

発売わずか1週間で年内目標3割達成

キリンビール「KIRIN Premium ジンソーダ 杜の香」好評発売中

～RTD^{※1}市場 新トレンドへの期待が高まる～

キリンビール株式会社（社長 堀口英樹）より8月27日（火）に発売した「KIRIN Premium ジンソーダ 杜の香（もりのか）」は、発売からわずか1週間で年内販売目標である約60万ケース^{※2}の3割を突破しました。

また、8月月間販売目標を126%で達成し、大変好評をいただいています。今後も「スッキリ甘くない」味覚を原酒ソーダ^{※3}ユーザーに留まらず、甘くない嗜好かつ全酒ユーザーに幅広く広げ、ジン市場およびRTD市場のさらなる活性化を目指します。

※1 Ready to Drink の略。栓を開けてそのまま飲めるアルコール飲料

※2 350ml 缶×24本 ケース換算

※3 ウイスキーやジン、焼酎といった特徴のある原酒のソーダ割りを「原酒ソーダ」と定義

「KIRIN Premium ジンソーダ 杜の香（もりのか）」好調の要因

■甘くないRTD市場の高まりとマッチした新商品の発売

原酒ソーダなどの甘くないRTD市場の販売数量推移が116%^{※4}と好調に推移しており、健康意識や食事に合わせやすい「食中酒」需要の定着から「雑味のない、クリアな味」や「甘くない」「食事に合う」というRTDの味わいに対しても期待が高まっています。その中でも甘くないRTDを飲用するお客様が2,500万人以上いるのに対して、ハイボールなど原酒を使ったソーダも飲用されるお客様は159万人にとどまっていることから、原酒ソーダのポテンシャル層を捉えたユーザー拡大を目指しています。

今回発売した「KIRIN Premium ジンソーダ 杜の香（もりのか）」は、24年8月に上市以降、今までジンRTDの中心だった50代以上のお客様にとどまらず、20～40代にも広く飲用されており、杜の香発売によりジンRTDの裾野が広がっています。SNS上でも「スッキリしていて美味しい」「飲み口は軽いけど、後味にジンと柑橘の余韻が残り、無糖辛口が実に良い」「食事にあうプレミアムジンソーダ」などという声も上がってきております。^{※5}

<キリンビール ブランド担当 原田コメント>

食事と合わせることを目的とした「食中酒」の人気の高まる中、ユーザー調査でお客様の声として「味とかアルコールのレパートリーがもっとあったらいい。」「ジンの缶は種類が少ない。新しいのが出たら飲んでみたい。」といった、ウイスキー以外のベースを使った商品レパートリーや新ブランドが増えることへの期待の声が上がっています。^{※6} その需要に対して、キリンビールが新たにジン市場に参入したことへの注目度が高かったのではないかと考えられます。実際に甘くないスッキリした大人の味わいが食事に合わせやすく、SNSでは、お客様に「ジュニパーベリー100%^{※7}ジン使用」に由来する雑味のない味わいが伝わっており、「スッキリ飲める」という物性価値だけでなく、「癒される」という情緒価値まで伝達できていることがうかがえます。

※4 キリンビール調べ（1-7月前年比）

※5 いただいたコメントからうれしい声を抜粋しております。

※6 キリンビール調べ（2023年11-12月）

※7 ジンのボタニカル原料に占める割合

記

1. 商品名	「KIRIN Premium ジンソーダ 杜の香（もりのか）」
2. 発売日	2024年8月27日（火）
3. 発売地域	全国
4. 容量・容器	350ml・缶、500ml・缶
5. 価格	オープン価格
6. アルコール分	7%
7. 純アルコール量	350ml 缶：19.6g、500ml 缶：28g
8. 製造工場	キリンビール仙台工場、取手工場、名古屋工場、岡山工場、キリンデイスティラリー富士御殿場蒸溜所

