

午後の紅茶の“夏のアイスティー”が好評！ ～「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 6～8月累月の販売数量は前年比約2割増と3か月連続で伸長～

キリンビバレッジ株式会社（社長 吉村透留）が6月6日（火）にリニューアル発売した「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6～8月累月の販売数量は、前年比約2割増となり、3か月連続で伸長しました。また、「午後の紅茶」ブランド全体における6～8月累月の販売数量も前年を上回り、3か月連続で伸長しています。

清涼飲料水全体の販売数量は、止渴系飲料を中心に6～8月の夏場に伸長する一方で、紅茶カテゴリーは季節による販売数量の変動が少ないことから^{※1}、飲料最盛期である夏に伸長機会があると考え、今年は夏ならではの“アイスティー”のおいしさや魅力を伝えるコミュニケーションや店頭施策を展開しました。その結果、清涼飲料市場と紅茶飲料市場全体の夏場の販売は前年比100%と推移している中^{※2}、「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6～8月までの販売数量は3か月連続で前年を上回り、好調に推移しています。9月以降は、ミルクティーを中心にホット商品での紅茶のおいしさや魅力を伝え、秋冬に紅茶が飲みたくなるシーンの提案を行っていきます。

※1 インテージ SRI+ 推計販売規模（容量）2019年1月～2022年12月 ※2 インテージ SRI+ 推計販売規模（容量）2022年・2023年6月～7月

2023年、「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して、お客様と社会に幸せを届けていきます。

<午後の紅茶の“夏のアイスティー”好調トピックス>

●“夏のアイスティー”としての紅茶を楽しむさまざまな施策を実施

6月のリニューアル時より、店頭やCM放映、デジタル配信を通して、氷の入ったグラスに「午後の紅茶」を注ぐひと手間をかけたアイスティーを提案することで、暑い夏に香りたつ爽やかな紅茶ならではのおいしさ、豊かな気持ちになる報酬感を伝えました。また、海辺で氷の入った透明感のあるアイスティーを飲むシーンなどを通じて、紅茶がもつ質感や休息感、夏にも紅茶を手軽に楽しめるイメージを伝えました。そのほかにも、アイスティーが飲みたくなる下記施策を実施しました。



- ① アイスティーの飲用体験（渋谷スクランブルスクエア、小田急代々木八幡駅、東海道新幹線車内、星野リゾート BEB5）
- ② 大型交通広告（渋谷駅ハチ公、小田急代々木八幡駅）

●“夏のアイスティー”施策の効果

① 「午後の紅茶」に対するお客様の意識の変化

当社調べによると^{※3}、6月の「午後の紅茶」ブランドのイメージは、リニューアル前の5月と比較して「今の季節に合っている」「品質が良さそう」の項目などに上昇が見られました。この結果から、アイスティー施策を通して、夏にも紅茶を楽しむ機会が広がったとみています。

※3 2023年6月 n=10,000



② 「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」の購入者数が全年代で増加

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」の購入者数を調査したところ、前年同時期と比較して全年代で増加し、特に10代が大きく増加しました^{※4}。

※4 インテージ SCI(15～69歳) 2022年・2023年6月 購入者数

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
企業情報 Web サイト <https://www.kirinholdings.com/>

（フリーダイヤル）0120-595-955
商品・サービス情報 Web サイト <https://www.kirin.co.jp/>