

## キリンググループ 2017年1月販売概況レポート

### 1. キリンビール社

- ・ビール類は、昨年8月以来5か月ぶりに3カテゴリすべてがプラスとなり、市場を上回って着地した。
- ・「一番搾り」ブランドは、季節のデザイン缶の奏功や、業務用大樽の好調により大幅プラスとなった。
- ・「淡麗」ブランドは、3商品すべてでプラスとなった。発売以来好調が続いている「淡麗フラッグ」は、昨年2月以来12か月連続のプラス着地となった。
- ・「のどごし」ブランドは、昨年12月上旬製造分よりリニューアルした「のどごしく生」の店頭活動強化やキャンペーン投入により、回復基調が見られる。
- ・RTD計は、プラス着地となった。「氷結」スタンダードシリーズが定番新フレーバー追加や季節限定商品の発売により3割増となり、「氷結」ブランド計でも2桁増で着地した。「本搾り」ブランドは、季節限定商品の期ずれによりマイナス着地となった。

カテゴリ	前年比
ビール類計	117%
ビール計	112%
発泡酒計	121%
新ジャンル計	120%
RTD計	101%

### 2. ムルシャン社

- ・ワインは、国内製造ワインが-7%、輸入ワインが+6%と伸長し、ワイン合計で-1%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、+14%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く。
- ・「おいしい無添加」は、±0%。1月中旬よりリニューアル品を展開し、ブランド強化を図る。
- ・中高価格帯「カシエロ・テル・テ・イア・プロ」は、+26%と引き続き伸長し、2016年も年間輸入数量No.1となったカワイの市場拡大に寄与した。今後も広告・キャンペーン等を展開し、さらなる活性化を図る。

カテゴリ	前年比
ワイン合計	99%
国内製造ワイン計	93%
輸入ワイン計	106%

### 3. キリンパレヅ社

- ・清涼飲料計は、+10%となり市場の(+4%)を大きく上回った。
- ・生茶ブランドは全チャネルにおいて好調。ホット商品も前月に引き続き好調で+61%で着地した。
- ・午後の紅茶ブランドはホット商品の好調と、新商品「ミルクティドルチェ 和栗モンブラン」が貢献し+17%で着地した。
- ・アイスブランドは全チャネルで前年を上回り、特にコンビニチャネルが好調。+12%で着地した。

カテゴリ	前年比
清涼飲料合計	110%