

新しくなった「キリン 生茶」、発売から3日間で2,500万本突破！

「キリン 生茶」史上最高レベルのおいしさと、洗練されたパッケージが大好評。

「キリン 生茶ほうじ煎茶」も前年販売実績の約1.6倍と好調！

キリンビバレッジ株式会社（社長 井上一弘）の「キリン 生茶」は、リニューアル発売から3日間の販売数量が2,500万本を突破し^{※1}、好調に推移しています。これは「キリン 生茶」史上トップクラス^{※2}の立ち上がりです。また、同日リニューアルした「キリン 生茶ほうじ煎茶」も、前年販売実績の約1.6倍^{※3}と大変好調に伸びています。

※1 2024年4月11日（木）時点「キリン 生茶」ペットボトルのみ 当社出荷数量に基づく

※2 2022年リニューアル時比較

※3 2024年4月11日（木）時点 当社出荷数量に基づく（前年同期比）

■好調の要因

① 生茶らしい「あまみ」を生かした、「キリン 生茶」史上最高級のおいしさ

茶葉のいいところをひきだす「生茶葉鮮度搾り製法」や「かぶせ茶マイクロ粉碎」に加え、新製法の「凍結あまみ製法」^{※4}を新たに採用することで、苦渋みを抑え、新茶のような「あまみ」際立つ味わいに仕上げました。「キリン 生茶」であることを伏せながら「緑茶」を提供した「GOOD GREEN TEA STAND」では、来場者アンケート^{※5}で97%が「また飲みたい」と回答いただいたことから、「キリン 生茶」史上最高レベルのおいしさを、お客様に評価いただいていることが好調の要因と考えられます。

※4 原料の一部で使用

※5 「GOOD GREEN TEA STAND」来場者アンケート（2024年4月2日（火）～4月7日（日）：N=358）

② お客様の生活に寄り添うデザイン（容器・パッケージ）

一日中、いつでもどこでも、一緒に過ごすペットボトル緑茶だからこそ、今の時代のお客様の生活に寄り添うデザインを採用しました。白ベースのカラーリングに、商品ロゴをあえて小さく表示し、こだわり抜かれたおいしさが、ぎゅっと詰まっていることを伝える「雫マーク」を目立つように配置しました。シンプルで生活になじむパッケージは、当社調べ^{※6}では91%のお客様が「おしゃれで洗練されている」「持ち歩きたくなる」と評価しています。

※6 「NAMACHA GREEN TEA STAND」来場者アンケート（2024年4月8日（月）～4月14日（日）：N=312）



③ “緑茶”への興味関心を高めたアンベール施策

ペットボトル緑茶は、容量や価格重視の傾向が強まるなど、コモディティ化が進み、お客様からの期待感が薄れつつありました。^{※7} 当社は、“緑茶”に関心を持っていただき、その魅力を感じていただくために、カフェ風の現代的な佇まいのスタンド「GOOD GREEN TEA STAND」を4月2日（火）にZeroBase表参道（東京都港区北青山3-5-22）にオープンしました。4月2日（火）から4月7日（日）までの間、延べ4,430人のお客様にご来場いただき、新しく生まれ変わった「キリン 生茶」であることを伏せながら“緑茶”を提供しました。来場者アンケートにご回答いただいた方のうち、本施策を通じて89%が「緑茶に対して印象が変わった」と、緑茶の魅力を高めることができました^{※8}。

※7 キリン調べ（19年：N=2,741 23年：N=2,510）

※8 「GOOD GREEN TEA STAND」来場者アンケート（2024年4月2日（火）～4月7日（日）：N=358）



<担当者コメント> キリンビバレッジ株式会社マーケティング部ブランド担当 主務 森部勇

今の時代を生きるお客様にとって“ペットボトルのお茶の価値とは何なのか”を見つめなおし、ブランドの価値に立ち直り、大幅なリニューアル、アンベール施策などを実行しました。リニューアル以降、多くのお客様から生茶のおいしさや、緑茶の印象が変わったという嬉しいお声をいただいています。生まれ変わった生茶は、生茶らしい「あまみ」を生かした生茶史上最高級のおいしさになっており、麒麟の自信作です。ぜひ一度、お試しいただけると嬉しいです。

麒麟グループは、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。