

～過去3年のキリンビバレッジ新商品で最速！～
「キリン 生茶 ほうじ煎茶」
発売から3週間で販売数量2,000万本^{※1}突破！
～「生茶」ブランド全体も、9月の販売数量が前年比約3割増と好調～

キリンビバレッジ株式会社（社長 堀口英樹）が、9月15日（火）に新発売した「キリン 生茶 ほうじ煎茶」は、発売から3週間で販売数量が2,000万本を突破しました。2017年から2020年に当社が発売した新商品^{※2}において、発売から3週間での販売数量2,000万本突破は最速^{※3}となります。

また、「生茶」ブランド全体も、9月単月の販売数量が前年比約3割増と好調に推移しています。

※1 2020年10月6日（火）時点 ※2 該当期間に新発売した商品（リニューアル除く）比較 ※3 発売日からの同日比較

当社は2020年事業方針ビジョンに「CSV^{※4}の実践を軸とした成長による利益創出」を掲げています。「キリン 生茶 ほうじ煎茶」の販売を通じて、「摂りすぎない健康」をテーマに「無糖・低糖」カテゴリーの商品を充実させ、お客様の健康な毎日にご貢献していきます。さらに、お茶の魅力を発信し続けることで無糖茶市場の活性化を目指します。

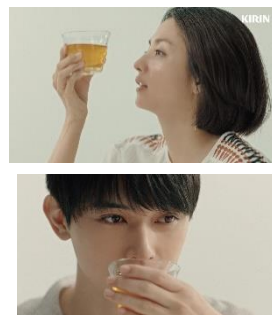
※4 Creating Shared Valueの略。お客様や社会と共有できる価値の創造



●「キリン 生茶 ほうじ煎茶」好調の理由

① 「ほうじ茶に、生。」の意外性に期待が集まりトライアルを獲得

ほうじ茶は、無糖茶カテゴリーの中でも新しいトレンドとして、近年お客様の期待と関心が高まっています。ほうじ茶の中でも「生」のおいしさという「生茶」ブランドならではの独自性を持つ同商品について、発売前よりお客様に期待をいただきトライアルにつながりました。また、イメージキャラクターである満島ひかりさんと吉沢亮さんが、お茶の新しいおいしさに出会い、うれしい驚きに包まれる様子が印象的な新CMも、お客様より「おいしそう」「飲んでみたい」などのお声をいただくなど、話題喚起に寄与しました。



② 「生茶」ブランドならではの「濃いのにすっきり」とした味覚が好評で、高いリピート率を実現

「生茶」ブランドの根幹である「まる搾り生茶葉抽出物^{※5}」と茶葉の焙煎の工夫により実現した、上品な香りと甘み、軽やかできれいな余韻が楽しめる味覚が好評をいただいています。実際に「ほうじ茶の香りはしっかり楽しめるのに、飲み口は軽やか」、「香ばしく、ほうじ茶のおいしさが楽しめておいしい」など^{※6}、お客様にはおいしさを実感いただいております。発売2週間のリピート率が約20%^{※7}と、高い継続飲用率につながっています。

※5 摘みたての生茶葉を芯まで凍らせてまるごと搾って作った抽出物で、新緑のような爽やか香りと甘みが詰まっている。「生茶」ブランドの「生」の由来。

※6 お客様の声より一部抜粋 ※7 当社調べ

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。

記

- | | |
|--------------------|--|
| 1. 商品名 | 「キリン 生茶 ほうじ煎茶」 |
| 2. 発売地域 | 全国 |
| 3. 発売日 | 2020年9月15日（火） |
| 4. 容量・容器 | ①525ml・ペットボトル ②600ml・ペットボトル（コンビニエンスストア専用）
③280ml・ペットボトル |
| 5. 価格（消費税抜き希望小売価格） | ①140円 ②140円 ③115円 |

以上