

キリンググループ 2017年2月販売概況レポート

1. キリンビール社

- ・ビール類は、上中旬に低温であった影響や昨年のうるう年効果の反動が見られ、全カテゴリーでマイナスとなった。
- ・ビールは、昨年実施したキャンペーンの裏返しなどによりマイナスとなった。3月は「一番搾り」ブランドから「若葉香るホップ」の発売、クラフトビールブランド「グランドキリン」のリニューアルや、「ブルックリン・ブルワリー」ブランドの国内製造による缶容器発売などを予定、ビールカテゴリー再活性化に向けた様々な施策を展開していく。
- ・発泡酒はマイナスとなったが、市場を上回って着地した模様。「淡麗フラチタブル」が+5.9%と引き続き好調に推移し、13か月連続のプラスを達成した。
- ・新ジャンルはマイナスとなったが、主力の「のどごし」ブランドの店頭活動強化に加え、限定商品「のどごし 春の喝采」の発売やキャンペーン投入により、下旬に大幅回復した。

カテゴリー	前年比
ビール類計	93%
ビール計	90%
発泡酒計	96%
新ジャンル計	95%
RTD計	103%

2. アルシャン社

- ・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・アルシャン」は、+15%と好調に推移。
- ・「おいしい無添加」は、店頭にてリニューアルによる味覚訴求を実施したことが奏功し、プラス着地となった。
- ・刊中高価格帯「カシエロ・デル・ディアフロ」は+2%と、堅調に推移した。
- ・2月14日に発売した新商品「ワールドセレクション」は、年間目標の2割を達成し、輸入ワイン+6%に貢献した。

カテゴリー	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、+4%となり市場の-1%を上回った。
- ・生茶ブランドは市場への浸透が進み全チャネルで好調。+57%で着地した。
- ・午後の紅茶ブランドはホット商品の好調と、グリコ社とのコラボレーション商品「午後の紅茶 いちごティー」などが寄与し、+4%で着地した。

カテゴリー	前年比
清涼飲料合計	104%