

2010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、生活防衛意識の高まりや、少子高齢化・嗜好の多様化などの影響もあり、マイナス(▲5.7%)。
- ◆ ビール市場は、生活防衛意識の高まりもあり、マイナス(▲6.7%)。
- ◆ 発泡酒市場は、新ジャンル市場拡大の影響もあり、マイナス(▲22.8%)。
- ◆ 新ジャンル市場は、依然拡大を継続し、プラス(+9.5%)。構成比は33.9%に。

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(▲6.6%)となったものの、「のどごし〈生〉」の好調もあり、新ジャンルはプラス(+6.7%)。
- ◆ ビール計は、業界同様にマイナス(▲8.8%)。「一番搾り」は、昨年の大規模なプロモーションの反動があったものの、業界平均を上回った。
- ◆ 発泡酒計は、マイナス(▲15.4%)となったものの業界平均を上回った。特に「淡麗グリーンラベル」は、新テレビCMなどの効果もあり、前年並みと好調に推移。
- ◆ 新ジャンル計は、プラス(+6.7%)。圧倒的な存在を誇る「のどごし〈生〉」が好調を継続。さらに「コクの時間」や新商品「キリン1000」が上乘せとなった。

《ビール・発泡酒・新ジャンル》

- 各社新商品を投入する中、新ジャンルカテゴリで3割以上のシェアを占める「のどごし〈生〉」はさらに拡大し、「一番搾り」は堅調に推移した。

《ビール》

- 「一番搾り」は昨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反動の裏返しがあったものの、業界平均を上回るマイナス(▲2.8%)に留まった。また、びんは好調に推移し、プラスとなった。

《発泡酒》

- 発泡酒市場に占める当社シェアは、64.2%と第1四半期としては初の6割超え、過去最大シェアを記録。
- 「淡麗グリーンラベル」は、新テレビCMの効果もあり、前年並み(▲0.3%)と、業界全体が大幅マイナスとなる中、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〉」が、プラス(+5.7%)と、2005年の発売以来、第1四半期では最大となる902万ケースの販売を記録したことに加え、2009年6月の発売から2010年4月8日までの累計販売本数が2億本(350ml缶換算)を突破し好調な販売が続く「コクの時間」、新商品「キリン1000」が上乘せとなった。

※「一番搾り」「淡麗グリーンラベル」「のどごし〈生〉」の対前年比は販売数による。

以上