にはレモンの味がするので「レモン水」などと呼ばれていました。

90
TH
ANNIV. コレラの大流行により空前のラムネブーム到来？！

明治19（1886年）年、日本でコレラが大流行。東京でも10万人以上の死亡者があったと報じられました。そんな中、新聞がこんな記事を掲載。

「炭酸を含有している飲料を用いると、恐るべきコレラ病にかからない」これが引き金となり、炭酸入りのラムネは売れに売れ、ラムネブームとして日本中に広まりました。

明治33（1900）年、清涼飲料水取締規則が公布され、「清涼飲料水」ということばが日本でも使われるようになると、その種類も増えていきました。

90
TH
ANNIV. 清涼飲料の新たな時代到来……いよいよキリンレモンが誕生！

大正15（1926）年、清涼飲料水に対する税が新設されるとともに、清涼飲料水製造の認可制度もスタートし、清涼飲料水の新たな時代が始まりました。当時の清涼飲料水というと「ジュース」などではなく、もっぱらサイダー、ラムネなど炭酸飲料が中心でした。これらで全体の8割を占める時代が昭和20年の終戦まで続いていました。衛生上の理由から、「希釈せずに飲用するものには、混濁、沈殿物及び防腐剤が入ってはならない」という規定が定められていました。今日のような果汁入り飲料などの製造は、当時の技術では難しかったのです。

「キリンレモン」が発売されたのは昭和3年（1928年）。明治時代に発売されたサイダーがりんご酒のような香りであったのに対し、「キリンレモン」はライムやレモンなど、かんきつ系の香料を使用し、まったく新しい味と香りをもった清涼飲料水として誕生しました。

当時一般的に使われていた人工甘味料を使わず、無色透明の瓶を用いていたことも大きな特長でした。またその優れた風味は発売当初から高く評価され、その年の国産振興東京博覧会の優良国産賞をはじめ、各地で数々の賞を受けました。

3. 知っていますか?! キリンレモン開発秘話

90
TH
ANNIV.

**開発は研究室に鍵をかけ、閉じこもりで実施?! 神経衰弱にまで…。
キリンレモンの開発者 ‘本城空三 (ほんじょうもくぞう)’ ってどんな人?**

昭和2年(1927年)明治屋の社長でキリンビールの役員を兼務していた磯野長蔵は、キリン初の清涼飲料水の開発のために、ライバル会社でもあった金線飲料に在籍したことのある技術者、本城空三をスカウトしてきました。

本城は、清涼飲料水の味を決定する香料の調合比は他社に模倣されやすいとして、部屋に鍵をかけてレモン香料の調合に没頭し、「キリンレモン」を開発するのに大変な苦勞をしたそうです。軽い神経衰弱になったとまで言われています。最終的に本城は、イギリスのブッシュ社製香料を中心に「キリンレモン」のレシピをつくり上げましたが、その後も香料の調合は極秘とされ、製造責任者が後継者を選んで伝授しました。本城はその後、キリンビール広島工場長を務め、昭和23年に退職。昭和48(1973)年「キリンレモン」が透明炭酸飲料でトップのシェアをとったのを見届け、翌年昭和49年に84歳で死去しました。



本城空三

キリン初の清涼飲料事業を、工場の設計からレシピ開発まで手掛けた「キリンレモン」の生みの親

90
TH
ANNIV.

何にこだわって作ったの?

キリンの創業当時から絶対的な考え方としてあるのが「品質本位」です。「キリンレモン」の開発にもその信念は表れ、「絶対に人工色素は使用すべきでない」と、無色透明な清涼飲料として発売されました。

～「キリンレモン」誕生時の3つのこだわり～

- ✓ **人工甘味料不使用**
→台湾産白ザラメやイタリア産クエン酸など世界中から集めたこだわりの原料を使用
- ✓ **着色料不使用**
→当時色付きサイダーが多いなか、無色透明で発売
- ✓ **無色透明の瓶**
→透明な液色を見せるため、特別に取り寄せた砂で無色透明を実現。
品質を保つため一本ずつ紙で包装して出荷された

「キリンレモン」は品質面では高く評価されましたが、価格が高く高級品だったため、売れ行きは芳しくありませんでした。しかし、その後も品質に妥協することなく、拡売の努力を続けました。そんな中、昭和44(1969)年に起こったチクロショック※1が「キリンレモン」の人気を高めることに。こうして発売から45年で「キリンレモン」は透明炭酸飲料で1位のシェアを得たのです。

※1 当時食品添加物として使われていた人工甘味料チクロに対し、米国政府が「発がん性がある」として使用禁止の措置をとる。これに伴い厚生省は一定期間チクロの入った食品を販売禁止とした。キリン社では発売以来どの製品でも砂糖しか使っていなかったが、消費者の問い合わせに答え、テレビや新聞でチクロ不使用の告知を実施。従来から天然の原料だけを使用するなど、品質本位の姿勢を貫いてきたキリン社の製品は、社会から高い評価を受けた。

90
TH
ANNIV.

「キリンレモン」は世の中にどう受け止められたか? ～当時の社会情勢～

「キリンレモン」が産声を上げた時代は、昭和2(1927)年に東京の上野-浅草間に地下鉄が開通、昭和4年には東京、大阪、福岡間に定期航空便が開通されるなど日本の近代化が進んだ時代でした。しかしその一方で昭和6年に満州事変が勃発、翌年には上海事変が起きるなど、戦争の足音が確実に忍び寄ってきた時代でもありました。昭和17年頃までは、順調に生産量を伸ばしてきた透明炭酸飲料も、戦争の激化につれ、原料統制などが入り、生産量も次第に少なくなっていました。

昭和20(1945)年長い戦争がついに終わり、社会が復興していく中、甘味とどのとうるおいを求める国民の需要に応えて、清涼飲料業界もいち早い復興を目指しました。清涼飲料水取締規則にかわって、規制を緩和した食品衛生法が公布され、さまざまな清涼飲料水が登場しました。昭和27年頃から、果汁入り清涼飲料、などの果実飲料の生産量が急増、一大ジュースブームとなり、キリンからも昭和29年に「キリンジュース」(後の「キリンオレンジ」)が発売されました。

コーラは戦後進駐軍とともに日本上陸。昭和32年(1957年)コーラ原液を輸入しての国内販売が開始。ただしこのころは売先、価格などは政府の規制のもとであり、広告も禁止されていた。現在のように自由に販売できるようになったのは、昭和36年以降。この頃から調合香料の輸入が自動承認制となり、以後わずか数年の間に、国民生活に浸透。

昭和30年代は、多品種の飲料が急激に市場を拡大した時期でした。その背景には、経済の発展にともなう国民生活の向上があることは言うまでもありません。中でも最も影響が大きかったのが、**家庭用電気冷蔵庫の普及**です。昭和20年代後半から始まった家庭電化の波の中で、電気冷蔵庫は「テレビ、電気洗濯機」とともに「家電三種の神器」と呼ばれました。昭和32(1957)年の普及率は、都市部でわずか2.8%にすぎませんでしたが、10年後には全国平均で69.7%に達しています(平成3年では98.9%)※2 この結果、**従来は飲食店などで楽しむものだった清涼飲料水が、家庭でも気軽に楽しめる、暮らしに溶け込んだものになっていったのです。**

※2 経済企画庁の消費動向予測調査(現消費動向調査)

えええ!
当時、キリンレモンは
高級品!

キリンレモンは25銭で販売される高級品だった。
あんぱん: 1つ5銭
大卒の初任給: 50円程度。
ビール大瓶: 1本32銭
ラムネ: 1本2銭



4. 自動販売機の普及と現麒麟ビバレッジ(株)の発足

いよいよ自動販売機が登場。

サービス名が会社名?!ここで現麒麟ビバレッジ(株)の前身が誕生します。

清涼飲料の普及を一段と加速させたのが、自動販売機の普及です。自動販売機は昭和32(1957)年に登場します。日本における普及台数は、昭和40(1965)年末にはわずか32万台。それが昭和45年には100万台を超え、平成8(1994)年には544万台と急速に増加していきました。

外国からの参入組であるコカ・コーラが新市場を叩きつけていくなか、新たなお客様の獲得を狙い「麒麟レモンを自動販売機で販売する」方針が打ち出されました。

1963年、「自動販売サービス株式会社」を設立し、取り組みを始めました。これが現在の麒麟ビバレッジ株式会社の前身にあたるのです。「麒麟レモン」を知って飲んでもらうために会社ごと作って販売を始めたのです。その後「麒麟・レモンサービス株式会社」、「麒麟レモン株式会社」と変遷を経て、現在の麒麟ビバレッジ株式会社に至ります。

私たち麒麟ビバレッジの始まりは、ここだったのです。

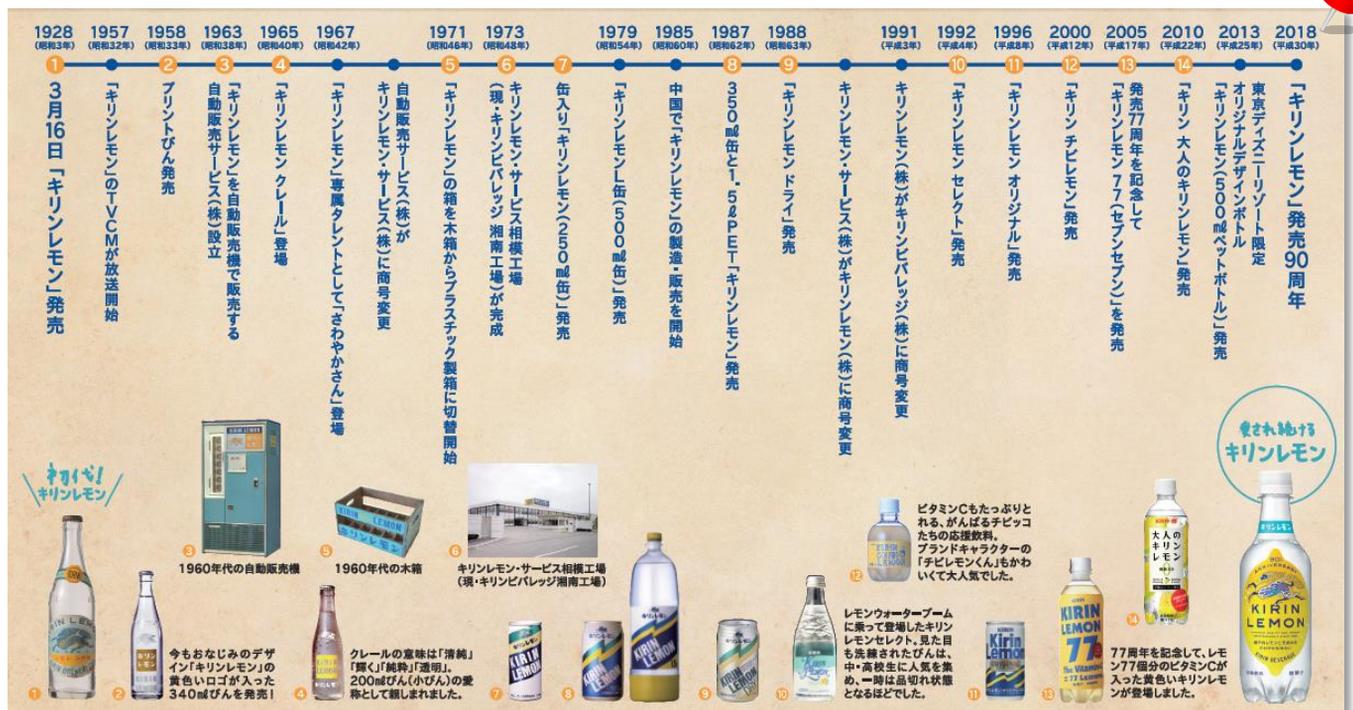
自動販売機の普及とともに缶入り清涼飲料水の生産も増加。自動販売機は昭和47年頃までは瓶が主流でしたが、やがて缶にとって代わられました。麒麟社が初めて缶入り清涼飲料水を発売したのも、昭和48年のことです。



～「麒麟レモン」の自動販売機と自販機用麒麟レモン「麒麟レモンクレール」～

第一号の自動販売機設置は東京浜松町にある松井金属。200ml瓶を1本30円で販売。設置日は本社などから社員、関係者が立ち会い、設置後、初の試みに万歳の声があがりました。

5. 「麒麟レモン」90年の軌跡



90th ANNIV. 'さわやかさん?'って誰ですか?

人工甘味料や着色料を使わず、天然素材にこだわった「麒麟レモン」は、さっぱりとした風味が大きな魅力でした。商品イメージである「さわやか」をより広く浸透していくため、1967年「麒麟レモン」専用タレント「さわやかさん」が登場しました。初代さわやかさんに選ばれたのは、ジュディ・オング(1967年)。

幅広い世代の方々にあたたかく迎えられました。以降、時代に合わせてさわやかさんが起用され、ブランドの認知度アップに貢献。5代目さわやかさんには、片平なぎささんが起用されました。

90
TH
ANNIV.

6. なつかしいのに新しい。

90周年の今年、大リニューアル！！

新 生

キリンレモンはこうなります！

～ 誕生時より受け継いだ、誠実なものづくりの実現～

《中味》

原料・製法にこだわり、レモンの果実感がある、さわやかですっきりとした味覚へ。

Point

瀬戸内レモンピール エキス使用

瀬戸内レモン（広島産）のピール（果皮）から一晩かけて引き出したエキスを使用。

さらに、
天然水使用。
**人工甘味料、
着色料、
保存料は不使用！！**

誕生時より受け継いだ、誠実なものづくりを継続。



《パッケージ》

「透明感」「さわやかさ」がありながらキリンの本気感が伝わるデザイン。

Point1 瓶に見立てた容器

つる首のボトルを瓶に見立て、透明感が伝わるデザインに。

Point2 聖獣マーク

キリングループのシンボルである聖獣を中央に堂々と配置。ものづくりへの本気を示します！

見つけたらラッキー！？

キャップは基本デザインの「キリンレモンロゴ」に加え、「聖獣マーク」のものが混ざっています。

聖獣「麒麟」は古来から中国に伝わる伝説上の動物です。おめでたいしるしとも考えられており、見つけられたらラッキーかもしれませんね！



90
TH
ANNIV.

何十年ぶり？！

新旧担当者の対談が実現！

今回リニューアルにあたり、過去に「キリンレモン」の開発・製造に携わっていたキリンビールのOB社員と現担当者の対談の場を設け、当時の「キリンレモン」の味覚やものづくりの精神についてヒントをいただきました。そこには、時を経ても変わらない、キリンの「品質本位」の精神が共通していました。



90周年を迎えた「キリンレモン」の
今後に、ご期待ください！

90
TH
ANNIV.

プロモーションについて

あのお馴染みの「キリンレモンの唄」が復活！

1961年に作曲家・三木鶏郎氏により生み出された「キリンレモンのうた」。

以後、時代に合わせてさまざまなアレンジが加えられながら幅広い世代の方々に親しまれてきました。今回改めてあの「キリンレモンのうた」に新たなアレンジを加え、Web、TVを中心に楽しみいただけるコミュニケーションを企画中です。

「復刻版キリンレモン」が抽選で1万名に当たる！

今回90周年を記念し、90年前の味覚をイメージして「復刻版キリンレモン」をOB社員と共同開発。発売時「キリンレモン」（450mlPET）に貼ってあるタックシール※3に記載のシリアルNoをキャンペーンサイトで入力すると、抽選で1万名に「復刻版キリンレモン」と「新キリンレモン」の飲み比べセットが当たります！ ※3 数量限定



（本件お問い合わせ先）

キリン株式会社 コーポレートコミュニケーション部
東京都中野区中野4-10-2 中野セントラルパークサウス TEL 03-6837-7028
キリンホームページアドレス www.kirin.co.jp

画像集

発売当時のポスター集



【昭和3年（1928年）】
※発売時



【昭和4年（1929年）】



【昭和11年（1936年）】



【昭和12年（1937年）】

作者：多田北烏（ただほくう）

大正9(1920)年頃から、画家の多田北烏が「キンビール」のポスターを手がけるようになり、「キンレモン」発売時のポスターも制作した。

多田北烏は、女性や子どもなどの人物画を多く制作し、背景を巧みに配して立体感のある画風を特長としていた。

発売当時の商品画像など



【昭和3年（1928年）初代キンレモン】



【発売時のバックラベル】
※当時の品質に対するこだわりが見られます



【発売時のキンレモンラベル】

「キンレモン」ブランド担当のご紹介 ※取材対応可



二宮 倫子（にのみや のりこ）

キンビバレッジ株式会社 マーケティング部 商品担当
神戸市出身。2010年キンビバレッジ入社。

13年より現部署。「午後の紅茶」「ファイア」等の商品企画・広告制作担当を経て、現在は「キンレモン」「キン メッツ」等の炭酸ブランドを担当。

女性・若年をターゲットとしたコミュニケーション、商品企画を得意とする。

（本件お問い合わせ先）

麒麟株式会社 コーポレートコミュニケーション部
東京都中野区中野4-10-2 中野セントラルパークサウス TEL 03-6837-7028
麒麟ホームページアドレス www.kirin.co.jp