

各位

## 2020年1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(%)】

	1月	累計
	前年比	前年比
ビール類計	92	—
洋酒	107	—
RTD	109	—
ワイン	103	—
焼酎	103	—
アルコールテイスト清涼飲料	105	—

## &lt;トピックス&gt;

- ・ビール類計の売上金額は、昨年1月29日発売の新商品『アサヒ 極上<キレ味>』の反動など、主に新ジャンルが減少したことにより、前年比92%となった。
- ・「スーパードライ」の販売数量は、前年比97%となった。一方で、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会関連の販売促進や新TVCMによるブランド訴求など、ビール需要活性化に向けた活動を強化している。
- ・洋酒の売上金額は、「ブラックニッカ」や飲食店向けの『ブラックニッカ樽詰めハイボール』の好調などが寄与し、前年比107%となった。
- ・RTDの売上金額は、限定商品を発売した「ウィルキンソンRTD」や「贅沢搾り」の好調などにより、前年比109%となった。

## &lt;ビール類ブランド別販売数量・前年比(%)&gt;

	1月		累計	
	万箱	前年比	万箱	前年比
スーパードライ	418	97	—	—
スタイルフリー	63	100	—	—
クリアアサヒ	95	96	—	—

※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(%)】

	1月	累計
	前年比	前年比
三ツ矢	92	—
カルピス	101	—
ワnda	90	—
十六茶	92	—
おいしい水	80	—
ウィルキンソン	112	—
重点6ブランド計	95	—
アサヒ飲料計	95	—

## &lt;トピックス&gt;

- ・「ウィルキンソン」ブランドは、主力の『ウィルキンソン タンサン』『ウィルキンソン タンサン レモン』の好調により、前年比112%となった。
- ・「カルピス」ブランドは、『カルピスソーダ』『濃いめの「カルピス」』の好調により、前年比101%となった。

※詳細は別添資料ご参照下さい。

## ■アサヒグループ食品

## 【事業別売上金額前年比(%)】

	1月	累計
	前年比	前年比
食品事業	122	—
ベビー&ヘルスケア事業	100	—
アサヒグループ食品計	109	—

## &lt;トピックス&gt;

- ・食品事業は、「ミンティア」「1本満足バー」などの好調が牽引した。
- ・「ミンティア」は、大粒タイプ「ミンティアブリーズ」シリーズの好調と、1月20日発売『ミンティア さくら』が寄与し、前年比135%となった。
- ・「1本満足バー」は、シリアルシリーズの好調と、『1本満足バー プロテインチョコ』『1本満足バー プロテインヨーグルト』が寄与し、前年比192%と大きく伸ばした。

アサヒ飲料（株） 2020年1月実績

主要カテゴリー (主要ブランド等)	1月			累月		
	2020年		2020年	2019年		2018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	3,910	103%	3,810			
三ツ矢	1,900	92%	2,060			
ウィルキンソン	1,500	112%	1,340			
乳性	2,430	100%	2,430			
カルピス ストレート	1,850	101%	1,830			
カルピス コンク	200	98%	200			
コーヒー	2,170	91%	2,390			
ワンダ	2,070	90%	2,290			
お茶	2,010	92%	2,180			
十六茶	1,080	92%	1,180			
ミネラルウォーター	960	80%	1,210			
おいしい水	960	80%	1,210			
果汁	1,070	77%	1,390			
バヤリース	430	90%	480			
ウエルチ	290	99%	290			
総合計	13,880	95%	14,610			
<補足>						
『健康飲料』計	500	107%	470			

稼働日 21日（昨年は22日）

以上