

<速報>

35年目の「新・一番搾り」が大好評！

リニューアル後の販売数量が直近5年間で最多^{※1}

進化した新しいおいしさに加え、7年ぶりに新タレントを起用した広告も展開中

キリンビール株式会社（社長 堀口英樹）のフラッグシップブランド「キリン一番搾り生ビール（以下、一番搾り）」は、リニューアル後の9月1～2週目の販売数量が直近5年間で最多と、大変好評をいただいています。

※1 2024年9月2日～9月15日 当社出荷実績

「一番搾り」は、1990年の発売当時から「おいしいビールのもたらすうれしさを日本を明るくする」という志のもと、麦のおいしいところだけを搾る「一番搾り製法^{※2}」でつくるビールです。本年で発売から35年目を迎え、今回のリニューアルを通じて「一番搾り」のおいしさで、さらに日本中にうれしさを広げていきます。

※2 麦汁ろ過工程において最初に流れ出る一番搾り麦汁のみを使う製法

■「一番搾り」好調要因

① 味わいのバランスを向上させた、進化した新しいおいしさ

今回、ホップ配合の見直しと、仕込み時の温度変更を行い、バランスの良さはそのままに、より麦のうまみを感じられて、雑味がない味わいに進化しました。お客様からは「雑味がなく美味しい！」「こんなに美味しかったっけ、ってくらいに美味しい」「リピートしたい」といった好評の声が多く、高い味覚評価をいただいています。



表面

裏面

② 大規模な広告展開

7年ぶりに新たな広告タレントを起用した、大規模な広告展開を行っており、TVCM、交通広告などで多くのお客様との接点を拡大しています。

③ 残暑の影響で商機拡大

本年は9月前半も全国的に平年を上回る気温となっており、ビール需要が高まったと考えられます。

さらに本日以降「日本中の乾杯に感謝です！」のメッセージで、好調御礼の広告も順次配信予定です。



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」の新たなよこびを広げ、こころ豊かな社会の実現に貢献します。

<リニューアル概要>

■味覚の進化

・ホップ配合と仕込み時の温度の見直しにより、雑味を低減させ、味わいのバランスを向上させました。また、「一番搾り」本来の麦の味わいが感じられるようになりました。

■パッケージの進化

・聖獣麒麟・KIRIN BEER 帯を中心に配することで、フラッグシップとしての印象を強化しました。
・背景色のアイボリーをより明るくしたことで、金の文字色の印象を強化し、今の時代らしい「品質感」と「親しみやすさ」を付与しました。

■「一番搾り」担当者コメント

キリンビール株式会社 マーケティング本部 マーケティング部 ビール類カテゴリ戦略担当
ブランドマネージャー 中村 早織

「一番搾り」は、本当においしいビールをつくろうという想いからスタートしました。
発売から 35 年目を迎える本年、さらにおいしくリニューアルした「新・一番搾り」を通し、
皆さまの乾杯をもっとうれしく、笑顔溢れるものになりたいと、心から想っています。
「新・一番搾り」、ぜひお楽しみください。

