

「キリン 零 ICHI (ゼロイチ)」の年間販売目標を 当初予定の5割増に上方修正

～夏の最需要期は約2倍増産～

～“少しだけ飲みたい”“気軽に飲みたい”ニーズに応える250ml缶を新発売～

キリンビール株式会社(社長 布施孝之)は、4月11日(火)に発売した当社で初めて「一番搾り製法」を採用し、麦のうまみを丁寧に引き出したおいしさを実現したノンアルコール・ビールテイスト飲料「キリン 零 ICHI (ゼロイチ)」の年間販売目標を当初予定140万ケース※の5割増となる約210万ケースに上方修正します。また、お客様からの“少しだけ飲みたい”“気軽に飲みたい”というニーズに応えるため、従来の350ml缶、500ml缶、小びんに加え、8月29日(火)より250ml缶を全国で新発売します。さらに、夏の最需要期(7-8月)は当初予定の約2倍増産し供給体制を整えます。

※大びん換算

「キリン 零 ICHI (ゼロイチ)」は、発売から2カ月で年間販売目標の約半分を達成するなど、好調に推移しています。また、今回、年間販売目標を上方修正するとともに、250ml缶を発売し、小容量缶の主なターゲットである50代から60代のお客様を中心に、新たなユーザー層へのアプローチを行うことで、さらなる飲用シーンとノンアルコール・ビールテイスト飲料市場全体の拡大を図ります。

■好調の要因

①「一番搾り製法」による“よりビールに近い上質な味わい”が好評

「一番搾り製法」を採用し、麦のうまみを丁寧に引き出すとともに、人工甘味料や苦味料を使用せず、よりビールに近い上質な味わいを実現した点をお客様に高く評価いただいています。また、当社調査によると、当社従来品と比べて、麦の香り、コク、香ばしさがあると評価をいただいています。

②飲食店での取り扱い店数が拡大

当商品の味覚と泡もちを評価いただいたており、大手チェーン企業での取り扱いが始まるなど、飲食店でのお取り扱いの店舗数が約8万店に拡大し、年間目標の5割を達成しました。

③飲用シーンの広がり

当社調査によると、夕食時やお風呂上がりという従来の飲用シーンに加え、平日の夜、夕食後、一人で飲む時など、より幅広いシーンでも飲用いただいています。

④ノンアルコール・ビールテイスト飲料市場が活性化

当社調査によると、4月から6月のノンアルコール・ビールテイスト飲料市場は対前年比約6%増となっており、注目が高まっています。



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 零 ICHI (ゼロイチ)」
2. 発売地域	全国
3. 発売日	2017年4月11日(火) ※250ml缶は2017年8月29日(火)
4. 容量/容器	250ml缶(新発売)、350ml缶、500ml缶、小びん
5. 価格	オープン価格
6. アルコール分	0.00%
7. 販売予定数	約210万ケース(27,000KL) ※大びん換算
8. 製造工場	キリンビール取手工場、滋賀工場、岡山工場

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>