

キリンビール 2012年5月マンスリー・レポート

1. ビール・発泡酒・新ジャンル市場販売動向

- ビール+発泡酒+新ジャンル計は、プラス。定番商品である「一番搾り」「のどごし」「淡麗」「淡麗グリーンラベル」がプラスとなり、全てのカテゴリーが、プラスとなった。
- ビール計は、プラス。
- 発泡酒計は、プラス。
- 新ジャンル計は、プラス。

《ビール》

- ◆「一番搾り」は、新食感の生ビール「一番搾りフローズン〈生〉」の発売効果で、飲食店向けの樽がプラスだったのと、家庭用では、「おうちでフローズン〈生〉」キャンペーン効果もあり、1割を超えるプラス。6月は対前年で約1割増産予定。

《発泡酒》

- ◆「淡麗」シリーズは、プラス。5月30日に発売した「淡麗」「淡麗グリーンラベル」を中心とした「サッカー日本代表応援缶」が好調に推移。

《新ジャンル》

- ◆7年連続売上げNo.1※1の「のどごし〈生〉」は、「サッカー日本代表応援缶」の発売もあり、プラス。今後はリニューアルに合わせ、大規模なプロモーションを展開。
- ◆2月22日発売の「麦のごちそう」は、5月末までで年間販売目標の約4割となった。
※1 2005年「その他の雑酒②」、2006年~2011年「その他の醸造酒（発泡性）①」課税出荷数量による

《RTD》

- ◆「氷結」は、スタンダードシリーズなどを中心に好調に推移したほか、5月発売の新商品「ワインスプリッツァ ロゼ」発売効果もあり、RTD全体で、約5割のプラス。

《その他》

- ◆“世界初※2、アルコール0.00%”の「キリン フリー」は、飲食店向けのびんが累月でプラス。
※2 ビールテイスト飲料カテゴリーにおける。当社調べ

2. 和・洋酒販売動向

- ウイスキー計は、一部終売品の影響や、ハイボールブームで高い伸びとなった昨年の裏返しもあり、マイナス。
- 焼酎計は、マイナス。

- ◆「ジョニーウォーカー」は、「ジョニーウォーカー ダブルブラック」発売効果もあり、約1割のプラス。
- ◆梅酒は、約2割プラスと大幅増。紙パック梅酒の「まっこい梅酒」が、けん引役となり梅酒全体が好調に推移。

以 上