

「キリンチューハイ ビターズ」好調につき、 年間販売予定数を当初の3倍に上方修正！

～ “甘くない大人のビターチューハイ” が大好評～

キリンビール株式会社（社長 磯崎功典）は、今年6月10日（火）に発売した新ブランド「キリンチューハイ ビターズ」シリーズが好調につき、年間販売予定数を当初の3倍となる約300万ケース※1に上方修正します。

※1 250ml×24本換算

近年、RTD※2市場はお客様の嗜好の多様化などによる拡大傾向が続いています。背景には、フレーバーや飲み方などさまざまな選択肢があることから、若年層を中心に注目を集めていると考えられます。

当社が実施した調査によると、「最も好きなお酒」を、「RTD」と答えるお客様が増加傾向にあり、ビール・発泡酒・新ジャンル、焼酎の飲用者でRTDを並飲している方が増えています。手軽さ・満足な飲みごたえ・豊富なバリエーションを求める方が多く、これまでにない新しいコンセプトのお酒に対するニーズや期待感が高まっています。

※2 Ready to Drinkの略。栓を開けてそのまま飲める低アルコール飲料。

■ 「ビターズ」好調の要因

1. 1杯目から飲めるチューハイ

果皮のほろにがさで終わる後ギレのよさと心地よい余韻が特長です。“とりあえずビール”に代わり“とりあえずチューハイ”になり得る、1杯目から飲めるチューハイとして人気が集まっています。

2. 食事に合うほろにが味

甘くない“ビターチューハイ”のため、食事と一緒に楽しめる味覚に仕上がっています。当社が実施した調査によると、「ほろにがレモンライム」「ほろにがグレープフルーツ」「スパイシージンジャー」の3種ある「ビターズ」シリーズは、食事に合わせてフレーバーを選ぶお客様が多いことが分かっています。

3. 味の決め手となる、こだわりの“ビターリキュール”

“ビターリキュール”とは果実やハーブから抽出した苦みの強いリキュールで、バーテンダーがカクテルを作る際に、味わいに深みを与える隠し味としても使われています。“大人のビターチューハイ”に仕上げる味の決め手になっています。



以上