

キリンググループ 2016年8月販売概況レポート

1. キンビール社

- ・ 8月は、下旬の東日本を中心とした天候不順があったものの、全カテゴリーで前年を上回って着地した。
- ・ 「一番搾り」ブランドは、8月2日に発売した「47都道府県の一番搾り」の12県分が寄与し、3か月連続でプラス着地となった。
- ・ 当社機能系商品は、リニューアルした「淡麗フラチダブル」が7か月連続プラスで着地し、さらに「淡麗グリーンパベル」も引き続き好調で、「のどごし オールライト」などを含めた機能系4商品で対前年+3.3%となった。
- ・ 新ジャンルは、主力の「のどごし<生>」が堅調に推移し4ヵ月ぶりにプラス着地となった。9月からの広告刷新と、「のどごし オールライト」のリニューアルで巻き返しを図る。

カテゴリー	前年比
ビール類計	101%
ビール計	100%
発泡酒計	103%
新ジャンル計	100%
RTD計	109%

2. ミルシャン社

- ・ 強化ブランドの刊中高価格帯「カシエロ・テル・ティアプロ」は、+39%と引き続き伸長。
- ・ 「おいしい無添加」ブランドでは、8月23日に新商品「厳選素材」の発売もあり、+16%と伸長した。ワイン需要の高まる秋に向けて訴求を強化していく。
- ・ フラッグシップブランド「シャトー・ミルシャン」は主要品の現行ラインナップ完売で前年割れが続いているが、「Japan Wine Competition (日本ワインコンクール) 2016」での部門最高賞2つを含む最多金賞受賞もあり、新ラインナップの発売とともに価値訴求を行っていく。

カテゴリー	前年比
ワイン合計	106%
国内製造ワイン計	103%
輸入ワイン計	109%

3. キンビバレッジ社

- ・ 清涼飲料計は、+8%となり市場全体(+3%)を上回った。
- ・ 生茶ブランドは前月に引き続き、各チャネルで好調。特にコンビニチャネルの好調が全体を牽引している。
- ・ 午後の紅茶ブランドはレギュラー3品が好調で+11%で着地。前月に引き続き、自販機チャネルの好調もプラスの要因。

カテゴリー	前年比
清涼飲料合計	108%