

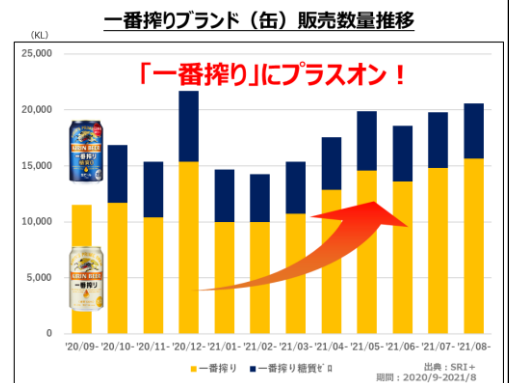
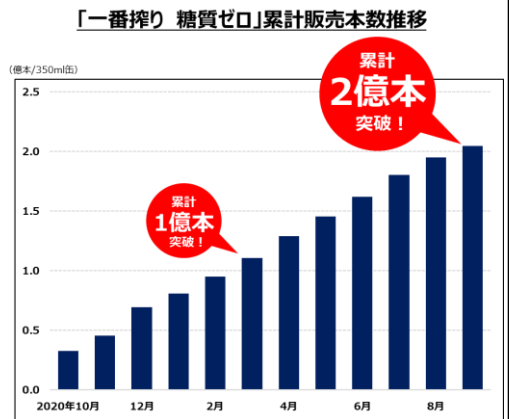
発売から1年、好調を継続し、当社過去10年のビール新商品で最速記録！
「キリン一番搾り 糖質ゼロ」累計2億本^{※1}突破！
 ～年間販売目標を当初計画の約3割増となる約550万ケース^{※2}に再上方修正～

キリンビール株式会社（社長 磯崎功典）は、国内で初めて^{※3}ビールカテゴリーで「糖質ゼロ」^{※4}を実現し、2020年10月6日（火）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」）」の販売数量が、9月上旬時点で当社過去10年のビール新商品で最速となる累計2億本を突破しました。さらに、今年7月に年間販売目標を当初計画（約430万ケース）の約1割増（約470万ケース）に上方修正しましたが、販売好調につき、当初計画の約3割増となる約550万ケースに再上方修正します。

※1 350ml換算
 ※2 大びん換算
 ※3 ビールで糖質ゼロを実現した国内で初めての缶商品(Mintel GNPDを用いた当社調べ)
 ※4 100ml当たり糖質0.5g未満のものに表示可能（食品表示基準による）

<好調の要因>

- ① 外部環境の変化を捉えた「一番搾り 糖質ゼロ」**
 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おり、糖質オフ・ゼロ系ビール類は好調に推移しています。また、昨年10月の酒税法改正によってビールカテゴリーが減税され、同カテゴリーのトライアルが喚起されたこともあり、発売から1年足らずの9月上旬時点で、当社過去10年のビール新商品で最速となる累計2億本を突破しました。
- ② 「一番搾り」ブランドの“おいしさ”への納得**
 今年3月に当社が実施した調査によると、過去1カ月に「一番搾り 糖質ゼロ」を飲んだ方の9割以上が、同商品を「おいしい」と評価していることが分かりました。また購入理由として、購入者の約7割が「『一番搾り』ブランドだから」を購入理由に挙げており、「一番搾り」ブランドの“おいしさ”、“安心感”が高く評価されています。
- ③ 「一番搾り」ブランドの活性化**
 昨年の酒税法改正以降、ビールカテゴリーへの回帰の流れが顕著で、中でも1-8月の「一番搾り」の缶商品の販売数量は対前年約1割増で推移しています。また、同時期の「一番搾り」ブランド缶商品全体では対前年約4割増で推移しており、「一番搾り 糖質ゼロ」が「一番搾り」にプラスオンとなってブランド全体の活性化に大きく寄与しています。



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」 |
| 3. 発売地域 | 全国 |
| 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. 販売予定数 | 約550万ケース（70,000KL）※大びん換算 |
| 8. 製造工場 | キリンビール取手工場、名古屋工場、岡山工場 |



以上