

2008年第1四半期(1-3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、価格改定による仮需の反動などの影響もあり、マイナス(▲2.6%)。
- ◆ ビール市場は、仮需の反動の影響が大きく、マイナス(▲4.9%)。
- ◆ 発泡酒市場は、マイナス(▲4.5%)。糖質ワなど、商品特性の明確な商品への集中が高まった。
- ◆ 新ジャンル市場は、依然拡大を継続し、プラス(+5.8%)。構成比は21.7%。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、価格改定による仮需の反動、他社の仮需の影響もあり、マイナス(▲6.9%)となったものの、新ジャンルは2桁プラス(+17.0%)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(▲19.3%)。
- ◆ 発泡酒計は、業界同様にマイナス(▲4.7%)となったものの、価格改定の影響もある中で、2月に発売した「麒麟ZERO」が販売予定を上回る勢いで好調に推移。
- ◆ 新ジャンル計は、2桁プラス(+17.0%)と業界を大きく上回った。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(▲19.3%)。最盛期に向け「勝ちキャンペーン」や味の素社とのコラボレーション企画などを今後展開する。

《発泡酒》

- 2月20日に発売した「麒麟ZERO」は、3月末までに146万ケース販売と予定を上回る勢いで好調に推移し、すでに年間目標の1/3を達成。「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20%以上のプラス。

《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〉」が、2005年4月の発売以来、累計40億本(350ml換算)を3月13日に突破。また、仮需の反動がある中、対前年プラス(+5.3%)を記録。

※「のどごし〈生〉」の前年比(カッコ内)は販売ベース。