

～前年比約 3 割増と絶好調！「ラグビーワールドカップ 2019™ 日本大会」に向けてさらに加速！～  
**「ハイネケン」年間販売目標を上方修正**  
 ～当初予定の約 1 割増となる約 110 万ケースへ。9 月は前年比約 2.5 倍の増産予定～

「ラグビーワールドカップ 2019™ 日本大会」のワールドワイドパートナーである「ハイネケン」を国内で製造販売するキリンビール株式会社（社長 布施孝之）は、ヨーロッパ No.1 プレミアムビール※1「ハイネケン」の販売好調を受け、年間販売目標を約 1 割増の約 110 万ケース※2に上方修正します。

※1 Canadean 社 2017 年ヨーロッパブランド別ビールランキングより

※2 大びん換算

「ハイネケン」は、「ラグビーワールドカップ 2019™ 日本大会」に向けた需要の高まりを受けて、飲食・量販企業の取り扱いが大きく増え、2019 年 1-7 月の販売数量が対前年比約 3 割増と大変好調に推移しています。9 月の製造予定も前年比約 2.5 倍と大幅増の予定です。

■ 好調の要因

① 大会に向けたビール消費高まりへの期待

大会に向けたビール消費の高まりが期待され、「ハイネケン」取り扱い店舗が量販企業で前年末比約 6 割増※3、料飲企業の 2019 年新規取り扱い店舗も約 3,400 店増※4と、大幅に増えています。

※3 2018 年 12 月末・2019 年 7 月末比較

※4 2019 年 1-7 月実績

② ラグビー施策への好反応

ワールドワイドパートナーの権利である、通常は入ることができないスタジアムのバックステージエリアとコイントスを間近で見学できるツアーや、試合観戦チケットが当たるキャンペーンを高く評価いただき、販売数量が大きく伸びています。またラグビーのルールをあまり知らない人にも大会を楽しんでもらいたいという思いから「にわかでいいじゃないか」というキーワードで広告を展開し、新たな「ハイネケン」ファンを獲得しています。



③ ヨーロッパ No.1 プレミアムビールのブランド力

「ハイネケン」は 1873 年に誕生し、世界 192 カ国で愛されているプレミアムビールです。高いブランド認知と、リッチでバランスの取れた味わい、ほのかなフルーツの香りが好評で、リピート需要を獲得しています。

「ラグビーワールドカップ 2019™ 日本大会」のワールドワイドパートナーであるハイネケンブランドは大会の機運を盛り上げるべく、さまざまな施策を実施します。試合開催都市で開催されるイベントなどを通じて、国内での地域活性化に取り組みます。

キリングループは、自然と人を見つめるものづくりで、「食と健康」の新たなよろこびを広げ、こころ豊かな社会の実現に貢献します。

記

1. 商品名	「ハイネケン」
2. 発売地域	全国
3. 価格	オープン価格
4. アルコール分	5%
5. 酒税法上の区分	ビール
6. 販売予定数	約 110 万ケース（13,500kl） ※大びん換算
7. 製造工場	キリンビール横浜工場



以上