

各位

2023年11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(%)】

	11月	累計
	前年比	前年比
ビール類計	103	104
洋酒	120	121
RTD	106	102
ワイン	94	104
焼酎	96	109
アルコールテイスト飲料	121	106

<トピックス>

- ・ビール類の売上金額は前年比103%となった。
- ・『アサヒスーパードライ』(「ドライクリスタル」を除く)の販売数量は、前年比110%となった。
- ・10月11日に発売した『アサヒスーパードライ ドライクリスタル』の累計販売数量は、120万箱で年間販売目標(150万箱)の8割となった。
- ・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121%となった。「ドライゼロ」の販売数量が前年比119%、「スタイルバランスプラス」の販売数量が前年比166%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(%)>

	11月		累計	
	万箱	前年比	万箱	前年比
スーパードライ	587	110	6,237	104
スタイルフリー	92	96	1,097	98
クリアアサヒ	98	87	1,288	100

※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(%)】

	11月	累計
	前年比	前年比
三ツ矢	129	99
カルピス	111	95
ワnda	90	87
十六茶	116	87
おいしい水	124	113
ウィルキンソン	105	102
重点6ブランド計	110	97
アサヒ飲料計	110	102

<トピックス>

- ・アサヒ飲料計の販売数量は前年比110%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523万箱となった。
- ・「三ツ矢」は前年比129%となった。外出機会の拡大や気温が例年より高かった影響により小型・大型PETともに好調だったことに加え、11月21日発売の『三ツ矢 特濃マスカットスカッシュ』が寄与した。
- ・「カルピス」は前年比111%となった。11月14日発売の『北海道産生クリーム&カルピス』が好調だった。
- ・「おいしい水」は前年比124%となった。『アサヒ おいしい水 天然水 シンプルecoラベル』や『アサヒ おいしい水 天然水 白湯』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の1-11月の累計販売数量は前年比122%の774万箱で、年間販売目標(800万箱)の9割以上となった。

■アサヒグループ食品

【ブランド別売上金額前年比(%)】

	11月	累計
	前年比	前年比
ミンティア	117	123
1本満足バー	85	98
アマノフーズ(みそ汁)	93	94
ディアナチュラ	140	108
和光堂(ベビーフード)	98	103
バランス献立・バランス献立 PLUS(シニア向け食品)	102	102
アサヒグループ食品計	106	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106%となった。
- ・「ミンティア」は前年比117%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。
- ・アマノフーズ(みそ汁)は多食形態が好調だったが、一部商品の休売の影響があり前年比93%となった。
- ・「ディアナチュラ」は昨年11月からの価格改定前に発生した駆け込み需要の反動の裏返しがあり、前年比140%となった。
- ・シニア向け食品はとろみ調整用食品『とろみエール』が好調で前年比102%となった。