

# SUNTORY

## SUNTORY BEVERAGE & FOOD

No.SBF1217 (2022.2.18)

### 「クラフトボス」コーヒーシリーズ リニューアル

— 気分にあわせて選べる  
音楽のジャンルをモチーフにした20種のラベルデザイン —



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

サントリー食品インターナショナル（株）は、「クラフトボス」コーヒーシリーズをリニューアルし3月8日（火）から全国で発売します。

2017年に発売した「クラフトボス」はすっきりとした味わいとスタイリッシュなボトルデザインで、“現代の働く人を快適にする新しい相棒”として、世代・職種を超えて幅広いお客様にご愛飲いただき、2021年の年間販売数量は過去最高の4,000万ケースを※1超える結果となりました。

※1 出荷ベース

「クラフトボス」コーヒーシリーズは昨年3月に見た目も中味も大刷新を行い、大変ご好評をいただいています。2021年のリニューアルでご好評いただいた「こだわりがありながら親しみやすい」点をさらに磨くべく、今年は音楽をテーマにリニューアルします。

中味は、ご好評をいただいているブラック・微糖はそのままに、ラテはよりコーヒー好きのお客様の拡がりに合わせて、雑味がなくナチュラルな深煎り香を強化しました。

パッケージは、「クラフトボス×音楽」をテーマにした20種類<sup>※2</sup>のラベルデザインでリニューアル発売します。

※2 店頭在庫状況により、一部のデザインがない可能性があります

### 〈20種のラベルデザインについて〉

コーヒーも音楽のように気分にあわせて楽しんで欲しいという想いを込めて全20種のラベルデザインでリニューアルします。

ブラック・ラテ・微糖の各種にJAZZ・ROCK・CHILL・POPの4種の音楽のジャンルをモチーフとしたラベルを組み合わせました。

さらに、コンビニエンスストア・交通チャネルでは数量限定で、ブラック・ラテに初回限定“ステッカーラベル”がついた商品も発売します。



〈左からJAZZ・ROCK・CHILL・POP〉

〈チャネル限定シールラベル〉

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

今回のリニューアルにあわせ、「クラフトボス×音楽」をテーマにしたTV-CMやプロモーションを含め、大々的なマーケティング活動を展開し、「クラフトボス」コーヒーシリーズを訴求していきます。

### 〈クラフトボスについて〉

「クラフトボス」コーヒーシリーズは昨年3月に“満足感がありながらも、すっきり飲み続けられる味わい”を進化させると共に、デスクワークにとどまらない“現代の働く人の相棒”として、“クリアさ”、“なじみやすさ”、“スリムさ”にこだわった新ボトルを開発しました。エンボスの“ポコポコ”とした質感により、“手なじみ”が良く、今まで以上に愛着を感じていただけるような中味・デザインへと大刷新しました。

さらに紅茶シリーズのラインアップ拡充と、新たに憩いシリーズとして「抹茶ラテ」「ほうじ茶ラテ」を発売し、多様なお客様にご支持をいただいています。

「クラフトボス」は、“現代の働く人を快適にする新しい相棒”として、「WORK&PEACE」をコンセプトに、今後も多様な働き方、価値観にフィットする新しい選択肢を軽やかに提案していくことで、ペットボトルコーヒー市場を牽引し続けていきます。

— 記 —

▼商品概要

商品名	容量	希望小売 価格（税別）	梱包	発売期日
クラフトボス ブラック	500ml ペットボトル	160円	24本	3月8日 (火)
クラフトボス ラテ		170円		
クラフトボス 微糖				

▼発売地域 全 国

▼「クラフトボス」ホームページ <http://suntory.jp/craftboss/>

▽本件に関するお客様からの問い合わせ先

サントリー食品インターナショナルホームページ <http://suntory.jp/sbf/>

以 上

## 水と生きる SUNTORY

「水と生きる」は、私たちがお客様や社会と交わす約束です。  
貴重な水を守り、水を育む自然環境を次世代につなぐこと。商品やサービスを通じて人々の心を潤すこと。  
水のように柔軟に力強く新たな価値創造に挑戦すること。  
これらの約束を果たすため、私たちは様々な活動に取り組んでいます。