

## 2008 年上半期（1-6 月）課税出荷数量ヘッドライン

### 1. 市場全体の概況

- ◆ ビール・発泡酒・新ジャンル市場は、少子高齢化・嗜好の多様化・価格改定などの影響もあり、マイナス（▲4.2%）。
- ◆ ビール市場は、嗜好の多様化などの流れを受け、マイナス（▲7.6%）。
- ◆ 発泡酒市場は、マイナス（▲6.3%）。糖質ワなど、商品特性の明確な商品への集中が一層高まった。
- ◆ 新ジャンル市場は、依然拡大を継続し、プラス（+7.2%）。構成比は 22.9%。選びやすく安心感のある上位定番ブランドにお客様の支持が回帰する傾向が続いている。

### 2. キリン社概況

- ◆ ビール・発泡酒・新ジャンル計は、業界同様にマイナス（▲5.9%）となったものの、4 月以降は価格改定の反動から脱却。特に新ジャンルはプラス（+5.6%）と好調に推移。
- ◆ ビール計は、昨年発売した「キリン・ザ・ゴールド」の裏返しもあり、マイナス（▲15.8%）。
- ◆ 発泡酒計は、マイナス（▲1.4%）となったものの、業界平均を上回った。2 月に発売した「麒麟 ZERO」が上方修正するなど、好調に推移。
- ◆ 新ジャンル計は、プラス（+5.6%）。圧倒的な存在を誇る「のどごし〈生〉」が定番回帰の流れを受け、好調を継続。さらに「スパークリングホップ」が上乘せとなった。

#### 《ビール》

- 価格改定による仮需の反動、他社の仮需の影響と、昨年発売した「キリン・ザ・ゴールド」の裏返しもありマイナス（▲15.8%）。最盛期に向け 6 月より味の素社とのコラボレーション企画を展開中。また、7 月からは北京五輪日本代表応援キャンペーンなどを展開する。

#### 《発泡酒》

- 2 月に発売した「麒麟 ZERO」は、6 月末までに約 343 万ケース販売と上方修正後の販売予定 600 万ケースをさらに上回る勢いで好調に推移し、すでに年間目標の約 60%近くを販売。「淡麗グリーンラベル」「淡麗アルファ」とあわせた当社糖質ワ系発泡酒計での前年比は 25%以上のプラス。
- 「麒麟淡麗〈生〉」、「淡麗グリーンラベル」ともに販売予定を上回るペースで好調に推移。

#### 《新ジャンル》

- 新ジャンルカテゴリーで圧倒的な販売を誇る「のどごし〈生〉」は、各社新商品の積極投入の中、プラス（+4.6%）※を記録。さらに「スパークリングホップ」も上乘せになり、6 月末までに約 1,988 万ケース※販売。

※ 販売ペース。