

キリンググループ 2016年9月販売概況レポート

1. キリンビール社

- ・ ビール類は、好調なビールカテゴリーや機能系商品が寄与し、市場平均を上回った模様。
- ・ 「一番搾り」ブランドは、9月9日からのキャンペーンや季節限定パッケージ品が寄与し、プラスとなった。
- ・ 当社機能系商品は、リニューアルした「のどごし オールライト」が+33%と大幅増で着地したほか、「淡麗 プラチダブル」も2桁増となり8か月連続のプラスを達成するなど、機能系市場拡大に貢献した。
- ・ 「のどごしく生」は、ハロウィンパッケージ商品やキャンペーンといった施策が奏功しており、回復基調が見られる。新CMも好評で、今後の施策と併せてさらなる巻き返しを図る。

カテゴリー	9月 前年比
ビール類計	100%
ビール計	102%
発泡酒計	101%
新ジャンル計	98%
RTD計	105%

2. アルサン社

- ・ 強化ブランドの刊中高価格帯「カッセル・テル・テ・イブロ」は、+19%と引き続き伸長。10月7日にはコンセプトショップ 悪魔のバル「Diablo」がオープン。最盛期に向けて活性化を図る。
- ・ 発売以来好調に推移している「ギューグッと搾ったサングリア」シリーズは+37%と引き続き伸長。当シリーズの新商品「ギューグッと搾ったサングリア 赤ワイン×ピーチ&ストロベリー&ラズベリー」が10月4日に発売。ワイン市場のさらなる活性化と裾野拡大を図る。
- ・ フラッグシップブランド「シヤト・メルサン」は、新ウイニング発売後堅調。「Japan Wine Competition (日本ワインコンクール) 2016」での部門最高賞2つを含む最多金賞受賞もあり、さらに価値訴求を行っていく。

カテゴリー	前年比
ワイン合計	99%
国内製造ワイン計	91%
輸入ワイン計	109%

3. キリンパレヅ社

- ・ 清涼飲料計は、+14%となり市場全体(+7%)を上回った。
- ・ 生茶ブランドは前月に引き続き好調で+69%で着地。コンビニでは取扱い店舗数・販売数量ともに発売時の水準を維持しており、スーパーではシルバークキャンペーンが寄与するなど、各チャネルで好調。
- ・ 午後の紅茶ブランドは新商品「こだわり素材の瀬戸内柑橘ティー」や昨年実施したレギュラー4品のハロウィンパッケージの展開により±0%で着地。

カテゴリー	前年比
清涼飲料合計	114%