

キリンビール 高付加価値RTDが好調

キリンビールのRTD事業が好調だ。1~3月RTD計の販売実績は前年比127%で推移。「氷結」をはじめとする主力群に加え、昨年から本格化した高付加価値RTDへの取り組みが奏功している。「キリン 麴レモンサワー」「麒麟 発酵レモンサワー」がいずれも好調で、後者は3月16日の発売から4日で1000

万本(250ml換算)を突破し過去10年の同社RTD新商品で最速記録を達成している。「お客様のニーズを見極めたブランド開発に向けて今後も付加価値を重視していく。時間やコストをかけて丁寧につくり込み、最終的にはお客様に喜んでもらうことがキリンの使命だ」と語る山崎勝弘マーケティング部RTDカテゴリー戦略担当ブランドマネージャー(写真)に話を聞いた。

(聞き手 柴田明子、まとめ 鍵野史人)

高付加価値RTD好調の背景は

近年、RTDに対してのニーズが、「刺激・爽快感」から「品質の高いもの・素材感・食中に楽しめるもの」に変化している。

素材技術の概念をRTDに取り込み「より美味しいものをつくることはできないか?」という背景から今回の高付加価値RTDの開発に着手。

そして「自然とつくる、人に心地いいお酒」をコンセプトに、素材感にフォーカスした「キリン 麴レモン

サワー」を昨年10月に、「麒麟 発酵レモンサワー」を今年3月に発売した。

いずれも「せっつかく飲むなら良いものを」というニーズにマッチし、ライトボディでありながらじっくりと楽しめる「麴レモンサワー」は発売1カ月で当初販売計画の約7割増の販売を達成。濃いのにスッキリとした味わいが特徴の「発酵レモンサワー」は発売4日で1000万本(250ml換算)を突破し過去10年

のキリンビールRTD新商品で最速記録を達成。家庭のみが拡大する環境下で、「伸長するレモンサワー」×「食事に向く適度なアルコール分」×「付加価値」の3つの掛け算が奏功し、発売以降手応えを感じている。

「レモン」フレーバーへのこだわり
上記新商品に加え、既存ブランドの「氷結」「麒麟特製サワー」「本搾り」もレモンフレーバーを中心に好調だ。

山崎勝弘氏に聞く



市場に目を向けると、RTD 飲用シーンの多様化(食前・食後・食中等)とともに、杯を重

み帯びたレモンそのままを感じながらも後味が爽やかで幅広い食事に合い、より多くの方に楽しんでもらえるような間口の広いつくり。濃いのに爽やかという点はまさにヨーグルトの感覚とも言える。

「今後の高付加価値RTDのあり方について お客様ニーズを見極めたブランド開発や、美味しいRTDづくり」を目指す上

「発酵レモンサワー」は、スローな時間の中で上質なひと時を感じてほしいブランド。果汁とお酒だけでつくった「本搾り」では、ありのままの果汁が味わえる、健やかな品質感を提案している。

「高付加価値群の「麴レモンサワー」は、普段から健康意識が高く、深く味わいを楽しみたい方にお勧めで、特に和食との相性が良い。「発酵レモンサワー」は、発酵により引き出された丸



「高付加価値群の「麴レモンサワー」は、普段から健康意識が高く、深く味わいを楽しみたい方にお勧めで、特に和食との相性が良い。「発酵レモンサワー」は、発酵により引き出された丸

で付加価値は重要であり、今後も挑戦を続けたい。お客様の嗜好・ニーズの多様化が加速される中、市場全体における高付加価値RTDの構成比は今後拡大するだろう。



「自然とつくる、人に心地いいお酒」をコンセプトに、素材感にフォーカスした「キリン 麴レモンサワー」は、発売以降手応えを感じている。

「高付加価値群の「麴レモンサワー」は、普段から健康意識が高く、深く味わいを楽しみたい方にお勧めで、特に和食との相性が良い。「発酵レモンサワー」は、発酵により引き出された丸