

### 「キリン氷結®」7年連続増 & 年間販売数量が過去最高に！

～2011年より連続でプラス、2006年年間販売数量3,680万ケース※1を突破～

キリンビール株式会社（社長 布施孝之）は、氷結®ストレート果汁※2を使用したRTD※3ブランド「キリン氷結®」が、2001年の新発売以降最高だった2006年の年間販売数量3,680万ケースを、12月中旬に突破し過去最高となりました。

※1 250ml×24本換算。

※2 収穫した果実を搾汁後、そのまま凍結しているため、果実のおいしさをそのまま味わうことができる。

※3 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。



#### ■「キリン氷結®」について

- ・「氷結®」は収穫した果実を搾汁後そのまま凍結した「氷結®ストレート果汁」を使用したRTDブランド。2001年に発売したキリンビールのロングセラーです。
- ・「スタンダード」シリーズを中心に、果汁感と飲みごたえある味わいを実現した高アルコールカテゴリーの「ストロング」シリーズ、2017年に新発売した「旅」をコンセプトにした「旅する氷結®」シリーズなどそれぞれ特長をもったシリーズを複数展開。これが幅広いお客様の支持獲得に繋がっています。



#### ■好調の要因

##### ●「氷結®」ブランドの「親近感」「定番感」などイメージ向上

「スタンダード」シリーズの2016年のリニューアル以降、「親しみやすい」「爽やかな感じ」「定番感」など、「氷結®」ブランド全体のイメージが向上（当社調べ）しました。

##### ●「旅する氷結®」は再上方修正した年間販売目標を11月末に前倒しで達成

9月に再上方修正した年間販売目標170万ケースを11月末に前倒しで達成。“世界を旅する”コンセプトがお客様に支持され複数のフレーバーを同時購入いただくなど販売を伸ばしました。RTDの既存ユーザーである30～40代に加え、20～30代を中心とした若年層からの支持が拡大しました。（当社調べ）

##### ●「ストロング」シリーズの好調

RTD市場の拡大を牽引する高アルコールカテゴリー商品である「ストロング」シリーズは、4月のリニューアルが成功し、果汁感とすっきりしたおいしさが評価され、1-11月でも前年数量比+10%と好調を維持。

##### ●中居正広さんや高橋一生さんを起用した“あたらしくいこう”コミュニケーションが話題に

「氷結®」ブランドで“あたらしくいこう”をテーマにしたTVCMやキャンペーンなどのコミュニケーションを展開。中居正広さんを起用した広告や高橋一生さんを起用した「氷結×ICEBOX」の企画が大きな話題を呼びました。



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。

#### （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>