

2024年4月8日



阪神甲子園球場100周年記念事業

～今年限定で発売する「アサヒクラシック」のイメージキャラクターに
阪神タイガース 近本光司選手の起用を決定！～



阪神甲子園球場で開催されるプロ野球公式戦において、阪神タイガース近本光司選手を起用したビジョンCMを展開する予定です。

阪神電気鉄道株式会社（本社：大阪市福島区、社長：久須勇介）が運営する阪神甲子園球場は、2024年8月1日（木）に開場100周年を迎えることを記念し、2024年度JERAセントラル・リーグ公式戦の阪神甲子園球場開幕日となる4月9日（火／対広島東洋カープ戦）から、今年限りで阪神甲子園球場限定販売する「100年前の味わいを当時の処方元を元に再現した生ビール『アサヒクラシック』（製造元：アサヒビール株式会社）」のイメージキャラクターに、阪神タイガース 近本光司選手を起用することを決定しました。

【近本選手からのメッセージ】

甲子園球場 100 周年記念である今シーズン、甲子園でしか味わえないビール『アサヒクラシック』で勝利に向かって乾杯しましょう。

また、『アサヒクラシック』専用客席販売員（売り子）も登場し、お客様をお待ちしておりますので、今、ここでしか飲めない生ビールをぜひご賞味ください！

【客席販売員（売り子）イメージ】



白を基調とし、ゴールドと紫をあしらったユニフォーム。ユニフォームの差し色と合わせたゴールドの帽子は、中央に『ASAHI CLASSIC』のロゴを配置しています。また、売り子が背負う樽のカバーにはアサヒクラシックのロゴを目印となるよう大きく配置しています。

『アサヒクラシック』誕生の経緯について

阪神甲子園球場を運営する阪神電気鉄道(株)の初代社長である外山脩造(とやましゅうぞう)は、アサヒビール(株)の創業メンバーでもあり、両社は現在に至るまで長きにわたり深い関係を築いてきました。これまでも阪神甲子園球場のオフィシャルスポンサーであるアサヒビール(株)ご協力の下、『甲子園ハイボール』の発売や『ビアフェスタ』の開催など、お客様に楽しんで頂ける取り組みをしてきました。

このような経緯から「いつの日かお客様に喜んで頂ける共同商品を作りたい」と思いを温めておりました。その思いが実を結び、約3年の準備を経て、阪神甲子園球場100周年という記念すべき年に『アサヒクラシック』は誕生しました。

■商品概要

『アサヒクラシック』は、阪神甲子園球場が開場した1924年当時に飲まれていたビールを、深いコクと苦みが特長の現存する当時の処方をもとに、麦芽と米を使用して当時の味わいを再現した商品となります。

※画像・写真は全てイメージです。内容は変更となる場合がございます。



■主な特徴

- ・アルコール分：5.5%
- ・原材料名：麦芽(外国製造又は国内製造(5%未満)、米、ホップ、コーン、スターチ)
- ・味わい：深いコクと苦みが特長

■期間および販売場所

- ・期間：4月9日(火)～なくなり次第終了
※限定醸造となります。品切れの際はご容赦ください。
※催事非開催日は、球場外周「ストライク軒 NOODLE STUDIO」で販売します。
- ・価格：1杯800円(税込み)
※阪神甲子園球場 ビール引換券をご利用の場合は、差額(50円)をご負担いただくことでご購入が可能です。
- ・販売場所：客席販売員(売り子)、一部売店
※販売店舗は、「皇蘭(内野中央・外野ライト)」「ケンタッキー・フライド・チキン(内野3塁側・外野レフト)」「ストライク軒 NOODLE STUDIO(外野レフト)」のほか、一部売店にて販売いたします。詳細は阪神甲子園球場ホームページをご確認ください。

阪神グループは、「“たいせつ”がギュッと。」のブランドスローガンの下、これからも一人ひとりのお客様の“たいせつ”と向き合い、グループ一丸となって阪神らしいブランド体験を提供し続けることで、その信頼と期待に応えてまいります。

“たいせつ”がギュッと。
Hanshin Group



以 上