

各位

2023年7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

【カテゴリ別売上金額前年比(%)】

	7月	累計
	前年比	前年比
ビール類計	108	103
洋酒	120	125
RTD	109	102
ワイン	99	108
焼酎	130	113
アルコールテイスト飲料	109	104

<トピックス>

- ・ビール類の売上金額は前年比108%となった。業務用が回復し、樽・瓶容器の前年比が120%となったことに加え、猛暑の効果や花火大会などの各種イベントが再開したことも寄与した。
- ・『アサヒスーパードライ』の販売数量は、前年比107%となった。容器別の前年比では、樽が119%、瓶が118%、缶が101%となり、全容器で前年を超えた。
- ・『クリアアサヒ』の販売数量は、前年比103%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109%となった。「ドライゼロ」の販売数量が前年比103%、「スタイルバランスプラス」の販売数量が前年比122%となったことが寄与した。

<ビール類ブランド別販売数量・前年比(%)>

	7月		累計	
	万箱	前年比	万箱	前年比
スーパードライ	771	107	3,848	104
スタイルフリー	108	98	682	98
クリアアサヒ	136	103	811	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(%)】

	7月	累計
	前年比	前年比
三ツ矢	102	94
カルピス	95	90
ワンダ	89	90
十六茶	89	79
おいしい水	109	109
ウィルキンソン	103	100
重点6ブランド計	98	93
アサヒ飲料計	104	100

<トピックス>

- ・アサヒ飲料計の販売数量は前年比104%となった。
- ・4月に発売した緑茶の新ブランド『アサヒ 焔』は累計販売数量が約320万箱となり、上方修正した年間販売目標(600万箱)の5割を突破した。
- ・「三ツ矢」は前年比102%となった。7月11日発売の『三ツ矢特濃メロンスカッシュ』を中心に「特濃」シリーズが好調だった。
- ・「ウィルキンソン」は前年比103%となった。猛暑の影響により『ウィルキンソン タンサン レモン』が好調だったことに加え、7月25日発売の『ウィルキンソン タンサン ビタミンC』が寄与した。
- ・「おいしい水」は前年比109%となった。環境に配慮した「シンブルecoラベル」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前年比125%の88万箱となり、1-7月の累計販売数量は前年比124%の486万箱となった。

■アサヒグループ食品

【ブランド別売上金額前年比(%)】

	7月	累計
	前年比	前年比
ミンティア	134	123
1本満足バー	89	103
アマノフーズ(みそ汁)	97	95
ディアナチュラ	108	105
和光堂(ベビーフード)	100	105
バランス献立・バランス献立 PLUS(シニア向け食品)	103	101
アサヒグループ食品計	105	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105%となった。
- ・「ミンティア」は前年比134%となった。レギュラーやブリーズシリーズの主力アイテムが好調だったことに加え、7月3日に発売したブリーズシリーズ「ワンピースコンテンツコラボパッケージ」が寄与した。
- ・「ディアナチュラ」はビタミン類を中心に伸長し、前年比108%となった。
- ・和光堂(ベビーフード)は前年比100%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103%となった。