

「キリンレモン スパークリング 無糖」 発売から2カ月半で年間販売目標の6割^{※1}突破！ ～「キリンレモン」ブランド全体も、6-7月の販売数量が前年比約4割増と好調～

キリンビバレッジ株式会社（社長 堀口英樹）が、2020年6月2日（火）に新発売した「キリンレモン スパークリング 無糖」の販売が好調に推移し、発売から2カ月半で40万ケースの販売を達成し、年間販売目標60万ケースの6割を突破しました。

また、「キリンレモン スパークリング 無糖」発売後の6月、7月の2カ月間で、「キリンレモン」の販売数量が前年比約3割増と好調に推移しているほか、「キリンレモン」ブランド全体でも前年比約4割増となるなど大きく伸長しました。

※1 2020年8月14日（金）時点

当社は2020年の事業方針ビジョンに「CSV^{※2}の実践を軸とした成長による利益創出」を掲げています。「キリンレモン スパークリング 無糖」の販売を通じて、「摂りすぎない健康」をテーマに「無糖・低糖」カテゴリーの商品を充実させることで、お客様の健康な毎日に貢献するとともに、炭酸市場の活性化を図ります。

※2 Creating Shared Valueの略。お客様や社会と共有できる価値の創造

●「キリンレモン スパークリング 無糖」好調の理由

①無糖商品とレモンフレーバーへの関心の高まり

健康志向を背景に、無糖炭酸水市場はコロナ禍においても成長が加速しており、前年比124%^{※3}と好調に伸長しています。また、近年食品や飲料でレモンフレーバー商品が多数発売されるなど、レモンフレーバーへのお客様の関心が高まっています。

※3 インテージ SCI 2020年2月24日（月）～2020年5月18日（月） SMチャネルのみ 本数

②無糖なのに「キリンレモン」のおいしさが楽しめる味覚が好評

「キリンレモン」ブランドの認知の高さから「キリンレモン スパークリング 無糖」を多くのお客様にお試しいただいています。また、リピート意向のあるお客様からは、「無糖なのに『キリンレモン』の味を楽しめる」という声が一番多いことが分かりました^{※4}。皆様になじみがあり、親しんでいただいている「キリンレモン」の味わいを、無糖なのに楽しめると満足いただき、リピートにつながっています。

※4 2020年6月当社調べ n=232

③無糖炭酸水飲用者から好評

「キリンレモン スパークリング 無糖」は無糖炭酸水飲用者からのトライアル率・リピート率がともに高く^{※5}、継続的に飲用いただいていることが、販売好調につながっています。

※5 インテージ SCI 6月月間 SMチャネルのみ



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」の新たなよろこびを広げ、こころ豊かな社会の実現に貢献します。

記

- | | |
|------------------------------|--|
| 1. 商品名 | ①「キリンレモン」 ②「キリンレモン スパークリング 無糖」 |
| 2. 発売地域 | 全国 |
| 3. 発売日 | ①2020年4月21日（火）リニューアル ②2020年6月2日（火） |
| 4. 容量・容器・価格
（消費税抜き希望小売価格） | ①450ml・ペットボトル・140円、1.5L・ペットボトル・340円、350ml・缶・115円、190ml・缶・80円
②450ml・ペットボトル・100円 |

以上