

「本麒麟」が発売から6年間で累計35億本^{※1}突破！ リニューアル後の2月単月の販売数量は前年比約2割増

キリンビール株式会社（社長 堀口英樹）は、1月製造品よりリニューアルした「本麒麟」の販売が好調で、2018年3月の発売時からの販売数量が累計35億本を突破しました。また新ジャンル（発泡酒②）市場は酒税改正の影響もあり縮小傾向の中、2月の販売数量は前年比約2割増と好調に推移しています。

近年の物価高騰もあり、お客様の節約志向から手ごろな値段で買やすく、気軽に飲めて、親しみやすいイメージのエコノミーカテゴリー^{※2}へのニーズが依然として根強く^{※3}支持をいただいています。「本麒麟」はこれからも“新しさ”“おいしさ”“親しみやすさ”をお客様に体感いただき、幸せな時間を提供することで、ビール類市場のさらなる活性化を目指します。

※1 2018年3月～2024年2月の販売数量 350ml換算

※2 2023年10月以降、酒税が同一となる発泡酒・新ジャンル（発泡酒②）の総称

※3 当社調べ

＜好調の要因＞

- ① 力強いコク・飲みごたえと飲み飽きない味わいを両立した、完成度の高い味覚へとさらに進化**
新しい「本麒麟」は大麥を増量することで大麥由来の「飲みごたえ」を向上、新たに1つの釜で徐々に温度を上げながら糖化を進めるインフュージョン糖化法を採用し、大麥の持つ味わいを最大限に引き出し、「本麒麟」が大切にしている「力強いコク」を実現しました。発売前のお客様調査では“力強いコク・飲みごたえ”と“飲み飽きないうまさ”を両立し、2023年3月のリニューアル時の味覚評価を上回る味わいを実現しました。また発売後のお客様からも「コクが増したのに飲みやすい」、「飲み飽きないおいしさ」、「飲みごたえがある」などの高評価をいただいています。
- ② 「新しい本麒麟、はじまる。」をキーメッセージとし、タモリさん、江口さんに加え、複数の新規タレントを起用したTVCMが好評**
味覚に対するお客様のポジティブな口コミの広がりに加え、今回のリニューアルを機に複数の新規タレントを起用した、新しい「本麒麟」の登場感や、こだわりのおいしさを伝えるTVCMが評価され、トライアル購入につながっていると考えています。



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」の新たなよここびを広げ、こころ豊かな社会の実現に貢献します。

記

- | | |
|------------|--|
| 1. 商品名 | 「本麒麟（ほんきりん）」 |
| 2. 発売地域 | 全国 |
| 3. 発売日 | 2024年1月製造品より順次切り替え |
| 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 | 6% |
| 7. 純アルコール量 | 350ml 缶：16.8g、500ml 缶：24g |
| 8. 酒税法上の区分 | 発泡酒② |
| 9. 製造工場 | キリンビール北海道千歳工場、仙台工場、取手工場、横浜工場、名古屋工場、滋賀工場、神戸工場、岡山工場、福岡工場（全9工場） |

以上