

## 2008年第3四半期(1-9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(▲2.7%)。
- ◆ ビール市場は、嗜好の多様化などの流れを受け、マイナス(▲6.7%)。
- ◆ 発泡酒市場は、マイナス(▲7.1%)。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(+13.7%)。構成比は23.5%。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(▲4.3%)となったものの、好調な新ジャンル(+8.9%)などの貢献により、上半期よりもマイナス幅が縮小。
- ◆ ビール計は、昨年発売した新商品の裏返しもあり、マイナス(▲14.1%)。
- ◆ 発泡酒計は、微減(▲1.0%)と、業界平均を上回った。2月に発売した「麒麟ZERO」が再度上方修正するなど、好調に推移。
- ◆ 新ジャンル計は、プラス(+8.9%)。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」「スムース」が上乗せとなった。

#### 《ビール》

- 価格改定による仮需の反動、他社の仮需の影響と、昨年発売した新商品の裏返しもありマイナス(▲14.1%)。11月5日に「一番搾り とれたてホップ生ビール」を、12月10日には限定醸造した明治・大正各時代のキリンがビール「明治のうがー」「大正のうがー」を限定発売し、年末に向けてビールならではの提案を実施する。

#### 《発泡酒》

- 2月20日に発売した「麒麟ZERO」は、9月末までに545万ケース販売と4月に上方修正した年間販売目標600万ケースを10月中にも突破することが確実となり、年間販売目標を700万ケースに再度上方修正。「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(+6.6%)を記録。発売初月に約73万ケース販売した「スムース」、さらには「スパークリングホップ」も上乗せになり、9月末までに約3,372万ケース※販売。
- 10月22日には、アルコール度数高め7%の「ストロングセブン」を発売し、時代を先取りした新しい価値を提案することで総需要の拡大を目指す。 ※ 販売ペース。

以上