

**「一番搾り」ブランドの缶商品、磨きのかかった「おいしさ」で絶好調
4月単月の販売数量は、対前年約6割増！
～「キリン一番搾り 糖質ゼロ」は、6月上旬に累計400万ケース^{※1}を突破見込み！
当社の過去10年のビール新商品で最速～**

キリンビール株式会社（社長 布施孝之）は、2月製造品からリニューアルした「キリン一番搾り生ビール（以下、一番搾り）」や2020年10月に発売した「キリン一番搾り 糖質ゼロ（以下、一番搾り 糖質ゼロ）」を含む「一番搾り」ブランドの缶商品の4月単月の販売数量が、対前年約6割増と大変好調に推移しています。

※1 大びん換算

「一番搾り」は今回のリニューアルで、「とびきりおいしい新ビール誕生。新・一番搾り」というメインメッセージを掲げ、「麦のうまみ」を感じやすくし、「澄んだ味わい」を引き出すことで、「飲みやすく、飲み飽きない」理想のビールの“おいしさ”へ進化しました。

また、コロナ禍による健康志向の高まりで糖質を気にする方が増えている中で「一番搾り 糖質ゼロ」は、今年6月上旬には当社過去10年のビール新商品で最速となる、累計400万ケースを突破する見込みです。

<好調の理由>

① 酒税改正を追い風に、お客様のニーズを捉えた施策展開

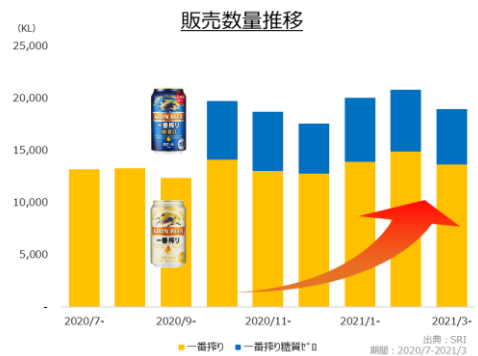
2020年10月の酒税改正によるビールカテゴリー減税の影響で、お客様のビールカテゴリーに対するニーズが高まっています。キャンペーンやSNSなどを活用したお客様のニーズを捉えた施策が功を奏し、「一番搾り」ブランドの缶商品における4月単月の販売数量が前年約6割増となるなど、好調に推移しています。

② リニューアルした「一番搾り」は、発売後に高いお客様評価を獲得
リニューアル後、より調和のとれたビールとしての“おいしさ”を実現した「一番搾り」は、約98%^{※2}の方に「おいしいと思う」と好意的な評価をいただいています。また、新TVCM「ビールに本音」篇のうちの一篇「堤真一 森川葵：ビールに本音」篇がCM総合研究所調べの2021年4月度銘柄別CM好感度ランキングでアルコール業類第1位となりました。CMに対するお客様の共感が「一番搾り」への関心やトライアル意向へとつながったと考えられます。

※2 キリンビール調べ

③ 「一番搾り」ブランドのおいしさへの納得

「一番搾り 糖質ゼロ」購入者のうち、5割以上が「一番搾りブランドだから」、約4割が「一番搾り製法だから」を飲用理由に挙げており、「一番搾り」ブランドだからこそこの「おいしさ」が納得され選ばれています。6月上旬には、当社過去10年のビール新商品で最速となる、累計400万ケースを突破する見込みです。



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。