

～“大麦増量”と“仕込新技術採用”で、「卓越したうまさと品質」からさらに進化！～

新しい「本麒麟」、完成。

～発売2年目となる**2019年の販売数量は、前年比6割増の快進撃！**

2020年目標は前年比約126%となる約1,900万ケース※1～



キリンビール株式会社（社長 布施孝之）は、「本麒麟」（350ml 缶、500ml 缶）の味覚とパッケージデザインをリニューアルし、1月中旬製造品から順次切り替えます。2020年の販売目標は、前年比約126%となる約1,900万ケースで、2年連続の飛躍的な成長を目指します。

※1 大びん換算

節約志向が高まる中、2019年の消費税増税を機に、低価格でありながら高品質な商品やサービスがお客様の支持を広げており、“身近なものこそ、きちんとしたいもの”を選択する傾向が高まっています。

「本麒麟」はビール類に期待される“力強いコクと飲みごたえ”を味わえる商品としてお客様から高く評価いただき、発売2年目も10カ月※2連続で前年販売実績を上回り、年間計で前年比6割増となるなど快進撃を続けています。

※2 2018・2019年の3～12月を比較

今回のリニューアルでは、大麦を増量し、仕込過程に新技術を採用することで、「本麒麟」の強みである「ビールに近い卓越したうまさと品質」を一層強化しました。当社は今後も新しくなった「本麒麟」を通じて、ビール好きの方により幸せな時間を提供し、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

爽やかな苦味がありながら、より力強いコクと飲みごたえが味わえるうまさ

- ・大麦増量によって、コクと飲みごたえを高めました。
- ・仕込過程で新技術を採用し、さらなるコクを付与しました。

●パッケージ

キリンが造りこんだ本格的なうまさ・品質の高さを直感的に伝達するデザイン

- ・「聖獣麒麟」エンブレムの影を濃くすることで印象を強め、「本麒麟」ロゴを拡大することで、卓越したうまさと品質がより直感的に伝わるデザインに仕上げました。
- ・リニューアル期は、「新」デザインを裏面に採用し、「本麒麟」が新しくなったことを伝えていきます。

●広告・プロモーション

- ・「新しい本麒麟、完成。」のニュースを、あらゆる接点で圧倒的な量・質で発信し、お客様の“うまさ”への期待を醸成します。



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 | 「本麒麟（ほんきりん）」 | |
| 2. 発売地域 | 全国 | |
| 3. 発売日 | 2020年1月中旬製造品より順次切り替え | |
| 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 | 6% | |
| 7. 酒税法上の区分 | リキュール（発泡性）① | |
| 8. 販売予定数 | 約1,900万ケース（240,000KL）※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 |