

家飲みニーズを捉え、RTD^{※1}市場が好調 けん引役のレモンフレーバー^{※2}は前年比約1割増^{※3} キリン RTD のレモンフレーバーは前年比約5割増で絶好調！



キリンビール株式会社（社長 布施孝之）は、2021年1-5月における当社RTDのレモンフレーバーの販売数量が、前年比約5割増となり、市場を大幅に上回って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 派生フレーバー含む ※3 インタージ SRI+ 拡大推計

近年の RTD 市場は、お客様の嗜好の多様化などにより拡大傾向が続いています。また、コロナ禍での家飲み需要は引き続き高く、特に RTD は「飲みやすい味わい」や「果汁感」などが支持されています。

中でも RTD 市場におけるレモンフレーバーの販売動向^{※3}は、2020年では前年比約3割増、2021年1-5月では前年比約1割増となるなど、お客様からの支持が継続しています。好調の理由としては、RTD に対する「すっきりしていて飲みやすい」「食事に合う」といった食中酒としてのニーズが伸長し、中でもレモンフレーバーの相性が良いこと^{※4}、また、RTD 市場でのレモンフレーバーの品揃えが豊富となっていること^{※3}などが挙げられます。

※4 キリン調べ

キリン RTD のレモンフレーバー好調要因

●コロナ禍で高まる健康意識による、糖類ゼロへのニーズ

コロナ禍において健康意識が高まる中、「余計なものを取りたくない」というニーズに応えた、糖類・甘味料を一切使用せず仕上げた「氷結[®]無糖 レモン」シリーズが好調で、2020年10月の発売以来累計で600万ケース^{※5}を突破^{※6}しました。また、2つのゼロ（糖類0^{※7}、プリン体0^{※8}）でスッキリ爽やかなおいしさが楽しめる「氷結[®] ZERO シチリア産レモン」は1-5月販売数量が前年比約3割増となるなど、多くのお客様に支持されています。

※5 250ml換算 ※6 2021年6月末時点 ※7 食品表示基準による ※8 100ml当たりプリン体0.5mg未満のものをプリン体0と表示

●コロナ禍でよりよいものを選択する傾向の高まりによる、高付加価値商品へのニーズ

当社が実施した調査によると、お客様が RTD に対して期待することとして「手間暇かけてつくられたもの」や「素材の良さを楽しめること」が挙げられるなど、RTD カテゴリーにも“素材感”や“品質感”が求められており、お酒に求めるニーズが広がっています。2021年3月に発売した「麒麟 発酵レモンサワー」は、発酵レモン^{※9}による香料・酸味料・甘味料無添加で、レモンが濃く爽やかにおいしい格別なおいしさへの評価が高く、発売から約4カ月で累計3,000万本^{※5}を突破しました。また、当社の RTD 史上初めて使用した「麴」^{※10}により「皮ごと搾りレモン」のうまみを丁寧に引き出した「キリン 麴レモンサワー」は、1-5月で年間販売目標の約6割にあたる117万ケース^{※5}を突破するなど、付加価値のある RTD のニーズが高まっています。

※9 発酵レモン果汁使用 ※10 米麴抽出物使用

●コロナ禍でよりよいものを選択する傾向の高まりによる、上質感へのニーズ

“麒麟が上質に仕立てた、これしかないうまさの特製サワー”をコンセプトとし、こだわり抜いたうまさで金賞三冠^{※11}を受賞した「キリン・ザ・ストロング 麒麟特製レモンサワー」の販売数量は、2021年1-5月で前年比約6割増と、大変好調です。

また、“果汁とお酒だけでできている、果実そのままのおいしさを楽しめるチューハイ”がコンセプトの「キリン 本搾りTM チューハイ レモン」も前年を上回って推移しており、品質感のある商品が支持されています。

※11 リニューアル前の商品で受賞

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/>