

キリンググループ 2021年2月販売概況レポート

日頃から大変お世話になっております。キリンググループの2月販売概況について、下記の通りご案内いたします。

記

1. キリンビール社

- ビール類計は、市場が対前年 88%程度と推定される中、当社は 98%となった。
- ビール計は、市場が対前年 74%程度と推定される中、当社は 96%となった。
 - ・酒税改正によって、家庭用ではビールカテゴリーに注目が集まったこともあり、「一番搾り」缶計は 106%となった。
 - 更に「一番搾り 糖質ゼロ」は、3月上旬時点で当社過去 10 年のビール新商品で最速となる累計 1 億本[※]を突破。
 - 「一番搾りブランド缶」計は 180%と大幅増となった。 ※ 350ml 缶換算
- 発泡酒計は、市場が対前年 106%程度と推定される中、当社は 108%となった。
 - ・酒税改正によって、新ジャンルとの価格差が縮まったことに加え、健康志向の高まりを背景に、糖質オフ・ゼロ商品である「淡麗グリーンラベル」は 111%、「淡麗プラチナダブル」も 119%と大幅増となった。
- 新ジャンル計は、市場が対前年 96%程度と推定される中、当社は 94%となった。

カテゴリー	前年比
ビール類計	98%
ビール計	96%
発泡酒計	108%
新ジャンル計	94%
RTD 計	128%

2. メルシャン社

- 家庭用を中心に「おいしい酸化防止剤無添加ワイン」などが好調に推移し、国内製造ワインは 107%と好調。ワイン計も前年並みとなった。

カテゴリー	前年比
ワイン合計	101%
国内製造ワイン計	107%
輸入ワイン計	94%

3. キリンビバレッジ社

- 外出自粛に伴う影響でコンビニエンスストアを中心に伸び悩み、清涼飲料計で 87%となった。
- プラズマ乳酸菌入り飲料は、体調管理に対するお客様の意識が引き続き高く、138%と伸長した。

カテゴリー	前年比
清涼飲料計	87%

以上