

各位

2023年6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(%)】

	6月	累計
	前年比	前年比
ビール類計	99	102
洋酒	116	126
RTD	101	100
ワイン	97	109
焼酎	107	110
アルコールテイスト飲料	99	102

<トピックス>

- ・ビール類の売上金額は前年比99%となった。1-6月の累計前年比は102%となった。業務用が回復し、樽・瓶容器の累計前年比が128%となったことが寄与した。
- ・『アサヒスーパードライ』の販売数量は、前年比96%、累計前年比104%となった。
- ・『クリアアサヒ』の販売数量は、前年比98%、累計前年比101%となった。
- ・アルコールテイスト飲料(微アルコール含む)の売上金額は、前年比99%、累計前年比102%となった。1-6月の累計販売数量は「ドライゼロ」が前年比101%、「スタイルバランスプラス」が前年比101%と前年を上回った。

<ビール類ブランド別販売数量・前年比(%)>

	6月		累計	
	万箱	前年比	万箱	前年比
スーパードライ	664	96	3,077	104
スタイルフリー	109	98	574	98
クリアアサヒ	127	98	674	101

※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(%)】

	6月	累計
	前年比	前年比
三ツ矢	84	93
カルピス	84	89
ワンダ	80	90
十六茶	75	77
おいしい水	103	109
ウィルキンソン	90	99
重点6ブランド計	85	92
アサヒ飲料計	91	99

<トピックス>

- ・アサヒ飲料計の販売数量は前年比91%、1-6月の累計前年比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270万箱となり、年間販売目標(500万箱)の5割を突破した。
- ・「おいしい水」は前年比103%、累計前年比109%となった。環境に配慮した「シンプルecoラベル」の取扱店舗の拡大や「おいしい水 天然水 白湯」などが牽引し、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116%の95万箱となり、1-6月の累計販売数量は前年比124%の397万箱となった。
- ・心理的なストレスを和らげ、睡眠の質(眠りの深さ)を高めるのに役立つ機能性表示食品『届く強さの乳酸菌W』は、昨年4月にPET200mlを追加しラインアップを拡充し、累計前年比243%と好調を維持した。
- ・健康な人の免疫機能の維持に役立つ機能性表示食品『守る働く乳酸菌W』は1-6月の累計販売数量が36万箱となり年間販売目標(75万箱)の達成に向けて好調に推移している。

■アサヒグループ食品

【ブランド別売上金額前年比(%)】

	6月	累計
	前年比	前年比
ミンティア	132	121
1本満足バー	118	105
アマノフーズ(みそ汁)	97	94
ディアナチュラ	106	104
和光堂(ベビーフード)	112	106
バランス献立・バランス献立 PLUS(シニア向け食品)	104	101
アサヒグループ食品計	107	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107%、1-6月の累計前年比103%となった。
- ・「ミンティア」は前年比132%、累計前年比121%となった。5月22日に発売した「ワンピースコンテンツコラボパッケージ」が引き続き好調だった。
- ・「1本満足バー」は前年比118%累計前年比105%となった。シリアルシリーズ、プロテインシリーズが好調だった。
- ・「ディアナチュラ」は前年比106%、累計前年比104%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。
- ・和光堂(ベビーフード)は前年比112%、累計前年比106%となった。ジュレタイプ飲料「1歳からのMYジュレドリンク」や紙パック飲料「ベビーのじかん 麦茶」などが引き続き好調だった。
- ・バランス献立(シニア向け食品)は取扱店舗が拡大し、前年比104%、累計前年比101%となった。