

「キリン のどごし<生>」をリニューアル！ ～「ダントツ^{※1}爽快感！」にフォーカスしたリニューアルとコミュニケーションで、 コロナ禍でも「スカッと明るく元気な気持ち」を喚起！～

キリンビール株式会社（社長 堀口英樹）は、当社新ジャンルカテゴリーで最大ブランドの販売数量を誇る「キリン のどごし<生>（以下、「のどごし<生>）」をリニューアルして、4月製造品から順次切り替えます。

※1 当社新ジャンル商品において

コロナ禍の直近1年間の変化として困っていることに「気分が沈み、気が晴れない」ことを挙げる人が4割以上存在^{※2}する中で、日常の中で「スカッとする気持ち」や「明るくなれる気持ち」を求めるお客様の声が増加^{※3}しています。

※2 内閣府 満足度・生活の質に関する調査 2021

※3 キリンビール調べ

「のどごし<生>」は2005年の発売以来、強みである「ゴクゴク飲める爽快なうまさ」と、「スカッと明るくなれる気持ちをもたらす」独自のブランド価値を高く評価いただいている、当社新ジャンルカテゴリーで最大の販売数量を誇る商品です。

今回のリニューアルでは、ドイツ産ヘルスブルッカーホップの増量により飲みごたえを向上し、発酵工程の調整によりすっきりとしたキレを実現することで、お客様が新ジャンルに期待する「爽快感」を強化しました。また、「ダントツ爽快感！」をキーメッセージに据えたコミュニケーションを展開することで、当商品を通じた「スカッと明るく元気な気持ち」を喚起します。

当社は、「のどごし<生>」ブランドをお客様に体感いただくことで、お客様が新ジャンルカテゴリーに求める「爽快感」と、長引くコロナ禍で求められている、明るくなりたい気持ちを満たす「スカッと明るくなれる時間」を提供し、ビール類市場の活性化を目指します。

■リニューアルの特長

●中味

飲んだ瞬間の「グツとくるうまさ」、飲んだ後の「後キレ」を進化させることで、「ダントツ爽快感！」を実現

ドイツ産ヘルスブルッカーホップの増量で飲みごたえを向上し、発酵工程の調整により、さらにすっきりとしたキレを実現しました。

●パッケージ

「直観的で分かりやすい」ビール類シズルで「飲みたい！」気持ちを喚起するデザイン
 液面の動き・垂れ泡の立体感を強化し、直観的なおいしさを表現しました。

●広告・プロモーション

「ダントツ爽快感！」をキーメッセージに TVCM、店頭、デジタル施策、サンプリングなどあらゆる接点で本商品を通じた「スカッと明るく元気な気持ち」を伝え、トライアル飲用を最大化します。



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 | 「キリン のどごし<生>」 |
| 2. 発売地域 | 全国 |
| 3. 発売日 | 2022年4月製造品より順次切り替え |
| 4. 容量・容器 | 250ml 缶、350ml 缶、500ml 缶、15L 樽 |
| 5. 価格 | オープン価格 |
| 6. アルコール分 | 5% |
| 7. 酒税法上の区分 | その他の醸造酒（発泡性）② |
| 8. 販売予定数 | 約 2,050 万ケース（260,000KL） ※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

（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/>