

新「キリン グリーンズフリー」販売絶好調！ 発売後7週間で1,000万本^{※1}を突破 ～販売数量は4月・5月累月前年比2.3倍～

キリンビール株式会社（社長 堀口英樹）が4月19日（火）よりリニューアル発売した、ノンアルコール・ビールテイスト飲料「キリン グリーンズフリー」の販売が好調で、発売から7週間で、1,000万本を早くも突破しました。リニューアル発売後の4月・5月における販売数量は、累月前年比2.3倍と好調に推移しています。また、「キリン グリーンズフリー」の発売前後4週間の比較においてノンアルコール・ビールテイスト飲料市場は約2割増^{※2}となり、市場の活性化に貢献しています。

※1 350ml換算 ※2 インターズ SRI 調べ（対象期間 2022年3月21日週～5月9日週）

当社は、「キリン グリーンズフリー」の販売強化により、今後もノンアルコール・ビールテイスト飲料を“お酒が飲めない時に代替として飲む”といった消極的な飲用から、“リフレッシュしたい時に、飲み物の選択肢の一つとして好んで飲む”といった積極的な飲用のカテゴリーに進化させます。

■「キリン グリーンズフリー」好調の要因

① 「大人のリフレッシュシーン」への新提案が奏功し、高い間口（購入率）を獲得

「キリン グリーンズフリー」は、「大人のリフレッシュシーン」への新提案を体現した爽やかなエメラルドグリーンのパッケージおよび新 CM が好評で、発売初週においてノンアルコール・ビールテイスト飲料商品の平均値を上回る高い間口を獲得^{※3}しました。また、当社調査によると、「キリン グリーンズフリー」のブランドイメージとして「今の時代に合っている」「リフレッシュできそう」「爽やか」が他商品と比較して高いスコアを獲得しており、独自のブランド価値創出につながっています。

※3 インターズ SCI 調べ（対象期間 2022年4月18日週）



② 「おいしさ」への期待から、“直近の1年間でノンアルコール・ビールテイスト飲料を飲用していない”新規購入者が増加

「キリン グリーンズフリー」の新規購入者において、“直近の1年間でノンアルコール・ビールテイスト飲料を飲用していないお客様”の数はリニューアル前と比較して約5倍^{※4}に増加しました。

購入背景として当商品が「おいしそうだから」が多く挙げられており、これまでお客様が持つノンアルコール・ビールテイスト飲料に対する「おいしくなさそう」という先入観の払拭につながっていると見えています。また、「おいしそう」なブランドイメージの背景として、パッケージから感じる品質の良さ、および、商品特長である「3種ホップ」や「日本初^{※5}の製法」が寄与していると考えられます。

※4 インターズ SCI 調べ（対象期間 2022年4月18日週～5月9日週・2021年2月22日週～3月15日週）

※5 麦やホップの香りの良さを引き出した、ノンアルコール・ビールテイスト飲料の製法として日本で初めて採用（特許 6786699号）

③ 「3種ホップ香る、爽やかなおいしさ」で高いリピート率を獲得

当商品は、希少ホップを含む3種類のホップをブレンドし、素材の良さを引き出す日本初の製法を採用することで、ビールに近い爽やかな味わいと清々しい後味を実現しました。トライアル購買したお客様のリピート率は、リニューアル前商品の約1.5倍^{※6}にまで進化した。本商品の圧倒的なおいしさにより一度飲用したお客様の生活に定着しています。

※6 インターズ SCI 調べ 発売6週時点のリピート率

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	「キリン グリーンズフリー」
2. 発売地域	全国
3. 発売日	2022年4月19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	0.00%
7. 販売予定数	約110万ケース（14,000KL）※大びん換算
8. 製造工場	キリンビール取手工場、滋賀工場、岡山工場

以上

（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/>