

各位

2023年9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(%)】

	9月	累計
	前年比	前年比
ビール類計	83	101
洋酒	101	121
RTD	102	103
ワイン	103	107
焼酎	119	115
アルコールテイスト飲料	92	103

<トピックス>

- ・ビール類の売上金額は前年比83%となった。
- ・『アサヒスーパードライ』の販売数量は、前年比72%となった。昨年10月に実施した価格改定前の駆け込み需要の反動や、10月からの酒税改正に伴うビール減税前の買い控えが影響した。
- ・『アサヒスタイルフリー<生>』の販売数量は、前年比106%となった。10月からの価格改定前の駆け込み需要が影響した。
- ・『クリアアサヒ』の販売数量は、前年比95%となった。10月からの酒税改正に伴う新ジャンル増税前の駆け込み需要が一定程度あったものの、昨年の駆け込み需要の反動が大きかった。

<ビール類ブランド別販売数量・前年比(%)>

	9月		累計	
	万箱	前年比	万箱	前年比
スーパードライ	555	72	5,126	100
スタイルフリー	149	106	945	99
クリアアサヒ	166	95	1,127	102

※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(%)】

	9月	累計
	前年比	前年比
三ツ矢	92	96
カルピス	103	94
ワnda	67	86
十六茶	88	82
おいしい水	108	110
ウィルキンソン	100	101
重点6ブランド計	92	94
アサヒ飲料計	99	101

<トピックス>

- ・アサヒ飲料計の販売数量は前年比99%となった。
- ・4月に発売した緑茶の新ブランド『アサヒ 颯』は累計販売数量が約423万箱となり、上方修正した年間販売目標(600万箱)の7割を突破した。
- ・「カルピス」は前年比103%となった。9月12日発売の『「カルピス Premium Time」fromカルピス THE RICH』が好調だった。
- ・「ウィルキンソン」は前年比100%となった。気温が高い日が多く、すっきりとした味わいが特長の『ウィルキンソン タンサンレモン』は前年比117%となった。
- ・「おいしい水」は前年比108%となった。環境に配慮した「ラベルレス」商品が引き続き好調だった。9月19日発売の『アサヒ おいしい水 天然水 白湯』も寄与した。
- ・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134%の94万箱となり、1-9月の累計販売数量は前年比124%の655万箱となった。

■アサヒグループ食品

【ブランド別売上金額前年比(%)】

	9月	累計
	前年比	前年比
ミンティア	116	122
1本満足バー	82	99
アマノフーズ(みそ汁)	80	92
ディアナチュラ	112	106
和光堂(ベビーフード)	92	104
バランス献立・バランス献立 PLUS(シニア向け食品)	95	100
アサヒグループ食品計	95	103

<トピックス>

- ・アサヒグループ食品計の売上金額は前年比95%となった。
- ・「ミンティア」は前年比116%となった。レギュラーやプリーズシリーズの主力アイテムが好調だった。
- ・1本満足バーは猛暑の影響と昨年発売の新商品の反動により前年比82%となった。
- ・アマノフーズ(みそ汁)は猛暑の影響と昨年の価格改定前の駆け込み需要の反動により80%となった。
- ・「ディアナチュラ」はビタミン類を中心に伸長し、前年比112%となった。
- ・和光堂(ベビーフード)は昨年発売の新商品の反動と価格改定前の駆け込み需要の反動により、前年比92%となった。