

各位

## 2022年9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(%)】

	9月	累計
	前年比	前年比
ビール類計	156	119
洋酒	142	115
RTD	112	99
ワイン	112	94
焼酎	120	103
アルコールテイスト飲料	97	101

## &lt;トピックス&gt;

- ・ビール類の売上金額は前年比156%となり、12カ月連続で前年を超えた。価格改定前の駆け込み需要の影響に加え、業務用が昨年の酒類提供規制の反動で伸長したことが寄与した。
- ・フルリニューアルした『アサヒスーパードライ』の販売数量は、前年比199%となった。瓶・樽容器は前年比381%と大幅に伸長し、缶容器も前年比156%と好調だった。
- ・『アサヒ生ビール(通称マルエフ)』の販売数量は1-9月累計で479万箱となった。『アサヒ生ビール黒生』の販売数量は1-9月累計で150万箱となり、5月に上方修正した年間販売目標(150万箱)を突破した。販売好調を受け、年間販売目標を当初計画(100万箱)の2倍となる200万箱に再上方修正した。
- ・『アサヒスタイルフリー<生>』の販売数量は前年比125%、『クリアアサヒ』の販売数量は前年比126%で、ともに価格改定前の駆け込み需要が上乗せとなった。

## &lt;ビール類ブランド別販売数量・前年比(%)&gt;

	9月		累計	
	万箱	前年比	万箱	前年比
スーパードライ	766	199	5,119	126
スタイルフリー	141	125	956	105
クリアアサヒ	174	126	1,106	97

※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	119	102
カルピス	119	107
ワンダ	86	92
十六茶	121	102
おいしい水	117	111
ウィルキンソン	116	109
重点6ブランド計	111	103
アサヒ飲料計	114	105

## &lt;トピックス&gt;

- ・アサヒ飲料計の販売数量は価格改定前の駆け込み需要の影響もあり前年比114%となった。
- ・「三ツ矢」は前年比119%となった。『三ツ矢サイダー』が外出需要の回復により好調だった。9月6日に発売した新商品『三ツ矢濃密りんご』の売上も寄与した。
- ・「カルピス」は前年比119%となった。『カルピスウォーター』『カルピスソーダ』などの止渴性飲料が好調だった。
- ・「ウィルキンソン」は前年比116%となった。9月13日に発売した新商品『ウィルキンソンタンサン エクストラ』が好調だった。
- ・「十六茶」は前年比121%となった。9月6日に発売した新商品『アサヒ ぎゅっと濃い十六茶』は、アウトドアブランドの「CHUMS(チャムス)」とコラボレーションしたデザインボトルが好調だった。
- ・ECサイトを中心に展開しているラベルレス商品は、1-9月の累計販売数量が前年比166%の526万箱となり、年間販売目標(500万箱)を突破した。販売好調を受け、年間販売目標を当初計画の2割増となる600万箱に上方修正した。

## ■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	115	101
1本満足バー	120	102
アマノフーズ(みそ汁)	115	104
ディアナチュラ	92	105
和光堂(ベビーフード)	118	112
バランス献立・バランス献立 PLUS(シニア向け食品)	102	107
アサヒグループ食品計	104	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104%となった。
- ・「ミンティア」は前年比115%となった。外出需要の回復と9月5日発売の新商品『鬼辛ミント』『鬼すっぱレモン』、9月26日発売の『イーミンティア 瞬発バーストミント』が寄与した。
- ・「1本満足バー」は前年比120%となった。10月3日発売の「ギガプロテイン」の出荷が寄与した。
- ・「アマノフーズ(みそ汁)」は前年比115%となった。主力の「いつものおみそ汁」の多食形態(5食入りや10食入りの商品)が引き続き好調だった。通販は価格改定前の駆け込み需要の影響もあり、前年比二桁増となった。
- ・「ディアナチュラ」は昨年発売の新商品の反動により、前年比92%となった。
- ・「和光堂(ベビーフード)」は前年比118%となった。9月5日発売のジュレタイプ飲料「1歳からのMYジュレドリンク」、紙パックタイプ飲料の「ごくごく果実」が寄与した。
- ・「バランス献立(シニア向け食品)」は引き続き店頭での取り扱いが拡大し、前年比102%となった。

アサヒ飲料（株） 2022年9月実績

主要カテゴリー (主要ブランド等)	9月			累月		
	2022年		2021年	2022年		2021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	8,050	117%	6,890	65,420	105%	62,170
三ツ矢	4,110	119%	3,440	33,470	102%	32,870
ウィルキンソン	3,160	116%	2,710	25,450	109%	23,410
乳性	3,840	121%	3,180	35,130	106%	33,000
カルピス ストレート	2,840	119%	2,380	26,820	107%	25,010
カルピス コンク	350	117%	300	3,640	103%	3,520
コーヒー	3,310	88%	3,740	24,140	93%	25,880
ワンダ	3,080	86%	3,590	22,420	92%	24,420
お茶	4,030	126%	3,190	30,770	110%	27,900
十六茶	2,270	121%	1,870	17,380	102%	17,050
ミネラルウォーター	1,630	117%	1,390	13,010	111%	11,760
おいしい水	1,630	117%	1,390	13,010	111%	11,760
果汁	1,420	122%	1,160	11,660	110%	10,620
バヤリース	750	125%	610	5,880	113%	5,190
ウエルチ	410	137%	300	4,390	119%	3,690
総合計	24,560	114%	21,450	199,460	105%	190,120
<補足>						
『健康飲料』計	650	126%	510	4,430	104%	4,260

稼働日 24日（昨年25日）

以上