

「キリン一番搾り生ビール」販売好調

～販売好調を受け、10月は約1割増産～

キリンビール株式会社（社長 布施孝之）は、一番搾りブランド計の販売数量が、9月単月で前年比4%増を達成しました。特に7月下旬製造品からリニューアルした「新」一番搾りのトライアル需要で、缶製品は前年比21%増と大きく数字を伸ばしています。また9月の販売好調を受け、10月は一番搾りブランドを約1割増産して供給体制を整えます。

当社は、「キリン一番搾り生ビール」の“おいしさ”を徹底的に追求し、再成長を図っていきます。

■好調の要因

① 「麦のうまみ」や、雑味の取れた“味覚”が好評

麦のおいしいところだけを搾る「一番搾り製法」をベースに、「麦のうまみ」をアップさせるために雑味・渋みを低減し、更に酸味や甘い香りを抑制することで調和のとれた味を実現しました。当社調査によると、「麦の旨味がさらに増し、おいしさ倍増。」「食事に合う飲みごたえのあるビールです！！」などの好意的な評価を、98%※1の方よりいただいています。

※1 2017年9月11日（月）午前9時時点集計結果（サンプル数：31,543件）



② 関連施策への高評価

「300万人サンプリング」や、全国7大都市での試飲体験会、工場見学での新ツアー、量販店での麦汁試飲会、マイルージキャンペーンなど、関連施策に高い評価をいただいています。

③ 新CMが好評

CM総合研究所による調査では、9月度の銘柄別CM好感度で総合6位（全2689銘柄中）・アルコール銘柄中1位に、9月前半の「商品にひかれた」銘柄別で1位に選ばれました。今回起用した4名のタレントは、メインターゲットの40～50代だけでなく、20～30代の若年層にも高い評価を受けています。味覚の評価に加え、“新”というワードとCMタレントの広告を店頭で掲げ、TVCMと連動させることにより、40～50代を中心としたお客様のトライアルに繋がり、9月月間の缶製品売上が、前年比約21%増を達成しました。

キリングループは、あたらしい飲料文化をお客様と共に創り、人と社会に、もっと元気と潤いをひろげていきます。

記

- | | |
|-----------|---|
| 1. 商品名 | 「キリン一番搾り生ビール」 |
| 2. 発売地域 | 全国 |
| 3. 発売日 | 2017年7月下旬製造品より順次切り替え |
| 4. 容量／容器 | 135ml 缶、250ml 缶、350ml 缶、500ml 缶、大びん、中びん、小びん、慶祝ラベル中びん、7L 樽、15L 樽、20L 樽 |
| 5. 価格 | オープン価格 |
| 6. アルコール分 | 5% |
| 7. 製造工場 | 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 |

以上

（本件お問い合わせ先）

キリン株式会社 コーポレートコミュニケーション部
東京都中野区中野4-10-2 中野セントラルパークサウス TEL 03-6837-7028

（お客様お問い合わせ先）

キリン株式会社 キリンビールお客様相談室（フリーダイヤル）0120-111-560
キリンホームページ <http://www.kirin.co.jp>