

「キリンビール 晴れ風」絶好調！ 上方修正した年間販売目標の9割を突破

キリンビール株式会社（社長 堀口英樹）は、4月2日に新発売した17年ぶりのスタンダードビール新ブランド^{※1}「キリンビール 晴れ風（以下、晴れ風）」が好評につき、7月に上方修正した^{※2}年間販売目標の9割にあたる500万ケースを突破しました^{※3}。販売好調を受け、年末年始需要に向けて供給体制を整えます。

※1 プレミアム・クラフト・販売先限定品・既存ブランド派生品を除く

※2 当初年間目標約430万ケースから約550万ケースに上方修正（大びん換算）

※3 11月2日時点

これからも「晴れ風」を通じてビールカテゴリーに新しい風を吹かせ、さらなる市場の魅力化・活性化を推進していきます。

■「晴れ風」好調要因

「ビールとしてのうまみや飲みごたえ」と「飲みやすさ」を両立させたバランスの良い味わいと、晴れ風ならではの取り組みが共感を得て好評

① 味わいが高評価

「ビールとしてのうまみや飲みごたえ」と「飲みやすさ」を両立したバランスの良い味わいが、お客様からご好評をいただいています。ビールを普段飲まれる方はもちろん、最近ビール類を飲んでいなかった方の購入も多く、カテゴリー拡大に寄与しています。また、国際的なビアコンペティション「International Beer Challenge 2024」[International Beer Challenge 2024 - Welcome](#)のラガー部門で金賞を受賞し、世界でも晴れ風のおいしさが認められました。



② 晴れ風 ACTION への共感

これまでビールを飲むよこびを広げてくれた「日本の風物詩」を守り、そこに集まる人々の笑顔を未来につなげていく取り組みの「晴れ風 ACTION」。晴れ風は売上の一部を活用して、桜と花火大会の保全・継承に取り組んでいます。第一弾では「桜」、第二弾では「花火大会」をテーマに活動を行いました。どちらも開始約1カ月半で寄付目標金額の4,000万円を達成しました。「桜を守る活動を応援したい」「毎日楽しく参加している」など好意的な声を多数頂いています。

③ 夏の新コミュニケーションが高評価

夏の最盛期では、タレントを起用した大規模な広告展開を行い、TVCM、交通広告などで多くのお客様との接点を拡大しました。なおTVCMは、CM好感度調査のアルコール業類で7月、8月度の連続1位^{※4}を獲得するなど、高評価をいただいております。夏の爽やかな雰囲気の中で「晴れ風」を楽しむ様子を描き、「晴れ風 ACTION」についても改めて紹介したことで、新しいおいしさと取り組みに共感をいただき、これまでビールを飲んでいなかった方も含めた幅広いお客様に手に取っていただきました。

※4 CM総合研究所「消費者3000人の月例CM好感度調査7月度 銘柄別」調査対象期間：6/20～7/19

CM総合研究所「消費者3000人の月例CM好感度調査8月度 銘柄別」調査対象期間：7/20～8/19

記

1. 商品名	「キリンビール 晴れ風」
2. 発売地域	全国
3. 発売日	2024年4月2日（火）
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	5%
7. 純アルコール量	350ml 缶：14g、500ml 缶：20g
8. 製造工場	キリンビール仙台工場、取手工場、横浜工場、名古屋工場、滋賀工場、岡山工場、福岡工場

以上

（お客様お問い合わせ先）

キリンホールディングス株式会社 キリンビールお客様相談室（フリーダイヤル）0120-111-560

キリンホームページ www.kirin.co.jp *ホームページから商品画像を取得できます