

平成14年1月16日

サッポロビール株式会社
課税移出(引取)数量報告平成13年・年間分

サッポロビール(株) 広報・IR室

下記の通りご連絡申し上げますので、よろしく御取計ください。

単位：KL、千函、%

<年間計>		本年キロリットル	本年大瓶換算	前年比	前年キロリットル	前年大瓶換算
ビール	国産	666,995	52,685	▲ 15.3	787,915	62,237
	輸入	2,664	210	14.1	2,328	184
	小計	669,659	52,896	▲ 15.3	790,243	62,420
発泡酒	国産	398,666	31,490	45.4	274,133	21,653
	輸入	0	0		0	0
	小計	398,666	31,490	45.4	274,133	21,653
ビール+発泡酒 合計		1,068,325	84,386	0.4	1,064,376	84,074

*国産は課税移出、輸入は課税引取り。大瓶換算は1函=12.66ℓ。 *全ての数は表示の1桁下を四捨五入して算出。
 *前年比は1函単位の実数から算出しているため、千函・万函単位の本表の表示数からの逆算とは異なることがある。

<ブランド別販売状況>

単位：万函、%

	<下期>			<累計>		
	本年函数	前年比	前年函数	本年函数	前年比	前年函数
黒ラベル	2,198	▲ 15.3	2,596	4,131	▲ 13.3	4,764
エビス	515	▲ 3.4	533	879	▲ 2.8	904
グラントピア	0		25	0		195
限定4種(*)	97		0	190		0
生搾り	1,296		0	2,109		0
プロイ	116	▲ 80.7	601	392	▲ 69.7	1,292
冷製辛口	135	▲ 78.8	637	439	▲ 48.9	860

限定4種(*)：「2001初詣セブン」「夏のキレ生セブン」「ひきたて焙煎」「乾杯生」

<トピックス>

- 市場動向：2001年のビール+発泡酒の総需要(課税)は、ビール減少と発泡酒の大幅な伸長の流れの中、前年実績を僅かに上回った水準で推移した模様です。
- 当社全般：当社実績もまたビール減少と発泡酒大幅増という流れの中、ビール発泡酒合計で100.4%(課税)を達成し、5年ぶりに総需要を上回ってシェアアップとなりました。この理由は「黒ラベル復調、エビス順調、生搾り絶好調」というブランドフォーメーションが、十分に機能した結果であると考えています。
- 黒ラベル：一昨年から話題のTVCMや、消費者向けオリジナル保冷庫キャンペーンなどでブランドイメージの蓄積を図り、99年に約7%離されていたビール総需要との差を、00年には約4%に、01年には2%を切る水準にまで詰めてきました。着実な復調の手応えを持って、本年の戦いに臨みます。
- エビス：発泡酒の侵蝕を許さない強いブランド力を発揮し、ビール総需要を1割近くも上回る前年比を達成しました。「ちょっと贅沢」なブランド価値が認められて、業務用市場や贈答市場で強みを発揮しており、プレミアム市場で群を抜く数量を誇っています。ビール総需要を上回ったのは、1993年以来9年連続となります。
- 生搾り：3月発売以来、商品コンセプトである「みずみずしいうまさ」をご評価いただき、再度の上方修正目標(当初目標800万函→修正1600万函→修正2200万函)に近い水準にまで到達しました。社長登場TVCM、インターネットnamashibori.comでの情報発信、ナンボラキャンペーンなどが奏功して当社史上最高売上の新商品となりました。(過去最高は91年吟仕込の1772万函)
- 限定4種：「Beer Entertainment, Sapporo」に基づく発泡酒の新提案として、一切マス広告を打たずに200万函近い数量を売り切りました。収益重視の考え方を具現化した商品群として、業界内外から強い関心が寄せられました。

以上