

「氷結®」シリーズが累計販売本数 160 億本^{※1}を突破！ ～「氷結®無糖 レモン」は昨年 10 月の発売以来 1 年で 累計 1,000 万ケース^{※2}を突破し絶好調！～

キリンビール株式会社（社長 磯崎功典）は、果汁のみずみずしい味わいが特長の「氷結®」シリーズが 2001 年の発売以降好調に推移し、20 周年となる今年、累計販売本数が 160 億本を突破しました。また、糖類・甘味料不使用で、甘くない味わいが特長の「氷結®無糖 レモン」シリーズは、発売からちょうど 1 年となる 10 月末までで、累計販売数量が 1,000 万ケースを突破しました。

※1 250ml 換算（2001 年 7 月-2021 年 11 月上旬）

※2 250ml×24 本換算

■「氷結®」シリーズ好調の要因

① with コロナ時代の消費者のニーズを捉えた「氷結®レモン」群^{※3}が好調

当社が RTD^{※4} 飲用者に対して実施した調査では、RTD に求めることとして上位に、「すっきり・おいしい・爽快感・食事に合う・飲み飽きない」がランクインし、RTD 飲用を通しておいしさによる充足感と、爽快なリフレッシュ感を求めていることが分かっています。さらに with コロナの時代において、閉塞（へいそく）感のある生活が続いたことで、気持ちを前向きにしたいという消費者のリフレッシュニーズが高まっています。「氷結®シチリア産レモン」と「氷結®無糖 レモン」は、そのような消費者のニーズを捉え、「氷結®レモン」群の販売数量は前年比約 4 割増^{※5}と好調に推移しています。

※3 「氷結®」ブランドレモンフレーバー通年商品計

※4 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

※5 2021 年 1-10 月販売数量



② 20 年進化させてきた“爽快なおいしさ”

2021 年に 20 周年を迎えた「氷結®」シリーズは、20 年間世の中のニーズを捉えながら「みずみずしい果実味が感じられる、爽快なおいしさ」をコア価値として進化させてきました。その結果、“まるで搾りたてのおいしさ”と“爽快感”を両立する「氷結®シチリア産レモン」は、with コロナ時代のリフレッシュニーズを捉え、今年の味覚調査において過去最高評価^{※6}を獲得しました。常にお客様を満足させるおいしさを実現すべく、「氷結®」ブランドは進化し続けています。

※6 当社調査

③ 「氷結®無糖 レモン」シリーズが好調

「氷結®無糖 レモン」は、“甘くなくレモンの果実味が引き立つ爽快なおいしさ”がお客様からの支持を獲得し、2020 年 10 月に発売以来、累計で 1,000 万ケースを突破するなど好調です。ビール類から RTD へ流入してきたお客様のニーズを捉え、ブランドの新規ユーザーを増加させた他、「氷結®無糖 レモン」をきっかけに「氷結®」シリーズを手にするお客様も増加し、ブランド全体の活性化につながっています。

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/>