

各位

## 2021年12月 アサヒグループ販売動向

アサヒグループホールディングス株式会社 IR部門

## ■アサヒビール

## 【カテゴリー別売上金額前年比(%)】

	12月	累計
	前年比	前年比
ビール類計	113	96
洋酒	112	94
RTD	99	80
ワイン	103	90
焼酎	106	88
アルコールテイスト清涼飲料	127	126

## &lt;トピックス&gt;

- ・ビール類の売上金額は、前年比113%となり、3カ月連続で前年を超えた。『アサヒ生ビール（通称マルエフ）』（缶350ml）が年内の販売目標150万箱を上回る累計201万箱の販売数量となったことなどが寄与し、ビールの缶容器の販売数量は前年比113%、年間累計前年比111%となった。
- ・『アサヒスーパードライ』の缶容器の販売数量は、月に一回の「生ジョッキ缶」の発売や『アサヒスーパードライ 冬限定 スペシャルパッケージ ミュージック コラボデザイン缶』などが寄与し、前年比105%、年間累計前年比106%となった。樽容器は、酒類提供規制の緩和に伴う飲食店需要の高まりにより、前年比134%となった。
- ・『アサヒスタイルフリー <生>』の販売数量は、健康志向の高まりにより前年比108%となり、15カ月連続で前年を超えた。
- ・アルコールテイスト清涼飲料（微アルコール含む）の売上金額は、前年比127%、年間累計前年比126%となった。「ドライゼロ」ブランドの販売数量が前年比110%となったこと加えて、“微アルコール”の『アサヒ ビアリー』や『ハイボリー』が寄与し、10カ月連続で前年比二桁増となった。

## &lt;ビール類ブランド別販売数量・前年比(%)&gt;

	12月		累計	
	万箱	前年比	万箱	前年比
スーパードライ	925	112	6,082	93
スタイルフリー	130	108	1,246	107
クリアアサヒ	158	101	1,547	88

※1箱 = 633ml（大びん）×20本換算

## ■アサヒ飲料

## 【ブランド別販売数量前年比(%)】

	12月	累計
	前年比	前年比
三ツ矢	105	102
カルピス	97	96
ワnda	98	99
十六茶	110	103
おいしい水	106	95
ウィルキンソン	109	105
重点6ブランド計	103	100
アサヒ飲料計	105	101

## &lt;トピックス&gt;

- ・アサヒ飲料計の販売数量は、前年比105%、年間累計前年比101%となった。年間を通して「三ツ矢」「ウィルキンソン」の炭酸飲料や「十六茶」などの茶系飲料を中心に販売が好調だった。
- ・「三ツ矢」「ウィルキンソン」の両ブランドは2年連続で年間販売数量の過去最高を更新した。
- ・「三ツ矢」は、前年比105%、年間累計前年比102%となった。新商品「特濃ライムミックス」や「フルーツソーダグレープフルーツ」などの果汁シリーズが前年比122%と好調だった。
- ・「ウィルキンソン」は、前年比109%、年間累計前年比105%となった。定番の「タンサン」「タンサンレモン」の大容量サイズ（PET1L）を中心に好調だった。
- ・「十六茶」は、前年比110%、年間累計前年比103%となった。まとめ買い需要に対応した6本マルチパックが好調だった「十六茶麦茶」が前年比7割増となった。
- ・ECサイトを中心に展開しているラベルレス商品の年間販売数量は、上方修正した年間販売目標400万箱を突破し、442万箱となった。

## ■アサヒグループ食品

## 【ブランド別売上金額前年比(%)】

	12月	累計
	前年比	前年比
ミンティア	105	88
1本満足バー	105	116
アマノフーズ（みそ汁）	104	111
ディアナチュラ	97	114
和光堂（ベビーフード）	110	109
バランス献立・バランス献立PLUS（シニア向け食品）	101	112
アサヒグループ食品計	102	102

## &lt;トピックス&gt;

- ・アサヒグループ食品計の売上金額は、前年比102%、年間累計前年比102%となった。
- ・「ミンティア」は、前年比105%、年間累計前年比88%となった。外出需要の回復により販売が好調だった。
- ・「1本満足バー」は、前年比105%、年間累計前年比116%となった。プロテイン需要の高まりにより「プロテイン」シリーズが引き続き好調に推移した。
- ・「アマノフーズ（みそ汁）」は、前年比104%、年間累計前年比111%となった。備蓄食需要の高まりにより主力の「いつものおみそ汁」「うちのおみそ汁」の5食入りや10食入りの商品が好調だった。
- ・「和光堂（ベビーフード）」は、前年比110%、年間累計前年比109%となった。外出需要の回復によりトレタイプ「栄養マルシェ」シリーズが好調だった。

アサヒ飲料(株) 2021年12月実績

主要カテゴリー (主要ブランド等)	12月			累月		
	2021年		2020年	2021年		2020年
	箱数 (千箱)	前年比 (%)	箱数 (千箱)	箱数 (千箱)	前年比 (%)	箱数 (千箱)
炭酸	6,260	106%	5,930	80,320	103%	78,200
三ツ矢	3,070	105%	2,920	41,620	102%	40,750
ウィルキンソン	2,740	109%	2,510	31,080	105%	29,660
乳性	3,270	98%	3,320	42,180	96%	43,790
カルピス ストレート	2,480	98%	2,530	31,870	97%	32,930
カルピス コンク	300	93%	320	4,380	92%	4,740
コーヒー	3,500	99%	3,550	35,380	100%	35,460
ワンダ	3,330	98%	3,390	33,360	99%	33,560
お茶	3,220	118%	2,740	37,160	106%	35,160
十六茶	1,760	110%	1,610	22,200	103%	21,530
ミネラルウォーター	1,280	106%	1,210	15,580	95%	16,470
おいしい水	1,280	106%	1,210	15,580	95%	16,470
果汁	1,460	107%	1,360	14,560	102%	14,330
バヤリース	690	106%	650	6,910	94%	7,360
ウエルチ	370	127%	290	4,950	128%	3,880
総合計	21,210	105%	20,190	250,680	101%	248,670
<補足>						
『健康飲料』計	480	100%	480	5,640	83%	6,820

稼働日 25日(昨年は25日)

以上