

～爽やかなおいしさはそのままに、ビールに近い「満足感」を強化！
 バランスのとれたおいしさを実現～
「淡麗グリーンラベル」をリニューアル
 ～2020年の販売目標は前年比約1割増～



キリンビール株式会社（社長 布施孝之）は、“糖質 70%オフ”[※]の発泡酒「淡麗グリーンラベル」をリニューアルして、3月上旬製造品から順次切り替えます。

※ 日本食品標準成分表 2015年版（七訂）による。

平均寿命の延伸に伴い、健康意識が高まる中、糖質オフ食品市場は経年的に拡大しています。当社調べによると、ビール類市場における健康機能系商品のシェアは約2割となっており、今後も“健康ニーズ”は一定程度の支持が続くと見込んでいます。

「淡麗グリーンラベル」は、「おいしさ」と「糖質 70%オフ」のバランスの良さが特長の商品です。「おいしさ」を高く評価いただき、機能系商品でありながら、通常のビール類との併飲率も約50%と非常に高く、今後も非機能系ユーザーからの支持拡大が見込まれます。

今回のリニューアルでは、「淡麗グリーンラベル」の爽やかなおいしさはそのままに、ビールに近い「満足感」を強化することで、よりバランスのとれたおいしさを実現しました。お客様の“ビールに近い味わい”や“健康ニーズ”への期待にお応えすることで、ビール類市場の魅力化を実現します。

■リニューアルの特長

●中味

雑味のないすっきりとした味わいと、ビールに近い「満足感」を両立した、爽やかなおいしさ

- ・ホップ配合の最適化と炭酸感の強化により、雑味のないすっきりとした味わいとビールに近い「満足感」を両立し、爽やかなおいしさに磨きをかけました。

●パッケージ

ビール品質のおいしさを感じさせる、爽やかで洗練されたデザイン

- ・爽やかな味わいを感じさせる「淡麗」の文字をパッケージ中央に配し、おいしさの印象をアップしました。
- ・「聖獣麒麟」トリボンを大きく配し、品質感を向上させました。
- ・上下オーバルにグラデーションを施し、さわやかで洗練されたデザインに進化しました。

●広告・プロモーション

- ・「淡麗グリーンラベルが新しくおいしくなった」というニュースを、リニューアル期を中心にあらゆるメディアで発信するほか、商品サンプリングを2019年のリニューアル時の約5倍にあたる100万人へ展開予定です。



キリングroupは、自然と人を見つめるものづくりで、「食と健康」の新たなよろこびを広げ、こころ豊かな社会の実現に貢献します。

記

- | | |
|------------|--|
| 1. 商品名 | 「淡麗グリーンラベル」 |
| 2. 発売地域 | 全国 |
| 3. 発売日 | 2020年3月上旬製造品より順次切り替え |
| 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 | 4.5% |
| 7. 酒税法上の区分 | 発泡酒 |
| 8. 販売予定数 | 約1,420万ケース（180,000KL）※大びん換算 |
| 9. 製造工場 | キリンビール北海道千歳工場、仙台工場、取手工場、横浜工場、名古屋工場、滋賀工場、神戸工場、岡山工場、福岡工場（全9工場） |

以上