

～販売数量は2年連続で前年超え！より価値が伝わるパッケージへ進化～ 「キリン のどごし ZERO」パッケージをリニューアル！

キリンビール株式会社（社長 布施孝之）は、新ジャンル商品の「キリン のどごし ZERO」のパッケージをリニューアルして、4月下旬製造品から順次切り替えます。

2019年の消費税増税を契機に“節約志向”はさらに高まり、昨年の新ジャンル市場の販売数量は初めてビール類全体の4割を超えました。^{※1}同時に、手ごろな価格でも「品質がいい」「売れている」など、明確な価値があるブランドの選択傾向が高まっています。

また平均寿命の延伸に伴って、健康意識も高まりを見せ、糖質オフ食品市場は経年的に拡大しています。当社調べによると、糖質オフ・ゼロ系ビール類は、高まる健康志向などを背景にビール類内での構成比が上がり続けており、2019年時点で約2割のシェアになっています。

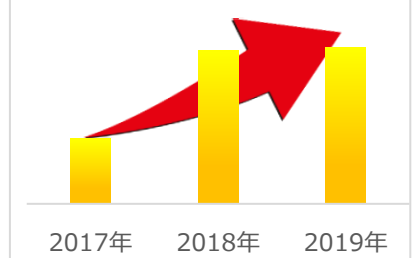
※1 キリンビール調べ

「キリン のどごし ZERO」は糖質0^{※2}×プリン体0^{※3}×人工甘味料0の新ジャンル商品です。3つのゼロを、お客様が求める“手ごろな価格”で実現した商品として、2017年の発売以降、大変好評をいただいています。2018・2019年のリニューアルでは、3つのゼロのアイコンの視認性を高め、“ホップアロマ製法”を新たに採用して味わいを高めるなどの進化を続け、販売数量は2年連続で前年超えを実現しています。

※2 食品表示基準による

※3 100ml当たりプリン体0.5mg未満のものをプリン体0と表示

「キリン のどごし ZERO」販売数量推移



今回のリニューアルでは、お客様が求める「キリン のどごし ZERO」の商品価値がより明確に伝わるように、パッケージデザインをリニューアルしました。当社は、「キリン のどごし ZERO」をはじめとした価値あるラインアップを提案することで、お客様の期待に応え、ビール類市場の魅力化・活性化を推進していきます。

■ パッケージ進化ポイント

「爽快なうまさ」×「元気さ」が直感的に感じられるデザインに進化しました。

・香味ワードを「ゴクゴク爽快！」（①）にすることで「キリン のどごし ZERO」のおいしさより直感的に分かるデザインに変更しました。

・太鼓判（②）を大きくするとともに、より躍動感のあるビールシズル（③）に変更することで、「キリン のどごし ZERO」の「爽快なうまさ」と「元気さ」を体現しました。



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。

記

- | | |
|------------|---|
| 1. 商品名 | 「キリン のどごし ZERO」 |
| 2. 発売地域 | 全国 |
| 3. 発売日 | 2020年4月下旬製造品より順次切り替え
※2020年4月中旬製造品も同デザインとなる場合がございます。 |
| 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 | 4% |
| 7. 酒税法上の区分 | リキュール(発泡性)① |
| 8. 販売予定数 | 約390万ケース(50,000KL) ※大びん換算 |
| 9. 製造工場 | キリンビール取手工場、名古屋工場、岡山工場(予定) |

以上