

## 「キリン一番搾り 糖質ゼロ」 年間販売目標を計画比約 1 割増の約 470 万ケース<sup>※1</sup>に上方修正！ ～上半期は販売目標の約 1.3 倍にあたる 250 万ケースを突破し、絶好調！～

キリンビール株式会社（社長 布施孝之）は、「キリン一番搾り 糖質ゼロ」が上半期販売目標の約 1.3 倍にあたる 250 万ケースを突破して好調に推移していることから、年間販売目標を、当初予定の約 430 万ケースから約 1 割増となる約 470 万ケースへ上方修正します。

※1 大びん換算

昨年の酒税改正後、お客様のビール回帰の流れが強まっており、今年の 1-5 月のビールカテゴリーは対前年約 1 割増<sup>※2</sup>で着地しました。中でも「一番搾り」ブランド計の販売数量は対前年約 4 割増と市場を大きく上回って推移しており、ビールカテゴリーの好調をけん引しています。

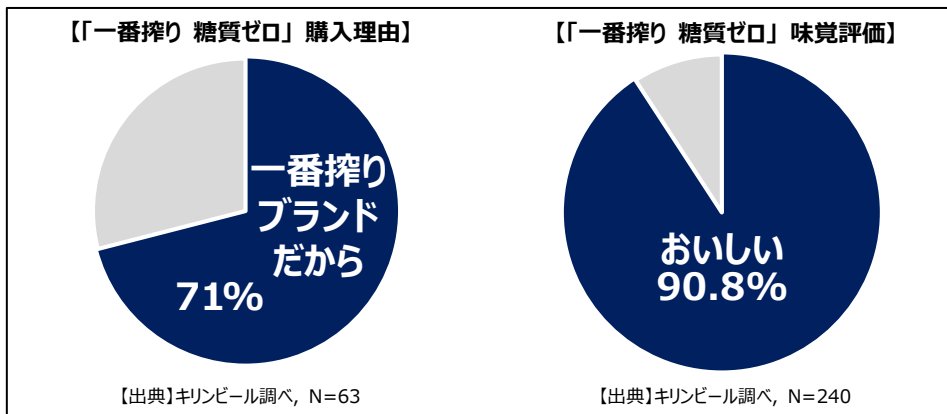
特に、2020 年 10 月に発売した「一番搾り 糖質ゼロ」は発泡酒・新ジャンルから約 6 割流入<sup>※3</sup>しており、お客様の糖質ゼロビールへの潜在需要を顕在化するとともに、ビールカテゴリーの活性化に貢献しました。

当社が実施した調査では、約 7 割の方が「『一番搾り』ブランドであること」を購入理由に挙げており、飲用者の約 9 割がそのおいしさに満足していると回答しています。このことから「一番搾り」ブランドへの期待や安心感がトライアルにつながり、「一番搾り製法<sup>※4</sup>」で実現した「おいしさ」への満足によってリピート購入につながっていると考えられます。

※2 インテージ SRI（2021 年 1 月-2021 年 5 月）

※3 SCI（2020/10/5-2021/5/23 計 33 週）

※4 麦汁ろ過工程において最初に流れ出る一番搾り麦汁を使う製法



「一番搾り 糖質ゼロ」の発売により、お客様のビールカテゴリーへの関心はさらに高まりつつあります。当社は、フラッグシップブランドである「一番搾り」や「一番搾り 糖質ゼロ」を通して、お客様がビールカテゴリーに魅力を感じ、さらにビールカテゴリー市場が活性化するような取り組みを続けていきます。

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。

### 記

- |            |                             |
|------------|-----------------------------|
| 1. 商品名     | 「キリン一番搾り 糖質ゼロ」              |
| 2. 発売地域    | 全国                          |
| 3. 発売日     | 2020 年 10 月 6 日（火）          |
| 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 | ビール                         |
| 8. 販売予定数   | 約 470 万ケース（60,000KL）※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（3 工場） |



以上