

2025年 キリンビール事業方針 ～全員でお客様価値の創造にチャレンジ～

キリンビール株式会社（社長 堀口英樹）は、激しい環境変化の中でも、「お酒の未来を創造し、人と社会に、つながるよるこびを届け続ける会社となる」ため、全員でお客様価値の創造にチャレンジし、CSV^{※1}経営を推進することで、お客様と社会に貢献していきます。

※1 Creating Shared Value の略。お客様や社会と共有できる価値の創造

1. 2024年の振り返り

2024年のビール類市場全体は、前年比97%程度と見込まれます。その内、ビールカテゴリーの構成比は、ビール新商品発売や各社ビールカテゴリー強化などの影響により17年ぶりに55%超えと推計します。

当社は、「全員でお客様価値の創造にチャレンジ」をテーマに、「強固なブランド体系の確立」と「新価値を提供する事業・ブランドの着実な成長」の2つの戦略を軸に取り組みを強化しました。ビール類計は1億1,180万箱^{※2}、ビールカテゴリーでは、主力商品の「キリン一番搾り生ビール」ブランドがリニューアル効果により前年プラスで着地するとともに、4月に発売した17年ぶりのスタンダードビール新ブランド^{※3}「キリンビール 晴れ風」が目標比約3割増と市場をけん引しました。また、「キリン 氷結[®]」ブランドはスタンダード・無糖を中心に幅広い世代のお客様へのご提案による間口の拡大を実現し、ブランド全体でも2001年のブランド発足以降、過去最高販売数量を更新しています。

※2 大びん換算

※3 プレミアム・クラフト・販売先限定品・既存ブランド派生品を除く

【2024年販売実績】

| ビール類計 | RTD計 | 洋酒計 | ノンアルコール飲料計 |
|-----------|---------|---------|------------|
| 1億1,180万箱 | 5,340万箱 | 278億円 | 330万箱 |
| (-1.9%) | (+5.8%) | (+5.1%) | (-2.5%) |

*【単位】ビール類・ノンアルコール飲料：大びん633ml×20本換算、RTD：350ml×24本換算

*販売数量はKLから万箱に換算後、1桁目を四捨五入し10万ケース単位で算出

*ノンアルコール飲料は、ノンアルコール・ビールテイスト飲料とノンアルコールRTDの合算

2. 2025年の取り組み

2025年は、引き続き「全員でお客様価値の創造にチャレンジ」をテーマに、「お酒の未来を創る両面のアクション」、「お客様価値の創造に向けたブランド育成」を軸とした事業戦略で取り組み、お客様に価値をお届けすることで、社会的価値と経済的価値を両立し、持続可能な事業の発展を実現していきます。

(1) お酒の未来を創る両面のアクション

「お酒の未来を創る両面の取り組み」を通じて、つながるよるこびを届け続けることにチャレンジしていきます。1つ目はキリンビールの各ブランドを人と人、人と社会をつなげるためのアクションと紐づけ、新たに「つながるよるこびを、未来へ」のストーリーを設定し、年間を通じてコミュニケーションすることで、お酒のもつポジティブな価値を感じていただく取り組みを実行していきます。2つ目は酒類事業を営む企業として、アルコールの有害摂取根絶に向けて取り組むとともに、節度ある飲酒文化の醸成とこころ豊かな社会の実現を目指し、未来に向けた責任を果たしていきます。

(2) お客様価値の創造に向けたブランド育成

お客様や社会の変化・ニーズを捉え、我々のもつブランドを育成し、人と社会につながるよるこびを提供することで、新しいお客様価値の創造しながら、お酒の未来を創るイノベーション創出にチャレンジしていきます。

【2025年販売目標（金額ベース）】

| ビール類計 | RTD計 | 洋酒計 | ノンアルコール飲料計 |
|-------|------|-----|------------|
| ±0% | +6% | +6% | +12% |

*金額ベース（前年比）

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」の新たなよるこびを広げ、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/>