

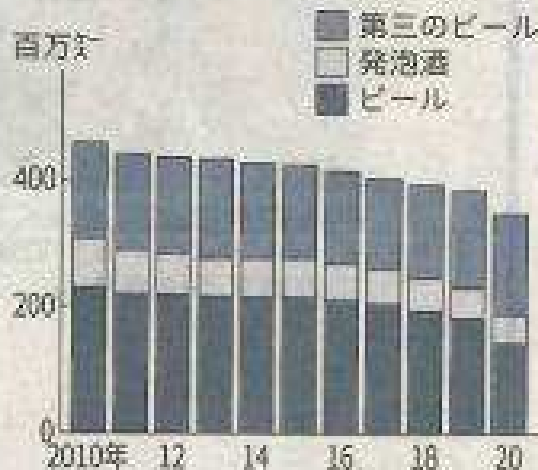
麒麟、11年ぶり首位



麒麟ビールは第三の「本麒麟」の販売が好調だった

国内ビール大手4社の2020年のビール系飲料の販売量で、11年ぶりに麒麟ビールが首位に返り咲いた。割安な第三のビールの販売が好調だったことに加えて、2位に転落したアサヒビールは主力「スーパードライ」の飲食店向けの販売減が響いた。21年は家庭需要

ビール大手の国内販売量



(注) 19年から統計変更
1ケースは633ml×20本
(出所) 日経推計

が争点だ。アサヒは生ビールのように飲める缶ビールなどを投入し、巻き返しを図る。20年の各社のビール系飲料の販売量をもとに試算した。20年の麒麟の販売シェアは37・1%と19年比で1・9%上昇、アサヒが35・2%と同1・7%下落した。増の1997万ケース（1ケースは633ml）大瓶20本換算」と、新型コロナウイルス下の節約志向を捉えた。20年10月の酒税改正で第三が値上がりするのを前にした駆け込み需要も追い風になった。24

本麒麟、節約志向捉える

「スーパードライ」が22%減の6517万ケースに落ち込んだ。スーパードライは家庭用と飲食店用の販売量が半々（19年時点）で、飲食店の営業自粛の影響が直撃した。サントリービールとサッポロビールを合わせた4社合計の販売量は前年比9%減の約3億4800万ケースだった。19年から統計手法は異なるものの、販売量は16年連続減少した。1994年のピークから比べると約4割減り、70年代後半の水準だ。販売量の内訳はビールが41%、発泡酒が13%、第三のビールが46%と、初めて年間を通じて第三のビールを上回った。

昨年のビール系販売量

キリンは第三のビール
「本麒麟」が19年比32%

アサヒは販売量全体の
半分程度を占める「スー