

「キリングッドエール」、発売から約 10 カ月で累計販売本数 1 億本^{※1}を突破 独自のおいしさとブランドアクションへの共感により、幅広い支持を獲得

キリンビール株式会社（社長 堀口英樹）が展開する「キリングッドエール（以下、グッドエール）」は、2025 年 10 月の発売から約 10 カ月で、累計販売本数が 1 億本を突破しました。当社が過去 15 年間に発売した高価格帯ビールの中で最も好調な売れ行きとなっています。

※1 350ml 換算 2026 年 8 月 7 日時点

「グッドエール」は“今までにないおいしさ^{※2}とブランドアクション「グッドエール JAPAN」を通じて、日本中に明るさをつないでいくビールとして誕生しました。その好調を支える要因は、大きく 2 つあります。

1 点目は、「グッドエール」独自のおいしさによる新しい飲用機会の創出です。素材や製法にこだわったエールビールである「グッドエール」は、ビールをよく飲まれるお客様にとっては“もう一つの定番ビール”として、ビールを日常的に飲まれたいお客様にとっては“エントリービール”としての新たな楽しみ方を提供しています。

2 点目は、「ビールの力で日本の未来を明るくしたい」というブランドの思いに対する共感の広がりです。その思いを伝えるコミュニケーションや全国各地での活動に、多くのお客様から共感の声をいただいております。「グッドエール JAPAN」を通じた累計寄付金額は 5,000 万円を突破^{※3}しています。

※2 当社ビール比

※3 2025 年 10 月 7 日～2026 年 7 月 29 日の累計

当社は「グッドエール」を通じて、これまでになかったビールの新しい価値をお客様にお届けし、ビール市場のさらなる魅力化・活性化を推進していきます。

■「キリングッドエール」好調要因

① 独自のおいしさによる新たな飲用機会の創出

近年ビールの楽しみ方として、複数のビールブランドを購入するお客様が増加しています。ご自身の定番ブランドを飲用しながら、その日の気分で違うビールを楽しむ、という飲み方が広がっています。「グッドエール」はビールをよく飲まれるお客様から、いつもとは違う味わいや気分を楽しみたい時に選ぶ“もう 1 つの定番ビール”として支持をいただいています。お客様からは「普段の晩酌で気分を変えたい時に飲む」「柑橘系の香りが心地よく、気分が上がる」といった声をいただくなど、フルーティさに特徴のある味わいで、お客様の味や気分を変えたいというニーズを捉えています。

また、ビールを日常的に飲まれたいお客様に対しては、“エントリービール”として新たなビールの飲用機会を生み出しています。お客様からは「ビールの新たなおいしさに出会えた」「ビールのイメージが変わった」といった声もいただいています。

② 「ビールの力で日本の未来を明るくしたい」という思いに対する共感の広がり

未来に向けて人と人とのつながりをつくり、日本各地の地域コミュニティを元気にする活動を、売上の一部を活用して支援する「グッドエール JAPAN」の寄付金額は、2025～2026 年目標額の 4,000 万円を上回り、5,000 万円を突破しました。

お客様からは、「いつものビールで日本の未来へちょっとでも良いことができるならうれしい」、自治体の皆さまからは「人と人とのつながりを大事にして発展させてきた活動をさらに大きくすることができてうれしい」など、ブランドアクションへの大きな共感をいただいています。



記

1. 商品名	「キリングッドエール」
2. 発売地域	全国
3. 発売日	2025 年 10 月 7 日（火）
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	5%
7. 純アルコール量	350ml 缶：14g、500ml 缶：20g
8. 製造工場	キリンビール仙台工場、取手工場、滋賀工場、岡山工場

以上

（お客様お問い合わせ先）

麒麟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
麒麟ホームページ www.kirin.co.jp * ホームページから商品画像を取得できます