

上方修正した年間販売目標を、11月末に早くも達成！

～“甘くないからレモンが引き立つ新しいおいしさ”でお客様ニーズの変化を捉え
「氷結[®]無糖 レモン」累計1,000万ケース^{※1}突破！～

キリンビール株式会社（社長 磯崎功典）は、2020年10月20日（火）に発売した、糖類・甘味料を一切使わずに仕上げた、甘くなくレモンの果実味が引き立つ「キリン 氷結[®]無糖 レモン」シリーズの販売数量が、累計1,000万ケースを突破しました。また、今年8月に当初計画の約2倍となる約880万ケースに上方修正した年間販売目標^{※2}を11月末に達成しました。

※1 2021年10月末時点(250ml換算) ※2 約880万ケース(250ml換算)

発売1年を迎えた「氷結[®]無糖 レモン」シリーズは、8月下旬製造品より「氷結[®]無糖 レモン Alc.7%」の中味・パッケージ、「氷結[®]無糖 レモン Alc.4%」のパッケージ（各350ml缶・500ml缶）をリニューアルし、多くのお客様から好評をいただいています。今後も引き続き「爽快なおいしさ」を軸にお客様に寄り添い、ブランドを育成していきます。

<好調の要因>

① 新規RTD^{※3}ユーザーの嗜好を的確に捉えた味わい

2020年10月の酒税法改正により、約10円の増税となった新ジャンルを中心に他カテゴリーから税率据え置きRTDにビール類ユーザーが流入しています。RTDが成長カテゴリーとなっている中、ビール類ユーザーはRTDに対し「甘くない味わい」や「果実感を楽しめること」、「食事に合う味わい」を期待しており、「氷結[®]無糖 レモン」の甘くなくレモンの果実味が引き立つ爽快なおいしさはそのニーズを捉え、お客様からの支持を獲得しています。

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

② コロナ禍による消費者ニーズの変化に合致

当社が実施した調査によると、在宅生活を充実させたいというニーズの高まりから、RTDを「食事やおつまみと一緒に」飲用するお客様が増加し、食中での飲用が高まっています。「甘くなく、食事に合う味わい」のRTDが求められている中、「氷結[®]無糖 レモン」の糖類・甘味料を一切使用せず仕上げた味わいが、食中に飲みたいニーズに合致しました。また、在宅時間が増えたことで、心と体をケアしたいというニーズに、無糖という価値が支持されています。



キンググループは、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 | ①「キリン 氷結 [®] 無糖 レモン Alc.7%」
②「キリン 氷結 [®] 無糖 レモン Alc.4%」 |
| 2. 発売地域 | 全国 |
| 3. 容量・容器 | 350ml・缶、500ml・缶 |
| 4. 価格 | オープン価格 |
| 5. アルコール分 | ①7% ②4% |
| 6. 酒税法上の区分 | スピリッツ（発泡性）① |
| 7. 販売予定数量 | 「キリン 氷結 [®] 無糖 レモン」シリーズ計：
約880万ケース（53,000KL）※250ml×24本換算 |
| 8. 製造工場 | キリンビール取手工場、名古屋工場、岡山工場、キリンディステラリー富士御殿場蒸溜所
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

企業情報 Web サイト <https://www.kirinholdings.com/> 商品・サービス情報 Web サイト <https://www.kirin.co.jp/>