聖獣「麒麟」の目指す先 ―酒税改定後の戦い方②―

領域広げる旗艦「一番搾り」

発売から33年が経過した「キリン一番搾り生ビール」。おいしさへのこだわりを軸に、新たな提案の数々でブランド領域を広げているキリンのフラッグシップビールの今を探る。

（石母田 健）

「一番搾り」が初めて世に出たのは、国内ビール消費がピークを迎える4年前、1990年の3月だった。独自の「一番搾り製法」によるおいしさへのこだわりで、多くのビールファンに愛されながら、98年には「同〈黒生〉」を発売。以降、2004年「同とれたてホップ」、14年「同プレミアム」（ギフト専用）と投入を続け、15年には全国9工場から「同 地元うまれシリーズ」を、翌16年には「同47都道府県シリーズ」をそれぞれ発売、12年の新たな飲み方「同 フローズン生」と合わせ、数多くの提案を積み重ね、その地位を盤石なものにしてきた。

マーケティング部ビールカテゴリーブランドマネージャーの中村早織主査（写真）は、「一番搾り」誕生の経緯について次のように語る。「キリンビールの顔といえる『一番搾り』は、本当においしいビールをつくりたい、との強い想いの結集として誕生した。当初、本当においしいビールとは何か…、どのようにしたら造れるのか…、などの不安を抱えながら試行錯誤を繰り返し、キリンが持つ多くの知見と技術を掛け合わせた結果、一番搾り麦汁のみで醸造する〝一番搾り製法〟に辿り着いた」。

一番搾り麦汁だけでビールを造ること自体は、すでに海外でも知られていたが、手間がかかり、コストも高くなることなどから誰も実行しなかったという。また、当初はキリンでも、プレミアムとして販売する案が出ていたが、「本当においしいビールを多くのお客様に楽しんでいただくことを主眼としていたので、敢えてスタンダードな価格帯で発売した」。

そうしたおいしさへのこだわりは、今も脈々と引き継がれている。20年10月、23年10月と2回の酒税改正で（減税が続く）ビールには今、追い風が吹いている。その状況を中村氏は、「お客様がもう一度ビールを手に取っていただくチャンスが到来している」と考えている。そして、「このチャンスに、『一番搾り』として何ができるかを、いつも模索している」。

今年も「一番搾り」のおいしさへのこだわりを武器に、キリンビールでは提案を次々と行っている。20年10月に発売した「同 糖質ゼロ」は7月のリニューアルでおいしさに磨きをかけ、限定品では、6月に「同 超芳醇」で高濃度一番搾り麦汁を使用した今だけの特別感を、10月に「同 やわらか仕立て」でやわらかなうまみとかろやかな余韻を、11月7日に発売した「同 とれたてホップ」では、今年とれたての岩手県遠野産ホップの旬のおいしさを、それぞれ提案し、「一番搾り」だからできる「おいしさ」の領域の拡大を進めている。

「本体では体現できない『一番搾り』の魅力と可能性をお客さまに知っていただき、ブランドのポテンシャルを高めると同時に、こうした限定品を楽しんでいただいたお客さまに、本体の魅力、おいしさを再認識していただく相乗効果も生まれている」と中村氏。減税効果を背景に、一連の施策によってブランドの推移は好調だ。昨年の値上げや今年の減税による仮需とその反動を除外した1～8月の販売は、本体で前年同期比108％と好調。初回の減税に合わせて20年10月に発売、2度のリニューアルを実施した「糖質ゼロ」も、「地合いは堅調」という。

中村氏は2回目の税制改定後の変化について、「まだ読めない部分が多いが…」としたうえで、「お客様も、ビール類の中で今一番元気なのはビールだと感じてくださっており、流通も後押ししてくださっている。コロナ禍で定着したちょっと贅沢な家飲みも、一定の割合で継続されており、選択する価値基準の変化は明白。諸情勢から生活防衛が強まっているのも事実だが、『本麒麟』『のどごし生』などで選択肢を拡げつつ、『一番搾り』を主体にビールの裾野を広げていく。

『やわらか仕立て』のトライアルの半分は本体未体験者との調査結果もあり、同ブランドへのイメージや顧客基盤拡大に一役かっている。発売20年を迎えた『とれたてホップ』は、遠野産ホップにこだわった旬のビール。『一番搾り』から次々とうれしい提案を行い、ビールの需要が高まる年末から正月にかけて、『一番搾り』を手に取っていただける機会が増えることを期待している」と語る。

一方、19年比で7～8割程度まで回復、今年5月のコロナ5類移行以降その速度が増している業務用市場については、「大切なパートナーである飲食店さまでの良質な飲用体験を創出するべく品質向上に注力し、おいしいビール＝『一番搾り』、と紐づけていく。外食が、ある種の特別感を持つようになった今、お店での創造を超えるおいしさの体験を、小売店頭、食卓へとつなげていきたい」とする。中村氏が、「丁寧で誠実なものづくりは『一番搾り』のDNA。おいしい好きのすべての人々の今日の喜びになることを提案し続けて、ビール市場を元気にしたい」と言う同ブランドを注視したい。