

2010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、夏場の猛暑効果もあったが、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、マイナス(▲2.5%)。
- ◆ ビール市場は、生活防衛意識の高まりの影響もあり、マイナス(▲3.5%)。
- ◆ 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(▲18.1%)。
- ◆ 新ジャンル市場は、依然拡大を継続し、プラス(+10.3%)。構成比は33.2%。

2. キリン社概況

- ◆ ビール・発泡酒・新ジャンル計は、市場全体同様にマイナス(▲4.6%)。
- ◆ ビール計は、マイナス(▲6.4%)。
- ◆ 発泡酒計は、マイナス(▲9.6%)となったものの、業界平均を上回った。
- ◆ 新ジャンル計は、プラス(+2.5%)。圧倒的な存在を誇る「のどごし〈生〉」に、「本格〈辛口麦〉」「コクの時間」が上乘せになり、好調を継続。

《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、新商品「本格〈辛口麦〉」の好調もあり、上半期より0.6%シェアアップ(36.4%→37.0%)し、マイナス幅も縮小。

《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裏返しがあったものの、市場平均並み(▲4.3%)に留まった。
- 「ラガー」は、マイナス(▲8.2%)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、第3四半期としては過去最大の66.0%を記録。
- 「淡麗グリーンパベル」は、新テレビCMの効果もあり、プラス(+0.5%)と好調に推移。

《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〉」が、2005年の発売以来、第3四半期では最大となる3,505万ケースの販売を記録。さらに、7月の発売から約2カ月で販売目標の約6割と好調な販売が続く新商品「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(+2.5%)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」の対前年比は販売数による