

「キリン 本搾り™プレミアム」シリーズが発売から約5カ月で 年間の販売目標を達成し好調！

キリンビール株式会社（社長 堀口英樹）が、“果実とお酒だけでつくる”「キリン 本搾り™（以下、本搾り™）」ブランドから2月27日（火）に新発売した「キリン 本搾り™プレミアム（以下、本搾り™プレミアム）」シリーズが、販売開始から約5カ月で年間販売目標の60万ケース※¹を突破し、好調に推移しています。また、「本搾り™」も1-6月累計で前年比105%※²と好調です。

※¹ 350ml×24本換算

※² 「本搾り™ チューハイ グレーフルーツ/レモン/ピンクグレープフルーツ/オレンジ」計

「本搾り™」は、「おいしく果実を味わえるお酒で、お客様の今日をしあわせで満たす」ことを目指しているブランドです。「果実とお酒でつくる」おいしさで、多様化するRTD※³ ニーズの中、お客様へ「本搾り™」ならではの価値を提供していくことで、伸長するRTD市場のさらなる活性化を図ります。

※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

好調要因について

①「本搾り™」ブランドならではのブレンドの技術を生かした新しいおいしさが高評価

「本搾り™プレミアム」は、“果実とお酒だけでつくる”こだわりは守りながら、これまで培ってきたブレンドの技術を生かし、チューハイで馴染みのある複数の果実に、香り高さが特長の国産柑橘をブレンドした複雑味ある豊かな果実感が感じられるおいしさです。この新しいおいしさが評価をいただき、これまでではビールを主飲しており、RTDを飲んだことがないお客様を中心にトライアルにつながりました。



②すっきり甘くないRTDへのニーズや、お酒の原材料・製法への関心の高まり

昨今の健康への意識の高まりや食事シーンでの飲用機会の増加により、すっきり甘くない味覚のRTDが好まれる傾向にあります。また、コロナ禍を契機とした生活の質への意識から、お酒の原材料や製法への関心が高まっています。「本搾り™」は、「果実とお酒だけでつくる」というこだわりをメイン価値として2003年に誕生しました。誕生以来、香料・酸味料・糖類無添加の製法を守り続けるこだわりの品質と、本格的な果汁感がありながらすっきりとした味覚を守り続けています。「本搾り™プレミアム」発売をきっかけに、「本搾り™」を飲んだことのないお客様だけでなく、最近飲んでいなかったお客様の興味も喚起し、幅広いお客様に手に取っていただけたことが好調の要因と見えています。

キリングループは、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 本搾り™プレミアム 4種のレモンと日向夏」
②「キリン 本搾り™プレミアム 3種の柑橘とシークワーサー」 |
| 2. 発売日 | 2024年2月27日（火） |
| 3. 発売地域 | 全国 |
| 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 | ①6%②5% |
| 7. 純アルコール量 | ①350ml缶：16.8g、500ml缶：24g
②350ml缶：14g、500ml缶：20g |
| 8. 製造工場 | ①②キリンビール仙台工場・取手工場・名古屋工場・岡山工場、
キリンディスティラリー 富士御殿場蒸溜所 |

以上