

KSP-POS マーケットトレンドレポート

Vol.35

発行日 2012年4月27日

【缶チューハイ】高アル&低アルどちらも好調！

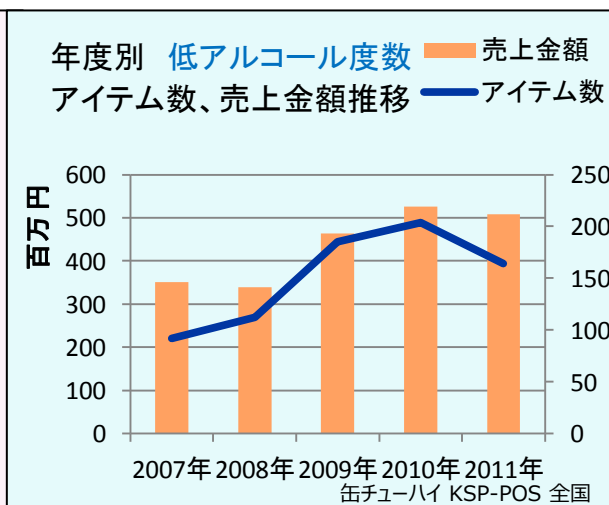
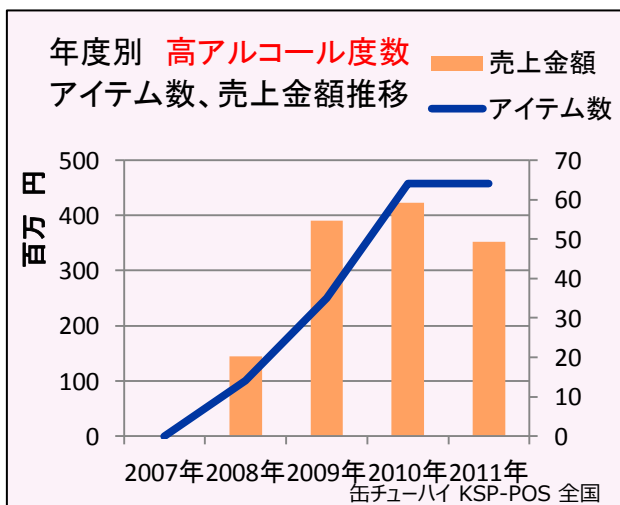
この春の缶チューハイは、
高アルコール度数タイプも低アルコール度数タイプも
好みに合わせて売れ行き好調！

株式会社KSP-SPは2007年～2011年、2012年1～3月のアルコール飲料におけるスーパーマーケット販売状況について調査しました。

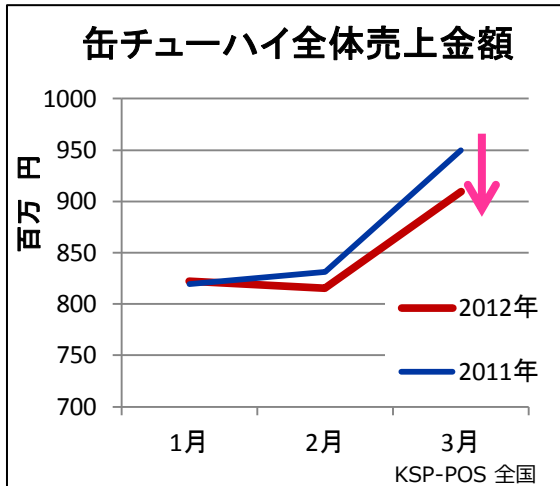
昨年度の缶チューハイは高アルコール度数、低アルコール度数共に売上減

缶チューハイのうち、アルコール度数が高いことをアピールする「高アルコール度数」タイプが販売され始めたのは2008年頃からである。その後、2009年、2010年とアイテム数は増え続け市場が拡大したが、2011年は震災の影響がアイテム数が増えることもなく、売上金額は減少した。

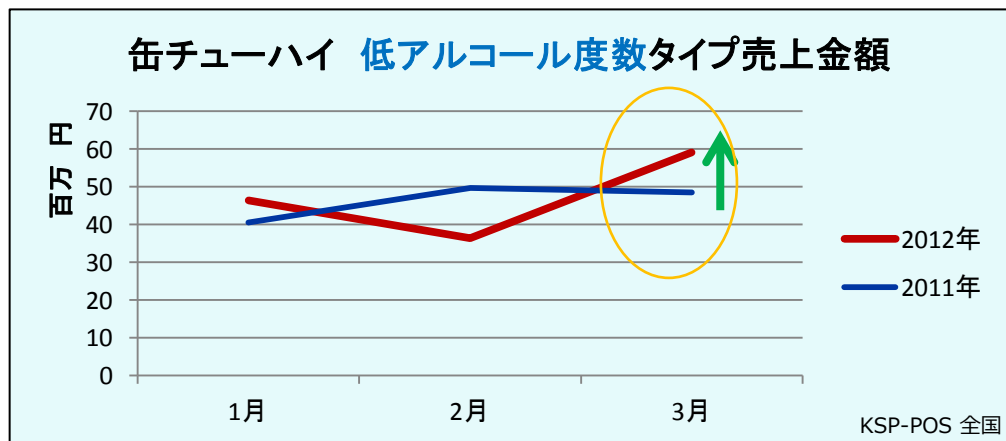
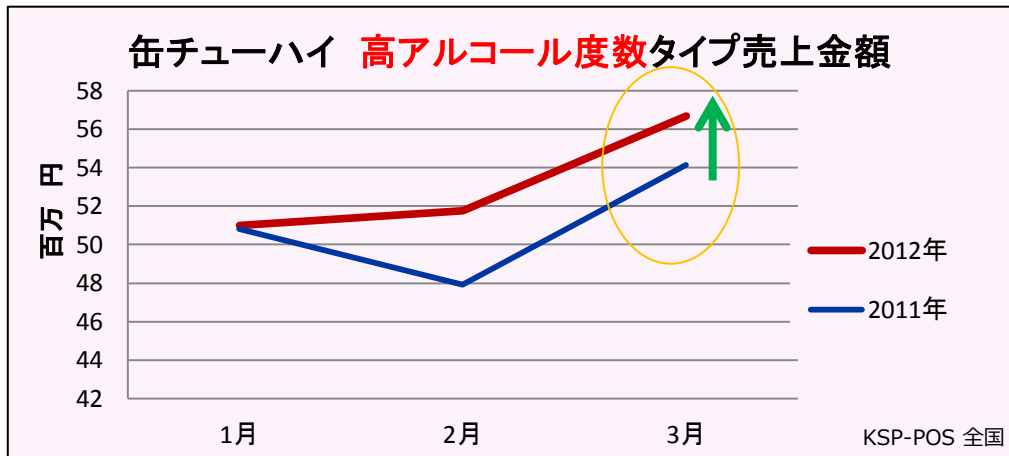
同様に度数の低い「低アルコール度数」タイプも2010年まではほぼ順調に売上もアイテム数も伸びていたが、2011年に入ってから低迷してしまった。



2012年に入ってから缶チューハイ推移 高アルコール度数・低アルコール度数



2012年、缶チューハイ全体の売上が前年よりも落ち込んでいる中、高アルコール度数タイプ・低アルコール度数タイプは共に3月度の売上が前年を上回っている。今年は2年ぶりに花見という方も多く、せっかくの花見なら普通の缶チューハイではなく、それぞれ好みの特徴的な商品を手にとり楽しんでのではないかと。



高アルコール度数タイプ商品紹介

① サントリー「-196度Cストロングゼロ」シリーズ

ストロングゼロシリーズは、高アルコール飲料の中でも特に売り上げ伸び率が良く、2012年3月の売上前年比を見るとシリーズ各商品の平均で60.5%も売り上げを伸ばしている事がわかった。

| 商品名 | 3月売上前年比 |
|----------------------|---------|
| -196度Cストロングゼロ ダブルレモン | 119.4% |
| -196度CストロングゼロダブルGF | 122.1% |
| -196度CストロングゼロWシークワサー | 173.5% |



アルコール度数8%。果実の浸漬酒と果汁をダブルで使用したしっかりとした味わいが特長の缶チューハイ（サントリーHPより）

② キリン「氷結 ストロング」シリーズ

「アルコール8%の飲みごたえ」「みずみずしい果汁感」が特長の缶チューハイ（キリンHPより）



③ サンガリア「ストロング チューハイタイム」シリーズ

アルコール度数9%で糖類ゼロ。力強くスッキリとした味わいの缶チューハイ（サンガリアHPより）



④ トップバリュ「チューハイ ストロング」シリーズ



プライベートブランドからも高度数アルコール飲料が発売されている。トップバリュでは今年4月に新たなフレーバーとしてグレープフルーツ味とシークワサー味も発売が開始された。

低アルコール度数タイプ商品紹介

① サントリー「ほろよい」シリーズ

「ほろよい」は、アルコール度数3%の“ほのかな甘味とやさしい飲み心地”が特長の缶チューハイ（サントリーHPより）「ほろよい」シリーズ全体の2012年3月の売上は前年よりも約18%も伸びている。



② キリン「氷結やさしい果実の3%」シリーズ



昨年発売開始した「氷結やさしい果実の3%」シリーズを中味、パッケージともに2012年3月にリニューアル。

③ アサヒ「Slat（すらっと）」シリーズ



果実をその場で搾ったような果汁感がある、1缶(350ml)当たり88kcalの缶チューハイ（アサヒHPより）

④カルピス「『カルピス』のやさしいお酒」シリーズ



アルコール2%。糖類ゼロ。体にもやさしいカルピスのお酒。

3月26日に桃味、レモン味が発売開始された。

- 【缶チューハイ】高アルコール度数タイプについて…
スピリッツ類、リキュール類のアルコール飲料のうち、商品名に「ストロング」等と付いていてアルコール度数が8%以上の商品。
- 【缶チューハイ】低アルコール度数タイプについて…
スピリッツ類、リキュール類のアルコール飲料のうち、商品名に「やさしい」等と付いていてアルコール度数が3%以下の商品。

調査概要

POSデータ：KSP-POS 年次・月次データ

期間：2007年～2011年(年次)、2012年1月～2012年3月(月次)

地域/店舗数：全国 月次 約850店舗

* KSP-POSは全国150社約850店舗の食品スーパーから収集した販売情報データベースです。

売上金額等はサンプリングデータであり、市場全体の推移を示すものではありません。

参考：サントリーホームページ <http://www.suntory.co.jp/>
 キリンビールホームページ <http://www.kirin.co.jp/>
 サンガリアホームページ <http://www.sangaria.co.jp/>
 トップバリュホームページ <http://www.topvalu.net/>
 アサヒビールホームページ <http://www.asahibeer.co.jp/>
 カルピスホームページ <http://www.calpis.co.jp/>