

## キリンググループ 2017年3月販売概況レポート

### 1. キリンビール社

- ・ ビール類は、低温が続いたことや昨年実施したキャンペーンの反動もあり、市場同様にマイナスとなった。
- ・ ビールは、「一番搾り」が業務用を中心に好調に推移したほか、季節限定発売の「若葉香るカップ」も寄与し、キャンペーンの反動が見られる中でも前年並みを維持した。
- ・ 発泡酒はマイナスとなったが、「淡麗フラタダブル」が+6.4%と引き続き好調に推移し、14か月連続のプラスを達成した。
- ・ 新ジャンルはマイナスとなったが、4月18日の「のどごしスペシャルタイム」発売に合わせて施策を投入し、のどごしブランド計で巻き返しを図る。
- ・ RTDは、3月21日に発売した「旅する氷結」が予定を上回って推移、2月にリニューアルした「本搾り」も+23%で着地するなど、好調が続いている。

カテゴリ	前年比
ビール類計	96%
ビール計	100%
発泡酒計	97%
新ジャンル計	91%
RTD計	108%

### 2. マルサン社

- ・ ワインは、国内製造ワインが+6%、輸入ワインが+8%と伸長し、ワイン合計で+7%となった。
- ・ フラッグシップブランド「シャトー・マルサン」は、+14%と好調に推移。
- ・ 「おいしい無添加」は、リニューアルに合わせて店頭での露出強化し、+7%となった。
- ・ 中高価格帯「カシエロ・テル・ディアロ」は、昨年的大幅な伸長の反動で-10%となったが、2015年比では+68%となっている。

カテゴリ	前年比
ワイン合計	107%
国内製造ワイン計	106%
輸入ワイン計	108%

### 3. キリンパレツ社

- ・ 清涼飲料計は、-2%となり市場の±0%を下回った。
- ・ 生茶ブランドは引き続き各チャネルで好調。新発売の300mlペットボトルも寄与し+17%で着地した。
- ・ 午後の紅茶ブランドはコンビニチャネルでの好調が寄与し+2%で着地した。
- ・ 健康・スポーツ飲料は新発売の「ライザップ プロテインボトル」の好調と、機能性表示食品「サマリモン」が寄与し、+41%と伸長。

カテゴリ	前年比
清涼飲料合計	98%