

キリンググループ 2021年3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3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100%程度と推定される中、当社は103%となった。
- ビール計は、市場が対前年106%程度と推定される中、当社は117%となった。
 - ・昨年10月に発売した「一番搾り 糖質ゼロ」は、発売から約半年となる3月下旬時点で当社過去10年のビール新商品で最速となる累計300万ケース[※]を突破した。また、3月に新発売した「SPRING VALLEY 豊潤<496>」は、4月上旬には年間販売目標の約160万ケース[※]の約2割にあたる30万ケース[※]を早くも達成した。 ※ 大びん換算
- 発泡酒計は、市場が対前年107%程度と推定される中、当社は107%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107%、「淡麗ブラチナダブル」も121%と大幅増となった。
- 新ジャンル計は、市場が対前年93%程度と推定される中、当社は95%となった。

カテゴリー	前年比	(参考) 1-3月 前年比
ビール類計	103%	98%
ビール計	117%	96%
発泡酒計	107%	109%
新ジャンル計	95%	95%
RTD計	136%	127%

2. メルシャン社

- 業務用比率が高い輸入ワインが苦戦し、ワイン計では96%となった。
- 家庭用を中心に好調だった国内製造ワインは、前年並みの実績となった。
- シャトー・メルシャンはクオリティシリーズと、テロワールシリーズ（一部）の流通チェーンでの採用が増え、113%と好調となった。

カテゴリー	前年比	(参考) 1-3月 前年比
ワイン合計	96%	98%
国内製造ワイン計	100%	104%
輸入ワイン計	91%	91%

3. キリンビバレッジ社

- 緊急事態宣言の段階的緩和により、コンビニエンスストアが回復傾向となり、前年比95%となった。
- プラズマ乳酸菌入り飲料は、「iMUSE」ブランドが好調に推移し単月前年比154%となり、3ヶ月連続で伸長した。

カテゴリー	前年比	(参考) 1-3月 前年比
清涼飲料合計	95%	88%

以上