

キリンビール株式会社 2016 年年間課税数量報告

日頃から大変お世話になっております。本日確定しました当社の 2016 年間のビール・発泡酒・新ジャンル課税数量につき、下記の通りご連絡いたします。

	2016 年			2015 年	
	KL	千ケース	前年比(%)	KL	千ケース
ビール計	649,241	51,283	-1.8	660,985	52,211
発泡酒計	471,443	37,239	-6.0	501,380	39,603
新ジャンル計	578,499	45,695	-8.7	633,904	50,071
総計	1,699,183	134,217	-5.4	1,796,269	141,885

(ご参考：主要ブランド別販売数量)

	2016 年 (万ケース)	前年比(%)	2015 年 (万ケース)
一番搾りブランド計	3,500	+0.9	3,470
(参考)47 都道府県の一番搾り	270	-	91
淡麗ブランド計	3,710	-6.1	3,950
のどごしブランド計	4,320	-7.1	4,650

※15 年は 9 工場のみ

※ケース=633ml×20 本(12.66L)換算

<5 社計:16 年課税出荷数量概況>

- ◆ ビール・発泡酒・新ジャンル計は、マイナス (-2.4%) ※12 年連続マイナス
 - ◆ ビール計は、マイナス (-2.0%) ※2 年ぶりマイナス
 - ◆ 発泡酒計は、マイナス (-6.8%) ※3 年ぶりマイナス
 - ◆ 新ジャンル計は、マイナス (-1.2%) ※3 年連続マイナス
- 新ジャンルが登場した 2003 年以来、3 カテゴリー全マイナスは初めて

<市場概況>

- 16 年は、各社が将来の酒税一本化を見据えビールの商品・施策への投資を強化。また、市場が縮小する中で、15 年に引き続き 80 以上となる多数の商品が発売された。
- 一方で、夏場の天候不順(東日本の遅い梅雨明け、台風の影響)、飲食業の低迷、若年層のビール離れ、RTD への流出などが影響し、ビール類計は上半期の-1.5%から年間では-2.4%と後退した。
- 発泡酒は、15 年の反動があったが、機能系市場は前年並にとどまり堅調。
- 新ジャンルは、14 年から減少が続くが、低価格志向ユーザーの受け皿として今後も需要は見込める。
- RTD は、各社の積極的な展開もあり、ストロング系から果汁系、ウイスキー系など多様な品ぞろえでカテゴリーの魅力が高まり、大幅に伸長し+11%(推計)となった。ビール類の受け皿となっている。

<キリンビール:16 年ブランド別概況> ※ブランド別の対前年比は販売数量。

- 「一番搾り」ブランド計は「47 都道府県の一番搾り」が寄与し、3 年連続のプラス(+0.9%)。
- 「47 都道府県の一番搾り」は、年初目標から 2 度上方修正し累計 270 万ケースを販売。
- 「淡麗」ブランド計は、「淡麗プラチナダブル」が+5.4%と 2 年連続でプラス。「淡麗グリーンラベル」も堅調に推移したことで、機能系カテゴリーシェアは 40%台を堅持。
- RTD 計は、リニューアルを実施した「氷結」が 6 年連続プラス。「本搾り」が 5 年連続プラスと牽引し、カテゴリー計では対前年+3.6%で着地し 5 年連続のプラスとなった。