

「キリン グリーンズフリー」 飲酒運転根絶に向けた動画を公開

1～6月の累計販売数量は前年比約4割増！

キリンビール株式会社（社長 堀口英樹）は、飲酒運転根絶に向け、「ハンドルキーパー運動^{※1}」を訴求する動画を制作しました。当社が販売するノンアルコール・ビールテイスト飲料「キリン グリーンズフリー」を通じた動画「キリン グリーンズフリー ハンドルキーパー訴求」篇（30秒）を7月21日（金）11時よりキリンビール公式 YouTube チャンネルで、7月24日（月）0時より「キリン グリーンズフリー」のブランドサイトで公開します。

※1 「自動車で仲間や知人と飲食店などへ行く場合、お酒を飲まない人（ハンドルキーパー）を決め、その人が自動車の運転をして仲間などを送り届ける。」というもので、「乗るなら飲むな、飲むなら乗るな」を実践する、飲酒した人にハンドルを握らせないという運動

今年の夏は新型コロナウイルスによる行動制限が緩和されたことで、外出先でお酒を楽しむ機会が増えるとともに、お盆時期の帰省に伴う交通量の増加が見込まれます。警察庁によると、飲酒運転の死亡事故率（2022年）は、飲酒なしに比べて約7.1倍と極めて高く、飲酒運転による交通事故は死亡事故につながる危険性が高いことが分かっています。当社は、今回の動画を通じて飲酒運転根絶に向けたドライバーへの啓発を行い、アルコール飲料を製造・販売する企業の社会的責任を果たしていきます。

「キリン グリーンズフリー」は、2023年1～6月の累計販売数量^{※2}が、前年比約4割増と好調です。特に、ラベル側面にハンドルキーパーマーク^{※3}を掲出し、主に飲食店向けに販売している「キリン グリーンズフリー」の小びんを今年の2月に発売して以来、全国での缶・小びんの採用店舗数が24,000店^{※4}を突破するなど、堅調に推移しています。

※2 缶・小びんを含む

※3 「ハンドルキーパー運動」を推進するためのロゴ・マーク

※4 2023年7月19日時点

当社は「キリン グリーンズフリー」を通じて、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きます。また、「商品を通じた社会貢献」の一環として、「ハンドルキーパー運動」を支援し、アルコールを扱う企業として飲酒運転根絶などに向けた取り組みを行っていきます。

■ 飲酒運転根絶に向けた動画 概要

飲む人も飲まない人も同じ空間を楽しむことのできる「キリン グリーンズフリー」で、社会課題となっている飲酒運転の根絶を訴求する動画です。お盆や旅行で運転する機会が増える時期に向けて、“ノンアルで、飲酒運転0のうれしい世界”を目指し、ドライバーへの啓発を行います。

動画の後半には菅野さんや坂口さんが登場し、お昼の時間から好物とともに、ノンアルコール飲料を楽しめることがうれしい様子を描いています。「キリン グリーンズフリー」を飲んで、思わず溢れるお二人の笑顔にも注目です。

【キリンビール公式 YouTube チャンネル URL】

- ・キリン グリーンズフリー「ハンドルキーパー訴求」菅野篇：<https://youtu.be/86NuKRf9YLk>
- ・キリン グリーンズフリー「ハンドルキーパー訴求」坂口篇：<https://youtu.be/boNdhqqLM4s>



■「キリン グリーンズフリー」好調要因

① パッケージによる「高品質」「おいしさ」への期待

エメラルドグリーンのパッケージが「高品質」と「おいしさ」を想起させ、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」という先入観の払拭につながっています。既存のお客様はもちろん、ノンアルコール・ビールテイスト飲料を初めて飲む方や、しばらく飲んでいなかった方の飲用経験が拡大^{※5}しています。

② 「食事に合う」「うれくなる」独自の提供価値

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^{※6}”を含む3種類のホップをブレンドし、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ています。食事との相性や、飲用時に感じる「気持ちまでうれ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^{※7}。

③ コロナ禍で定着した“ノンアル生活”で、飲食店での採用が好調

コロナ禍のアルコール飲料提供禁止など、ノンアルコール・ビールテイスト飲料の飲用機会が高まったことで、ランチ飲用への心理的障壁が下がりました。小びんによって、「気持ちまでうれくなるようなリフレッシュ感」の体験機会を外食シーンでも生み出し、飲食店での飲用体験を通して、認知拡大と飲用喚起につながっていると考えられます。

※5 インテージ SCI(2022年4-10月)

※6 18%以上使用(ホップに占める割合)

※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	①②2023年1月製造品から順次切り替え③2023年2月21日(火)
4. 容量・容器	①350ml・缶、②500ml・缶、③334ml・小びん
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210万ケース(27,000KL) ※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