

キリンググループ 2016年11月販売概況レポート

1. キリンビール社

- ・ ビール類は、昨年と比べ低気温ながら、ほぼ前年並の着地となった。
- ・ 「一番搾り」ブランド計は前年並。今年新たに追加した「地元うまれシリーズ」アソートセットが寄与しギフト計で対前年+8.5%となった。業務用大樽もプラスで着地した。
- ・ 機能系商品は、主力商品「淡麗ラキタブル」が+14%と10か月連続でプラス着地となったほか、「淡麗グリーンパル」もプラスとなり、発泡酒はプラスとなった。
- ・ 新ジャンルは、「のどごし」季節限定パッケージなどの施策が奏功し、単体でプラスとなり、ブランド全体でも前年並まで回復した。
- ・ RTDは、「氷結ストロング」計が季節限定商品の効果で約2割増となったほか、主力3ブランドが全て大幅プラスで推移したこともあり、RTD計は2桁増となった。

カテゴリ	前年比
ビール類計	99%
ビール計	99%
発泡酒計	101%
新ジャンル計	97%
RTD計	110%

2. ムルシャン社

- ・ ワインは、国内製造ワインが+6%、輸入ワインが+13%と伸長し、ワイン合計で+9%となった。
- ・ フラッグシップブランド「シャトー・ムルシャン」は、+6%と堅調に推移。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る。
- ・ 「おいしい無添加」は、8月23日発売の新商品「厳選素材」の定番導入により+11%と寄与した。
- ・ 強化ブランドの中高価格帯「カシエロ・テル・ディアロ」は、+68%と引き続き伸長。
- ・ 「ギュキュと搾ったサングリア」シリーズは、+34%と引き続き伸長。11月22日に「はじけるギュキュと搾ったサングリア スパークリング」2種を発売し、スパークリングワイン最盛期に向けて更に強化を図る。

カテゴリ	前年比
ワイン合計	109%
国内製造ワイン計	106%
輸入ワイン計	113%

3. キリンパレヅ社

- ・ 清涼飲料計は、+10%となり市場の(+3%)を大きく上回った。
- ・ 生茶ブランドは引き続き好調で+55%で着地。気温の低下に伴うホット商品の販売増が貢献している。コンビニチャネルにおいてはカバー・回転ともに高い水準を保っている。
- ・ ファイブランドはボトル缶「シャープネスブランド/ブラック」の新発売と、ホット販売の上昇により+9%で着地した。
- ・ 午後の紅茶ブランドは「こだわり素材のふじ林檎ティー」の新発売や、ホット商品の販売増により+21%と大幅に前年を上回った。

カテゴリ	前年比
清涼飲料合計	110%