

「キリン 氷結[®]無糖」シリーズが大好評！最速で 13 億本^{※1} 突破！

3年連続二桁成長し、無糖チューハイカテゴリーをけん引するブランドとして 2024 年も過去最高の販売数量を更新！

キリンビール株式会社（社長 堀口英樹）が販売する、糖類・甘味料を一切使用せず仕上げた、甘くなく果実味が引き立つ「キリン 氷結[®]無糖（以下、氷結[®]無糖）」シリーズは、2024 年に過去最高の販売数量^{※2}を更新し、過去 20 年間に発売した当社 RTD^{※3}ブランド内において最速で 13 億本を突破しました。

※1 過去 20 年間に発売した当社 RTD ブランド内において最速。2020 年 10 月の発売以来 2024 年 12 月 31 日時点で達成（350ml 換算）

※2 氷結[®]無糖シリーズ 2024 年年間出荷実績

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

近年 RTD 市場は、2026 年 10 月の酒税改正まで現行の税率が維持されることを背景に、中長期的に伸長傾向にあり、注目が集まっています。また、食事中に RTD が飲用される機会が増えたことで、「食事に合う」「スッキリして甘くない」ことへのニーズが高まっています。RTD 市場において、商品名に「無糖」を冠した商品の構成比は、「氷結[®]無糖」が発売された 2020 年の 4%に対し、6 倍となる 24%まで拡大しています^{※4}。そのような市場環境の中、「氷結[®]無糖」シリーズは、これからも当社 RTD 内の売上 No.1 ブランド^{※5}として、存在感を増す「無糖チューハイ」カテゴリーをけん引していきます。

※4 日経 POS 情報 日経収集店舗 チューハイ分類のうち商品名に「無糖」を含むもの（全国年次 2020 年～2024 年）2024 年は 1-9 月の暫定値

※5 氷結[®]無糖シリーズ 2024 年年間出荷実績



■「キリン 氷結[®]無糖」好調要因

① 「甘くないおいしさ」「食事に合う」RTD の新しい楽しみ方が定着

当社が実施した調査では、お客様が RTD に求めるニーズとして「甘さが抑えられていそう」「食事と一緒に楽しむそう」などが増加しています。それに対し「氷結[®]無糖」シリーズならではの「余計な甘さがなく、飲みごたえのある味わい」や「レモン・グレープフルーツ・シークワーサー・ウメ」の多数のフレーバーから、「食事や気分に合わせて選べる楽しさ」などを評価いただいています。

② 「新しいおいしさ」を提案し続ける「氷結[®]」だからこそ「無糖」についても高い期待

「無糖チューハイ」に対して「味気ない」「お酒感が強い」という先入観を持つお客様も多い中で、2001 年の発売以来、時代に合わせた新しいおいしさを提案し続けている「氷結[®]シリーズ」だからこそ、「氷結[®]無糖」のおいしさに対しても高い期待と安心感を抱いていただき、手に取っていただいていると考えています。

③ リニューアルによる「新しいおいしさ」でさらに躍進

こだわり抜いて完成したリニューアル品の中味にお客様から高評価をいただいております。「余計な甘さを加えない」「飲みやすく・飲み飽きないおいしさ」といった「氷結[®]」ブランドならではのクオリティに磨きがかかったことが、販売好調につながっていると考えています。

■「氷結[®]無糖」シリーズ担当者コメント

麒麟ビール株式会社 マーケティング本部マーケティング部 商品開発研究所
中味開発グループ 主務 平野 誠



～私たちの自信作を、ぜひお試しください！～

「氷結[®]無糖」の「余計な甘さがない、飲みやすく・飲み飽きないおいしさ」を一人でも多くの人に届けたいという想いで研究開発を重ね、さらにおいしくなりました。

様々なフレーバーがありますが、単なるアルコール度数やフレーバーの違いだけでなく、お客様の好みやシーンに合わせて果汁や原料の配合を作り分けています。

レモン 7%は、食事に合うクリアなレモン感と、お酒としての飲みごたえのベストバランスを追求しました。

レモン 4%は、様々なシーンで気軽に楽しめるよう、みずみずしいレモン感の印象を高め、飲み飽きない味わいに進化しました。グレープフルーツ 7%は、お客様が求める豊かなグレープフルーツの果実感の印象を高め、スッキリとした後味との両立を実現しました。いずれも私たちの自信作となっていますので、ぜひお手にとってみてください！