

よろこびがつなぐ世界へ

# KIRIN

キリンビバレッジ  
2024年7月

7月のご案内

# 07

2024 July

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

# KIRIN BEVERAGE NEW LINEUP & PROMOTION



2 [火]  
発売



キリン 午後の紅茶  
Sparkling  
ライチスカッシュ



キリン×ファンケル  
カロリミット  
アップルスパークリング  
リフレッシュ

9 [火]  
発売



キリン 午後の紅茶  
TEA SELECTION  
サマーブレンドアイ스티ー



# キリン 午後の紅茶 Sparkling ライチスカッシュ

7/  
2 [火]  
発売

## 「午後の紅茶」から、紅茶×炭酸の新品!

## 爽やかにリフレッシュできる甘すぎない大人なティースパークリング

紅茶  
炭酸



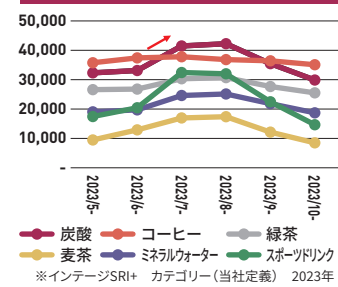
500ml PET

COLD  
コールド専用

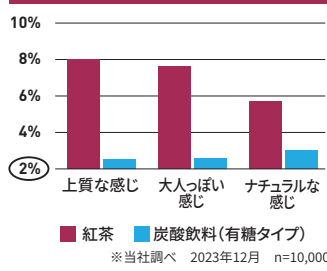
### 市場機会・ポイント

- 1 炭酸カテゴリーは夏に清涼飲料内で販売規模(金額)が最も大きくなり、需要が高まる
- 2 健康志向の高まりで有糖炭酸は縮小傾向も、こだわり感・上質感を感じさせる商品は伸長  
既存の有糖炭酸の未充足ニーズに「子供っぽさ」「不健康感」などが考えられる。  
※インテージSRI+ カテゴリー(当社定義) 販売推計規模容量 2019年-2023年
- 3 紅茶はミルク・果汁のみならず炭酸との相性もよく、「上質感」「大人っぽさ」「ナチュラルさ」に強みがある

1 販売推計規模(金額)(単位:百万円)



3 カテゴリーイメージ



### 商品特長

- 1 炭酸棚で目を惹く上質感のあるパッケージデザイン  
夏の暑い日に、喧騒から離れたような心地よさと、涼しく豊かな時間を与えてくれることをイメージ。上質感があるデザインで大人でも手に取りやすい。
- 2 爽やかで飲みやすいライチ味がベース  
すっきりとした甘さで大人な味わい  
南国の爽やかなイメージがあるライチ味をベースに採用。  
ライチ味のティースパークリングに、隠し味のトニックや爽やかなスパイスの香りを加え、大人な味わいに仕上げました。  
※無果汁

### プロモーション

ブランドのTVCMに加え、商品ニュースやお客様の発話拡散を狙ったデジタル広告・PRの実施を予定。

紅茶の強みである「報酬・品質感」を生かした炭酸飲料の新提案で、夏の飲料需要を最大化する

炭酸

機能性表示食品  
届出番号I1205



500ml PET

COLD  
コールド専用

自販機  
投入対象

## 「キリン×ファンケル」から新商品が登場！

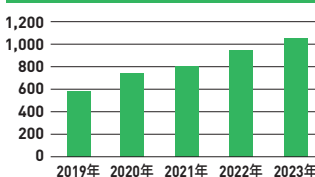
## 糖や脂肪の吸収を抑える※すっきりおいしい大人のフルーツ炭酸

※難消化性デキストリンの働き

### 市場機会・ポイント

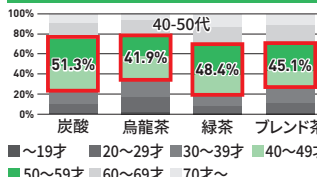
- 1 特保・機能性表示食品市場は伸長。  
特に炭酸は40-50代の構成比が高い

特保・機能性市場(単位:千KL)



※インテージSRI+ ドライ飲料特保機能性カテゴリー  
推計販売規模(容量)x1/1,000 全容器

年代別購買構成比(容量ベース)



※インテージSCI(15-79歳) ドライ飲料特保機能性カテゴリー(当社定義)  
2023年累計、容量ベース、PET~699ml

- 2 市場拡大の背景はお客様の健康意識の変化

これまでのニーズ

炭酸飲料は  
甘くておいしいほうが良い

拡大しつつあるニーズ

甘い炭酸は飲みたいが  
健康は気になる

「甘い炭酸は飲みたいが健康は気になる」というニーズを  
「カロリミット」ブランドが提案する、おいしいフルーツ炭酸でとらえ、  
炭酸市場の活性化を実現する

### 商品特長

- 1 食事サポートブランド  
「カロリミット」とのコラボ

抑制系/燃焼系ダイエット市場※

7年連続売上No.1のFANCLの

サプリメントブランド「カロリミット」とコラボ。

※2016~2022年売上金額(カロリミット・大人のカロリミット・その他合計)  
出典:「H・Bフーズマーケティング便覧2018-2024 機能志向食品編」  
<抑制系/燃焼系ダイエット市場内サプリメント企業ランキング(株)富士経済>



- 2 “おいしさ”を期待できる手に取りやすいパッケージデザイン

一目で直感的においしさを感じるデザインで、  
おいしさ重視の有糖炭酸ユーザーをとらえる。

- 3 2種のりんご果汁を使用したさわやかな味わい

青りんごと赤りんごのさわやかで、  
甘酸っぱい味わいがおいしいフルーツ炭酸。  
心地よい炭酸の刺激で喉を潤せます。

※果汁10%未満

#### 届出表示

本品には難消化性デキストリン(食物繊維として)が含まれています。難消化性デキストリン(食物繊維として)には、食事から摂取した糖や脂肪の吸収を抑える機能があることが報告されています。  
※食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。 ※本品は、国の許可を受けたものではありません。 ※本品は、疾病の診断、治療、予防を目的としたものではありません。



# キリン 午後の紅茶 TEA SELECTION サマーブレンドアイスティー

7/9 [火]  
発売

紅茶



500ml PET

COLD  
コールド専用

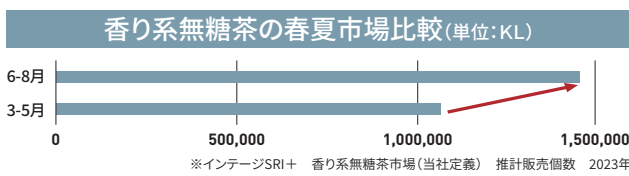
## 爽やかですっきりとした茶葉の味わいと南国の果実の香りで 夏の涼しげなひとときを楽しむ無糖アイスティー

### 市場機会・ポイント

紅茶の持つ上質な印象で  
夏の止渴×ご褒美ニーズを捉え  
市場拡大を狙う！

- 1 ご褒美需要の拡大  
不安定な社会情勢を受け、お客様変化として、飲料の中で「ちょっと贅沢な気分になる」等、自分へのご褒美需要が高まっている。
- 2 香り系無糖茶※1の拡大  
香り高さからご褒美需要拡大の受け皿となり、香り系無糖茶市場は2022年比で年累で約116%にカテゴリーを拡大※2させている。

- 3 無糖茶の夏の需要拡大  
香り系無糖茶を含む無糖茶市場は、春に比べ夏に需要を拡大するため市場拡大の機会を持つ。



### 商品特長

- 1 特製ブレンド「サマーブレンド」  
夏に嬉しい爽やかな香りとすっきりとした味わいの茶葉の特製ブレンド。
- 2 香る南国の果実  
マンゴーの香りに重なる爽やかなパッションフルーツやライチの香りをブレンドし、みずみずしく爽やかな余韻香が楽しめます。(マンゴーエキス使用)※無果汁
- 3 低温抽出による軽やかな飲み心地  
低温で茶葉を抽出することですっきりとした軽やかな飲み心地を実現しました。

### プロモーション

ブランドのTVCMに加え、商品ニュースやお客様の発話拡散を狙ったデジタル広告・PRの実施を予定。

# KIRIN BEVERAGE NEW LINEUP 07

2024年7月  
新商品のご案内

## キリン 午後の紅茶 Sparkling ライチスカッシュ



Jul  
2日  
発売

COLD

容量・容器		荷姿	
500ml PET		24本入り	
希望小売価格(税抜)		自販機推奨価格	
単品 160円	ケース 3,840円	—	
パレット積載数		賞味期限	
8箱×6段		7ヶ月	
JANコード (単品) [新規]	4 909411 095642		
JANコード (ケース) [新規]	4 909411 095659		

## キリン×ファンケル カロリミット アップルスパークリング リフレッシュ



Jul  
2日  
発売

機能性  
表示食品

COLD

自販機  
投入

容量・容器		荷姿	
500ml PET		24本入り	
希望小売価格(税抜)		自販機推奨価格	
単品 170円	ケース 4,080円	180円	
パレット積載数		賞味期限	
8箱×6段		7ヶ月	
JANコード (単品) [新規]	4 909411 094317		
JANコード (ケース) [新規]	4 909411 094324		

## キリン 午後の紅茶 TEA SELECTION サマーブレンドアイ스티ー



Jul  
9日  
発売

COLD

容量・容器		荷姿	
500ml PET		24本入り	
希望小売価格(税抜)		自販機推奨価格	
単品 170円	ケース 4,080円	—	
パレット積載数		賞味期限	
8箱×6段		9ヶ月	
JANコード (単品) [新規]	4 909411 093815		
JANコード (ケース) [新規]	4 909411 093822		

のんだあとはリサイクル。



キリンビバレッジ株式会社 <http://www.beverage.co.jp>

※商品のデザイン・色等是一部変更になる場合があります。※「希望小売価格(税抜)」は発売時の消費税抜きの希望小売価格です。  
※「自販機推奨価格」は自動販売機推奨価格です。