

国産ウイスキー上半期販売数量は前年比 140%と好調！ ～「キリンウイスキー 陸」は 2 倍超に成長～

キリンビール株式会社（社長 堀口英樹）が販売する国産ウイスキーカテゴリーは、2022年1～6月の累計販売数量が、市場を上回る前年比 140%と好調に推移しました。中でも、今年4月にリニューアルした「キリンウイスキー 陸」は、同期間で前年比 216%と大きく伸長し、当社国産ウイスキーカテゴリーの好調をけん引しました。

当社は、10年先のキリンビールを支える事業として国産ウイスキー事業に注力しています。今後持続的成長を達成するために、「国産ウイスキーへの注力」および「海外への輸出強化」に重点を置き、富士御殿場蒸溜所のウイスキー「陸」・「富士」のブランド育成を加速させていきます。

<国産ウイスキー好調トピックス>

① 富士御殿場蒸溜所が世界に誇る「キリン シングルグレーンジャパニーズウイスキー 富士」 続々と海外進出

- 「キリン シングルグレーンジャパニーズウイスキー 富士」を今年の3月からオーストラリアへ、6月から中国へ輸出を開始しました。また以前より販売をしていたアメリカにおいては、3月時点で8州での展開でしたが、直近の7月では14州へと拡大しており、上半期累計輸出金額は前年約6割増と大変好調です。その味わいは世界的にも高く評価されており、2021年の販売数量は国内で約3倍以上、海外では約20倍以上となるなど、国内外で大きく伸長しています。当社は2025年までに販売金額で「富士」ブランドの海外比率50%を目指し、ジャパニーズウイスキーの魅力の世界に発信していきます。



② 「キリンウイスキー 陸」4月のリニューアル以降、絶好調！

ウイスキーカテゴリーでは珍しい、SNSを活用したパウチのサンプリングプロモーションを実施

- 「キリンウイスキー 陸」は、リニューアルした「品質の良さを感じながら、手に取りやすく親しみやすいパッケージデザイン」と「おいしさ本格、新しいウイスキー※¹へ」の新コミュニケーションが好評で4月のリニューアル以降、6月までの累計販売数量が前年比約3倍で推移し、上半期累計販売数量においても前年比216%と市場平均を大きく上回りました。当社調査によると購入背景として「どんな味がするか興味をもったから」「品質が良さそうだったから」という点が挙げられており、これまでウイスキーに対して興味なかったお客様に対する「ウイスキーという新たな選択肢のご提案」につながりました。味覚に関しては、「香りがあっておいしい」「コクがある」などの声があり、パッケージから感じる品質の良さと、おいしさへのこだわりの製法である「小樽熟成」や「ノンチルフィルタード製法※²」も評価されています。今回のリニューアルで富士御殿場蒸溜所の多彩な原酒を主体としたブレンドへ変更したことが好調に寄与したと見ています。
- 新しくなった「キリンウイスキー 陸」のおいしさを実感頂くため、ウイスキーカテゴリーでは珍しいパウチを使用した、飲み切りサイズの大規模サンプリングをリニューアル時より実施しました。SNSでのプロモーションでは、当選者2万名に対して、6.5倍の約13万名様のご応募をいただきました。SNS上でも実際に飲んだ感想として、「おいしい」「コク」「華やか」「香り」などの言葉が挙げられており、リニューアル前と比較してもSNS上の発話量は253倍※³に拡大し、大好評いただいています。今後も多くのお客様においしさを実感いただくために、今年度は年間50万人へのサンプリングを実施していきます。



サンプリングをしたパウチ

※¹ ウイスキーを身近にしたいという陸の思い

※² 一般的なウイスキーは、びん詰め前に冷却ろ過をするのに対し、冷却ろ過をしないことで香味成分がほとんど析出せず、原酒本来の味わいを損なわない製法

※³ 2022年3月29日～4月4日と4月5日～4月11日との比較

③ 原酒不足への対応

- 富士御殿場蒸溜所では、約80億円を投資して設備増強を実施し、2021年より稼働開始しました。熟成庫のリニューアル・大型化等により、保管能力を約2割増強し、発酵・蒸留設備として、小型発酵タンク4基、蒸留器2系列を新たに導入しました。



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。

（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/>