

# 売れてる商品

アサヒ飲料

## 「ウィルキンソンタンサン」

ウイスキーや焼酎と割った割材としての飲用や直接飲用が増え炭酸水が好調に推移している。割材飲用は家飲み消費の増加が、直接飲用は30代以上のユーザーが甘さを抑えた「大人炭酸」を好む傾向がそれぞれ追い風となっていてようだ。「炭酸を入れるだけなので利幅は大きい」「メーカー」が、市場環境はトップブランド同士のつばぜり合いとPBの増加傾向で競争が激化している。

こうした中、4月から約2か月のRDS全国スーパー売上げ（数量ベース）で見ると、アサヒ飲料の「ウィルキンソンタ

## 直接飲用の提案など奏功

ンサン」が首位に踊り出た。6月5日に新発売の「同 レモン」も7位と好調な出足だ。好調要因は、昨年に家庭向けにPET商品の販売を開始し、炭酸の直接飲用を提案したことにある。ハイボールブームの影響で炭酸水の販売が拡大し始めた08年から4年連続で大幅な販売増を達成しているが、11年は直接飲用の提案が奏功し、「ウィルキンソン」ブランドは全チャネルで



RDSスーパー  
単品ランキング

## 炭酸水

全国 / 3月26日～6月24日 / 数量ベース

順位	前順位	商品名	メーカー	構成比	前年比
1	3	ウィルキンソン タンサン 500ml PET	アサヒ飲料	25.1	414.6
2	1	サントリー ソーダ 500ml PET	サントリー-食品インターナショナル	13.7	100.4
3	4	サッポロ 拭いん炭酸水 500ml PET	サッポロ飲料	10.5	191.7
4	-	サントリー ソーダレモン 500ml PET	サントリー-食品インターナショナル	7	-
5	2	CGC ソーダ(炭酸) 500ml	シジシージャパン	6.7	73.4
6	-	寿屋 アポロスター ソーダ 500ml	寿屋清涼食品	4.1	81.1
7	-	ウィルキンソンタンサンレモン500ml PET	アサヒ飲料	3.6	-
8	5	生活良好 炭酸水 ボトル缶 500ml	コプロ	3.2	63.1
9	8	COOP たごの炭酸水 500ml	日本生活協同組合連合会	3.1	84.5
10	13	木村 KIMURA 炭酸水 1ℓ	木村飲料	3	161

記事・表中の市場データは流通システム開発センターの業界POS「RDS」を用い、マーチャндаイジング・オン分析ツール「Piano-POS」で集計・加工した

前年比64%増（476万㍉）と過去最高の販売を記録した。今年も3月に500ml PETの4本パック商品として50万㍉をラインナップに追加、さらに買いやすくしたことがプラスに作用し「ウィルキンソン」ブランドは1～6月累計の販売数量は全チャネル合わせて70%増（310万㍉）と好調。