

各位

2023年4月 アサヒグループ販売動向

アサヒグループジャパン株式会社

■アサヒビール

【カテゴリー別売上金額前年比(%)】

| | 4月 | 累計 |
|-------------|-----|-----|
| | 前年比 | 前年比 |
| ビール類計 | 97 | 103 |
| 洋酒 | 122 | 128 |
| RTD | 102 | 99 |
| ワイン | 87 | 113 |
| 焼酎 | 102 | 109 |
| アルコールテイスト飲料 | 95 | 101 |

<トピックス>

- ・ビール類の売上金額は前年比97%となった。出荷日数が前年同月より1日少なかったほか、前年同月は酒類提供制限がなく業務用がある程度回復していたため、大きな上乗せがなかったことなどが影響した。
- ・『アサヒスーパードライ』の販売数量は前年比98%となった。瓶・樽容器の前年比は108%と伸長した。
- ・『クリアアサヒ』の販売数量は3月製造分からのリニューアルに伴う広告・販促・店頭活動の強化により、前年比102%となった。

<ビール類ブランド別販売数量・前年比(%)>

| | 4月 | | 累計 | |
|---------|-----|-----|-------|-----|
| | 万箱 | 前年比 | 万箱 | 前年比 |
| スーパードライ | 568 | 98 | 1,859 | 108 |
| スタイルフリー | 99 | 94 | 358 | 96 |
| クリアアサヒ | 128 | 102 | 425 | 103 |

※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(%)】

| | 4月 | 累計 |
|----------|-----|-----|
| | 前年比 | 前年比 |
| 三ツ矢 | 97 | 95 |
| カルピス | 81 | 89 |
| ワンダ | 106 | 96 |
| 十六茶 | 68 | 76 |
| おいしい水 | 102 | 110 |
| ウィルキンソン | 98 | 101 |
| 重点6ブランド計 | 92 | 94 |
| アサヒ飲料計 | 98 | 101 |

<トピックス>

- ・アサヒ飲料計の販売数量は前年比98%となった。
- ・4月4日に発売した緑茶の新ブランド『アサヒ 颯』は、過去10年の新商品の中で発売初月実績として最高となる約150万箱となった。
- ・「ワンダ」は前年比106%となった。5月からのショート缶の価格改定に伴う駆け込み需要の影響があった。
- ・「ウィルキンソン」は4月18日発売の『ウィルキンソン タンサンファイバー』や業務用を中心に展開しているリターナブル瓶が外出需要の回復に伴い好調だったが、前年に『ウィルキンソン タンサン #sober スパイシーレモンジンジャ』を発売した反動で前年比98%となった。
- ・「おいしい水」は前年比102%となった。環境に配慮した「シンプルecoラベル」は取扱店舗の拡大により、引き続き好調だった。
- ・ECサイトを中心に展開しているラベルレス商品は前年比106%の61万箱となり、1-4月の累計販売数量は前年比124%の227万箱となった。

■アサヒグループ食品

【ブランド別売上金額前年比(%)】

| | 4月 | 累計 |
|-----------------------------|-----|-----|
| | 前年比 | 前年比 |
| ミンティア | 97 | 113 |
| 1本満足バー | 113 | 103 |
| アマノフーズ(みそ汁) | 86 | 91 |
| ディアナチュラ | 107 | 103 |
| 和光堂(ベビーフード) | 98 | 103 |
| バランス献立・バランス献立 PLUS(シニア向け食品) | 92 | 98 |
| アサヒグループ食品計 | 98 | 101 |

<トピックス>

- ・アサヒグループ食品計の売上金額は前年比98%となった。
- ・「ミンティア」は外出需要の回復によりレギュラーシリーズ、ブリーズシリーズの主力アイテムは好調だったが、前年にコンテンツポッケージ商品を発売した反動で前年比97%となった。
- ・「1本満足バー」は前年比113%となった。4月10日発売の『1本満足バー プロテインバイクドチーズ』1本満足バー プロテインバイクドキャラメル』が寄与した。
- ・「ディアナチュラ」は前年比107%となった。ボトルタイプ、パウチタイプがビタミン類を中心に伸長した。インバウンド需要の回復も寄与した。