

「キリン 氷結[®]無糖 レモン」が絶好調！ 2022年1-2月で前年比7割増を記録！ ～“レモンがキリッと、かつてない新しいおいしさ”が大好評で 当社のRTD^{※1}として最速^{※2}で累計3億本^{※3}突破～

キリンビール株式会社（社長 堀口英樹）は、糖類・甘味料を一切使用せず仕上げた、甘くなくレモンの果実味が引き立つ「キリン 氷結[®]無糖 レモン」シリーズが、2020年の発売以来累計3億本を突破し、2022年1-2月の販売数量が前年比7割増となるなど、好調に推移しています。

※1 Ready to Drink の略。栓を開けてそのまま飲める低アルコール飲料

※2 過去10年に当社が発売したRTD内において

※3 250ml換算/2020年10月から2022年1月の販売数量

近年のRTD市場は、2020年10月の酒税法改正とコロナ禍における消費者ニーズの変化により、特にビール類からの流入が顕著で、拡大傾向が続いています。中でも、もともと最大ボリュームだったレモンフレーバーの構成比は、2021年ではカテゴリーの半分^{※4}を占め、お客様からの支持が継続的に拡大しています。

※4 インタージ SRI 拡大推計販売容量、レモン派生フレーバー含む

当社が実施した調査によると、ビール類ユーザーがRTDに期待していることとして「甘くない味わい」や「果実感を楽しめること」に加え、「食事に合う味わい」への期待がより一層高まっていることが分かっています。また、長引くコロナ禍の生活により在宅時間が増え、普段の生活で自分の心と体をケアしたいというニーズも高まっています。

このような「甘さはいらないが果実感欲しい」「食事と一緒に楽しみたい」「自分の体を気遣いたい」というお客様のニーズを捉えた「氷結[®]無糖 レモン」シリーズは、「甘くなくレモンの果実味が引き立つ爽快なおいしさ」「無糖」という価値でお客様の支持を獲得し、2021年には、年初計画の約2倍に上方修正した年間販売目標を11月末に達成し、最終的には目標に対して1割増となる1,020万ケース^{※5}で着地しました。

2022年2月には「キリン 氷結[®]無糖 レモン Alc.9%」（各350ml缶・500ml缶）を発売してラインアップを強化しており、引き続きRTD市場における「無糖」カテゴリーをけん引してさらなるRTD市場の活性化を目指します。

※5 250ml×24本換算

＜好調の要因＞

① 新規流入ユーザーの嗜好を的確に捉えた味わい

スッキリと甘くない、爽快な「無糖レモン」の味わいが、酒税法改正をきっかけとしたRTDへの新規流入ユーザーであるビール類ユーザーの嗜好を的確に捉えました。

② 消費者ニーズの変化を捉えた「氷結[®]無糖 レモン」ならではの価値

長引くコロナ禍により在宅時間が増え、運動不足などからお客様の健康意識が高まる傾向にあります。また、より質のいいものを選びたいという意識が高まるなど、RTDにおいてもお客様のニーズの変化^{※6}が表れています。「無糖」という価値に加え、果汁を搾汁した後、清澄化して渋味・雑味を取り除き、氷点下で凍結させ、まるで搾りたてのようなおいしさを実現する「氷点凍結果汁」を使用している「氷結[®]」ならではの価値が、コロナ禍で変化したお客様ニーズを捉えました。

※6 当社調べ



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」の新たなよここびを広げ、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/>