

「キリン 氷結[®]」ブランドが絶好調！ 6月単月の販売数量が過去最高を記録！ ～「氷点凍結果汁」で実現する「まるで搾りたてのおいしさ」が大好評～

キリンビール株式会社（社長 布施孝之）は、今年で生誕20周年を迎え、大幅リニューアル^{※1}を実施した「氷結[®]」ブランドが好調で、6月単月の販売数量が前年比112%となる約370万ケース^{※2}で着地し、2001年の発売以来6月単月では過去最高を記録しました。また、1-6月では、RTD^{※3}市場全体が前年比106%^{※4}で推移する中、「氷結[®]」ブランドは前年比108%となり、市場を上回りました。

※1 3月下旬製品より順次切り替え。「氷結[®]」（みかん、ウメ、パイナップル）と「氷結[®]ストロング」（サワーレモン、ライムシークワサー、ピーチ&マンゴー）はパッケージデザインのみリニューアル。「氷結[®] シャルドネスパークリング」は中味・パッケージともに4月製造品より順次切り替え。

※2 250ml換算

※3 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

※4 インテージ SRI+ 推定販売規模（容量）

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。コロナ禍での家飲み需要は引き続き高く、ビール類ユーザーのRTD飲用機会は増加しています。ビール類併飲層のお客様がRTDに期待することとして「爽快な飲み心地」「食事に合う」「雑味のない／クリアな味わい」^{※5}などが上位に挙がり、「スッキリした味」「果汁感が楽しめる」「飲みやすい」という点が評価されている「氷結[®]」は、RTDユーザーはもちろん、これまでRTDになじみのなかったビール類ユーザーにも好評です。

※5 20年11月キリンビール調べ

<好調の要因>

① リニューアル後、ビール類ユーザーの流入が加速

リニューアルした「氷結[®] シチリア産レモン」の購入率は、リニューアル前と比較して全体で約140%と伸長する中、ビール類ユーザーは約160%と大きく伸長し^{※6}、「氷結[®]」ブランドの好調をけん引しています。

② おいしさへの高いお客様評価を獲得

当社が実施した「氷結[®] シチリア産レモン」に関する調査^{※7}では、約9割の方が「これまで飲んだレモンチューハイの中で一番おいしい」「今飲んでいるものから置き換えたい」と回答しました。リニューアル前と後の飲み比べにおいても約9割の方が「おいしくなった」「搾りたてのようなレモン感を感じた」と回答し、味に対して圧倒的な支持をいただいています。

③ 「氷結[®]」のおいしさへの納得

「氷結[®]」のおいしさの秘密は「氷点凍結果汁」です。果汁を搾りた後、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しています。5月中旬から放送を開始した新TVCM「青い人篇」では、俳優・高橋一生さんと女優・真木よう子さんが出演し、おいしさの秘密を印象的に表現しています。“2021年5月前期CM好感要因「商品にひかれた」銘柄別トップ10”ではアルコールカテゴリーで第2位を獲得したことから、「氷結[®]」のおいしさへの期待感・納得感を高め、お客様の「飲んでみたい」気持ちを喚起したと考えられます。

※6 インテージ SCI（2021年4-6月） ※7 21年4月キリンビール調べ



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/>