

「キリン グリーンズフリー」販売絶好調！ 4月リニューアル後の販売数量が3,000万本^{※1}を突破 ～4月から10月までの累計販売数量が前年同期比約2.5倍！～

キリンビール株式会社（社長 堀口英樹）が4月19日（火）よりリニューアル発売した、ノンアルコール・ビールテイスト飲料「キリン グリーンズフリー」の販売が好調で、4月リニューアル後の販売数量が3,000万本を突破しました。リニューアル発売後の4月～10月の累計販売数量は、前年同期比約2.5倍と好調に推移しています。リニューアル以降もお客様からご支持いただき、好調を維持することで、ノンアルコール・ビールテイスト飲料市場の活性化に貢献しています。

※1 350ml換算

当社は、「キリン グリーンズフリー」の販売強化により、今後もノンアルコール・ビールテイスト飲料を“お酒が飲めない時に代替として飲む”といった消極的な飲用から、“リフレッシュしたい時に、飲み物の選択肢の一つとして好んで飲む”といった積極的な飲用のカテゴリーに進化させます。

■「キリン グリーンズフリー」好調の要因

① パッケージによる「高品質」と「おいしさ」への期待から、トライアルが継続

店頭で目を惹くエメラルドグリーンのパッケージは、ノンアルコール・ビールテイスト飲料において、これまでにない新奇性を感じさせ、リニューアル以降も継続してトライアル購入を促進しています。ノンアルコール・ビールテイスト飲料に対する「おいしくなさそう」という先入観が、「高品質」と「おいしさ」を期待させるパッケージによって払拭されていると見ています。



② 3種のホップが香るおいさと、「食事に合う」や「気持ちが上がる」価値でお客様の生活に定着

当商品は、クラフトビールにも使用されることのある希少ホップ“ネルソンソーヴィン”を含む3種類のホップをブレンドし、素材の良さを引き出す日本初^{※2}の製法を採用することで、ビールに近い爽やかな味わいと清々しい飲み心地を実現しました。

発売後の調査からは、「ビールの味に近い」「おいしい」といった、ノンアルコール・ビールテイスト飲料への基本的なニーズを充たすとともに、「食事に合う」「気分が上がる感じ」「リフレッシュできる」といった価値まで感じられている点が本商品の長であることが分かっています^{※3}。素材にこだわった、爽やかでビールに近いおいしさが食事に合い、飲用時に感じる「気持ちまで嬉しくなるようなリフレッシュ感」が評価され、一度飲用したお客様の生活に定着しているとともに、夕食時はもちろん、ランチの時間や、仕事後のリフレッシュタイムなどさまざまなシーンで飲用されています^{※3}。

※2 麦やホップの香りの良さを引き出した、ノンアルコール・ビールテイスト飲料の製法として2020年より日本で初めて採用（特許6786699号）

※3 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」の新たなよるこびを広げ、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 グリーンズフリー」
2. 発売地域	全国
3. 発売日	2022年4月19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	0.00%
7. 販売予定数	約150万ケース（18,570KL）※大びん換算
8. 製造工場	キリンビール取手工場、滋賀工場、岡山工場

以上