

「氷結[®]無糖」シリーズ、年間販売目標を達成！ 年末年始需要に向けて2割増産

キリンビール株式会社（社長 堀口英樹）が販売する、糖類・甘味料を一切使用せず仕上げた、甘くなく果実味が引き立つ「キリン 氷結[®]無糖（以下、氷結[®]無糖）」シリーズが好評で、年間販売目標である 1,800 万ケースを達成^{※1}しました。また販売好調を受け、12月の製造計画は前年より2割増産し、年末年始需要に向けて供給体制を整えます。

※1 2023年10月時点（250ml×24本換算）

※2 Ready to Drink の略。栓を開けてそのまま飲めるアルコール飲料

RTD市場は中長期的に伸長傾向^{※3}にあり、2026年10月の酒税改正まで現行の税率が維持されることを背景に、さらに注目が集まっています。今後もRTD市場で存在感を増す「無糖チューハイ」カテゴリにおいて、「氷結[®]無糖」は同カテゴリをけん引するブランドとして、独自のおいしさを通じてお客様の期待に応えていきます。

※3 キリンビール推計

「キリン 氷結[®]」は「お客様の今日をスッキリと明るい方へ誘う（いざなう）」ことを目指すブランドです。「氷結[®]無糖」シリーズの販売を通して、「無糖チューハイ」カテゴリの拡大に貢献し、RTD市場のさらなる活性化を目指します。

■「キリン 氷結[®]無糖」シリーズ好調要因

①「氷結[®]無糖」ならではの余計な甘さのない、飲みごたえあるおいしさ

昨今のRTD市場は、お客様の嗜好やニーズが多様化しています。当社が実施した調査によると、お客様がRTDに求めるニーズに「甘くない、クリアでスッキリした味わい」「食事に合う味わい」などがあり、「氷結[®]無糖」シリーズならではの「甘くないクリアなおいしさ」を実現したことにより食中を含む幅広いシーンで楽しんでいただいております。RTDユーザーだけでなくビール類ユーザーからも支持されていると考えています。

②ラインアップ充実によるお客様支持の獲得

これまでのレモン、グレープフルーツフレーバーに加えて7月には新フレーバー「キリン 氷結[®]無糖 シークワサー ALC.7%」を発売し新たな楽しみ方の選択肢を提供しています。「氷結[®]無糖」シリーズならではのフレーバー×度数のラインアップでお客様それぞれの好みや、シチュエーションに合わせてお楽しみいただいている点を支持いただいていると考えています。



■「氷結[®]無糖」シリーズ担当者コメント

キリンビール株式会社マーケティング部 RTD カテゴリ戦略担当
ブランドマネージャー 加藤 麻理子

余計な甘さのない、クリアなおいさが特長の「氷結[®]無糖」だからこそ、食事中をはじめとしたさまざまなシーンでおいしさをお楽しみいただけていると考えています。これからも「無糖チューハイ」市場をけん引する「氷結[®]無糖」が新たなおいしさを広げていきます。



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」の新たなよここびを広げ、こころ豊かな社会の実現に貢献します。