

**「本麒麟」、発売から2年間で10億本<sup>※1</sup>突破！  
～2月の販売数量も前年比約2割増で、12カ月連続前年超えの快挙！  
「本格的なうまさ」と「品質の良さ」で高い支持～**

キリンビール株式会社（社長 布施孝之）は、2018年3月13日（火）に発売した「本麒麟」の販売数量が、10億本<sup>※1</sup>を突破しました。2月の販売数量も前年比約2割増となり、12カ月連続<sup>※2</sup>の前年超えも達成しました。2005年の「麒麟 のどごし<生>」発売以降に発売した新商品で、最大・最速の記録を達成した「本麒麟」は、お客様からの支持が拡大しています。

※1 350ml 缶換算

※2 2019年3月～2020年2月の販売数量

節約志向が高まる中、低価格でありながら高品質な商品やサービスがお客様の支持を集めており、“身近なものこそ、きちんとしたいもの”を選択する傾向が強くなっています。

「本麒麟」は、“大麦増量”と“仕込新技術採用”によって、好評いただいている「うまさと品質」をさらに進化させるリニューアルを行い、2020年1月中旬製造品から順次切り替えています。当社は今後も新しくなった「本麒麟」を通じて、ビール好きの方により幸せな時間を提供し、ビール類市場の活性化を目指します。

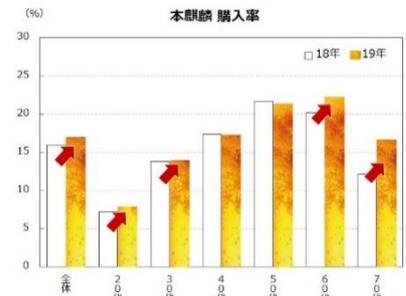
■ **好調の理由**

① **“モノづくりへのこだわり”で実現した、ビールに近い「本格的なうまさ」「品質の良さ」**

お客様の「低価格でも高品質のものが飲みたい」というニーズに応えるために、当社が130年の歴史で培った技術とこだわりを惜しみなく注いで造ったのが「本麒麟」です。2018年の発売以降、お客様によりおいしい「本麒麟」をお届けするための進化を続け、「本格的な感じ」「ビールの味に近い」「飲みごたえがある」「うまさを感じる」など、高い評価をいただいています。

② **“おいしい”口コミとCMの好評で、トライアル購入が続伸**

味覚に対するお客様のポジティブな口コミの広がりに加え、「おいしさ」にフォーカスしたCMが高く評価され、商品の認知・好意度向上、トライアル購入につながっています。結果として、年代別の購入者数は、ビール類メイン層の40・50代を高水準で維持しつつ、若年層（20代・30代）や60代・70代で伸ばしました。



【出典】インテージ SCIビール類市場 2018年1月～2019年12月 購入率

キリングroup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。

記

- |            |  |
|------------|--|
| 1. 商品名     | 「本麒麟（ほんきりん）」   |
| 2. 発売地域    | 全国   |
| 3. 発売日     | 2020年1月中旬製造品より順次切り替え   |
| 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  | 6%   |
| 7. 酒税法上の区分 | リキュール（発泡性）①  |
| 8. 販売予定数   | 約1,900万ケース（240,000KL）※大びん換算                                  |
| 9. 製造工場    | キリンビール北海道千歳工場、仙台工場、取手工場、横浜工場、名古屋工場、滋賀工場、神戸工場、岡山工場、福岡工場（全9工場） |



以上