

「午後の紅茶 ストレートティー／ミルクティー／レモンティー」 リニューアルから発売 1 カ月の発売数量が 5,000 万本突破！

～“夏のアイスティー”を通じた新たな価値・魅力発信で、さらなる紅茶市場の活性化へ～

キリンビバレッジ株式会社（社長 井上一弘）の「キリン 午後の紅茶 ストレートティー／ミルクティー／レモンティー」は、6月18日（火）のリニューアル発売から1カ月の販売数量が5,000万本を突破しました^{※1}。今年の販売数量は前年比115%と、好調に推移しています^{※2}。また、「キリン 午後の紅茶」ブランドの2024年上半期の販売数量も、前年比104.7%^{※2}と伸長しました。当社調べによると、「キリン 午後の紅茶 ストレートティー／ミルクティー／レモンティー」の購入者は、リニューアル以降、これまで紅茶飲料を購入する機会の少なかった方の割合が上昇しており^{※4}、アイスティー施策や多様なラインアップ展開が紅茶市場活性化に寄与したと考えられます。

※1 2024年6月18日（火）～7月17日（水）「キリン 午後の紅茶 ストレートティー／ミルクティー／レモンティー」全容量 当社出荷数量に基づく

※2 2024年6月18日（火）～7月17日（水） 当社出荷数量に基づく

※3 2024年1月～6月 当社出荷数量に基づく（前年同期比）

※4 2024年7月 キリン調べ

■好調の要因

① 「夏のアイスティー」を風物詩にする継続的なプロモーション

紅茶カテゴリーは秋冬の需要に高まり、清涼飲料市場の最盛期である夏も需要については課題がありました。「午後の紅茶」ブランドは、『夏の暑い日にこそ「午後の紅茶」を冷たいアイスティーで、すっきりと、そしてゆっくり心安らぐ時間を過ごしてもらいたい。紅茶を特別な飲み物ではなく日常的な飲み物にしたい』という思いから「夏のアイスティー」を、CM、交通広告、デジタル広告をはじめとした、さまざまプロモーションで展開しています。

4月からは「キリン 午後の紅茶」で使用しているスリランカ産紅茶葉と品質にフォーカスを当てたCM「紅茶の聖地」篇を放映し、6月の「キリン 午後の紅茶 ストレートティー／ミルクティー／レモンティー」のリニューアルのタイミングより、暑い季節に冷たいアイスティーを味わいながら、ゆっくりと過ぎる夏の午後を楽しむ様子を描いたCM「ゆっくり溶ける午後」篇・「涼しそうな日時計」篇を放映し、紅茶を飲みたくなる気持ちを高めるプロモーションを継続的に行ってきました。

X（旧 Twitter）では夏のアイスティーに関する発話が4万2000件以上^{※5}あり、多くのお客様に夏のアイスティーを楽しんでいただいています。

※5 2024年6月18日（火）～7月31日（水）Sprinklr 調べ

② 全国各地で実施されているアイスティー体験

7月12日（金）～17日（水）に東京・名古屋・大阪の3会場で「夏のアイスティースタンド」を実施しました。延べ1万人以上のお客様に、氷のたっぷり入ったカップで「キリン 午後の紅茶」アイスティーの魅力を感じていただきました。



③ 紅茶文化の浸透と、ティースパークリングやフレーバーティーなど、選択肢の多様化

直近では、紅茶専門店、ティースタンドなどが増加傾向にあり、紅茶飲料の多様化が進むなど、日本に紅茶文化が定着しつつあります。この環境の中、「キリン 午後の紅茶」からもティースパークリングの「午後の紅茶 Sparkling ライチスカッシュ」（7月2日（火）発売）と無糖のフレーバーティーの「午後の紅茶 TEA SELECTION SUMMER BLEND ICE TEA」（7月9日（火）発売）を期間限定で発売しました。いずれの商品も紅茶低関与層^{※6}が購入者の4割以上を占めており^{※7}、これまで紅茶を飲用する機会が少なかったお客様にも、さまざまな紅茶の楽しみ方をお届けすることができました。

※6 2カ月～年1回程度の頻度で紅茶を飲む人または全く紅茶を飲まない人

※7 2024年7月 当社調べ

<担当者コメント> キリンビバレッジ株式会社マーケティング部ブランド担当 川名翔子

「キリン 午後の紅茶」は、「茶葉から淹れた本物の紅茶で、日本に紅茶文化を創ろう」という思いから、1986年に日本初^{※8}のペットボトル入り本格紅茶として誕生しました。紅茶飲料売上 No.1 ブランド^{※9}として、日本に紅茶文化を定着させることを目指し、昨年より季節にあわせた飲用シーンの創造・提案を行っています。今年は6年ぶりに中味・デザイン・容器^{※10}のフルリニューアルを行い、好評をいただいています。新しくなった「キリン 午後の紅茶」を、飲み物の最盛期である夏

にアイ스티ーとして楽しんでいただくことで、暑い日の素敵な体験を広げていきたいと考えています。

※8 「株式会社食品マーケティング研究所調べ（1986年当時の主要飲料販売メーカー及び製罐メーカーを対象としたヒアリング調査による）」

※9 インタージ SRI+ 紅茶ドリンク市場 2023年1月～2023年12月 累計販売金額

※10 手売り用の500ml ペットボトルのみ

また、「キリン 午後の紅茶」は、星野リゾート BEB とタイアップし、8月31日（土）まで、BEB5 軽井沢・土浦・沖縄瀬良垣の3施設で、各施設限定のアイ스티ー体験を実施しています。期間中は延べ1万5,000人のお客様にアイ스티ー体験をお楽しみいただく予定です。

2024年の「午後の紅茶」は、“紅茶の幸せを広げるブランド”として、人と社会を健やかにする商品や健康・コミュニティ・環境への取り組みなどを通じて、お客様と社会に幸せを届けていきます。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。

（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 キリンビバレッジお客様相談室（フリーダイヤル）0120-595-955

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>