

2010 年年間（1-12 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、生活防衛意識の高まりや、上半期の天候不順などの影響もあり、対前年▲2.8%。ただし、夏場の猛暑効果もあり、上半期よりマイナス幅は縮小した。
- ◆ ビール市場は、生活防衛意識の高まりもあり、対前年▲3.6%。
- ◆ 発泡酒市場は、新ジャンル市場の拡大の影響などもあり、対前年▲17.7%となったが、上位ブランドや付加価値のある商品は堅調に推移。
- ◆ 新ジャンル市場は、対前年プラス（+8.7%）となり、構成比も過去最大の 32.8%に。初の 3 割超えとなった。各社から新商品が投入される中、選びやすく安心感のある上位定番ブランドに引き続きお客様の支持が集まった。

2. キリン社概況

- ◆ ビール・発泡酒・新ジャンル計は、市場全体同様に対前年マイナス（▲5.3%）
- ◆ ビール計は、市場全体同様に対前年マイナス（▲6.8%）。
- ◆ 発泡酒計は、市場全体同様に対前年マイナス（▲10.6%）となったものの、業界平均を上回った。
- ◆ 新ジャンル計は、対前年プラス（+1.9%）。「のどごし〈生〉」は 3 年連続で対前年を上回り、過去最高の年間販売実績となった。

《ビール・発泡酒・新ジャンル》

- 上半期の天候不順などの影響もあったが、夏場の猛暑効果や「のどごし〈生〉」のさらなる拡大もあり、上半期よりシェアアップ（36.4%→36.7%）し、マイナス幅も縮小。

《ビール》

- 「一番搾り」は前年のリニューアルに合わせた大規模なプロモーションの裏返しがあったものの、市場平均並み（▲4.2%）に留まった。
- 「ラガー」は、マイナス（▲8.1%）となったものの、味覚とパッケージをブラッシュアップした効果もあり、マイナス幅が 1 桁まで縮小。

《発泡酒》

- 「淡麗シリーズ」は、マイナス（▲7.1%）となったものの、市場全体が大幅マイナスとなる中、堅調に推移。当社の発泡酒計が、発泡酒市場に占めるシェアは、年間としては過去最大の 66.2%を記録。
- 「淡麗グリーンパベル」は、新規 CM の効果もあり、プラス（+0.2%）を達成。

《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 年の発売以来、年間では最大となる 4,729 万ケースの販売を記録。さらに、新商品「本格〈辛口麦〉」、リニューアルした「コクの時間」が上乘せとなり、当社の新ジャンル計はプラス（+1.9%）を達成。

※ 「一番搾り」「ラガー」「淡麗シリーズ」「淡麗グリーンパベル」「のどごし〈生〉」の対前年比は販売数による

以 上