

キリンググループ 2016年10月販売概況レポート

1. キンビール社

- ・ ビール類は、出荷日が前年に比べ1日少なかったことや、下旬に低温であったことが影響し、全カテゴリでマイナスとなった。
- ・ 「一番搾り」ブランドは、10月12日に発売した「47都道府県の一番搾り」の9県分と、同日に全国発売した「熊本づくり」が寄与し、5カ月連続のプラスとなった。
- ・ 機能系商品では、「淡麗フラタダブル」が+2%と、9カ月連続のプラスを維持。特に味覚への評価が高まっている。
- ・ RTDは、主力の「氷結」や「本搾り」ブランドのスタンダードカテゴリが好調に推移した。

カテゴリ	前年比
ビール類計	94%
ビール計	97%
発泡酒計	92%
新ジャンル計	91%
RTD計	98%

2. アルシャン社

- ・ ワイン合計は、出荷日が1日少なかったことで、マイナスとなった。
- ・ 強化ブランドの中高価格帯「カシエロ・デル・テ・イブロー」は、+51%と引き続き伸長。11月30日までの開催となるコンセプトショップ「悪魔のバル「Diablo」」を活用し、活性化を図る。
- ・ 発売以来好調に推移している「ギュキュッと搾ったサングリア」シリーズは+22%と引き続き伸長。10月4日に発売した「ギュキュッと搾ったサングリア 赤ワイン×ピーチ&ストロベリー&ラズベリー」が寄与。11月22日にはスパークリング2種を投入し、ブランド強化を図る。
- ・ フラッグシップブランド「シャトー・メルシャン」は、新イメージが寄与し、+13%と大きく伸長し、日本ワインの価値向上を目指し、日本固有品種「甲州」を中心とした白ワインの訴求を行っていく。

カテゴリ	前年比
ワイン合計	95%
国内製造ワイン計	87%
輸入ワイン計	104%

3. キンビバレッジ社

- ・ 清涼飲料計は、出荷日が1日少ないながらも+5%となり、市場全体(+1%)を上回った。
- ・ 生茶ブランドは引き続き好調で+48%で着地。コンビニでの取扱い店舗数・販売数量ともに発売時の水準を維持しており、新たにホット商品が採用され販売増に貢献。
- ・ ファイブブランドはコンビニ・スーパーチャルにおいては好調な滑り出しとなったが、例年より上旬の気温が高かった影響で自販機チャルでのホット需要が振るわず、-3%の着地となった。

カテゴリ	前年比
清涼飲料合計	105%