

各位

2023年12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(%)】

	12月	累計
	前年比	前年比
ビール類計	98	103
洋酒	114	120
RTD	110	103
ワイン	99	103
焼酎	94	107
アルコールテイスト飲料	115	107

<トピックス>

- ・ビール類の売上金額は前年比98%、年間累計前年比103%となった。業務用が回復し、樽・瓶容器が単月前年比112%、年間累計前年比121%となったことなどが寄与した。
- ・『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、単月前年比101%、年間累計前年比104%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、139万箱となった。
- ・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、単月前年比115%、年間累計前年比107%となった。「ドライゼロ」の販売数量が単月前年比119%、年間累計前年比105%、「スタイルバランスプラス」の販売数量が単月前年比112%、年間累計前年比114%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(%)>

	12月		累計	
	万箱	前年比	万箱	前年比
スーパードライ	894	101	7,131	104
スタイルフリー	122	97	1,219	98
クリアアサヒ	129	90	1,417	99

※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(%)】

	12月	累計
	前年比	前年比
三ツ矢	111	100
カルピス	107	96
ワンダ	84	87
十六茶	116	89
おいしい水	120	113
ウィルキンソン	97	101
重点6ブランド計	103	97
アサヒ飲料計	102	102

<トピックス>

- ・アサヒ飲料計の販売数量は単月前年比102%、年間累計前年比102%となった。
- ・4月に発売した緑茶の新ブランド『アサヒ 颯』の累計販売数量は559万箱となった。
- ・「おいしい水」は単月前年比120%、年間累計前年比113%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』が寄与した。
- ・「ウィルキンソン」は単月前年比97%、年間累計前年比101%となった。食事と楽しむ「with food」を提案することで、直接飲用シーンの広がりにつなげ、16年連続で過去最高の販売数量を更新した。
- ・ECサイトを中心に展開しているラベルレス商品の累計販売数量は前年比122%の840万箱となり、過去最高を更新した。

■アサヒグループ食品

【ブランド別売上金額前年比(%)】

	12月	累計
	前年比	前年比
ミンティア	123	123
1本満足バー	91	97
アマノフーズ(みそ汁)	92	94
ディアナチュラ	112	108
和光堂(ベビーフード)	103	103
バランス献立・バランス献立 PLUS(シニア向け食品)	95	101
アサヒグループ食品計	104	103

<トピックス>

- ・アサヒグループ食品計の売上金額は単月前年比104%、年間累計前年比103%となった。
- ・「ミンティア」は単月前年比123%、年間累計前年比123%となった。引き続き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。
- ・「ディアナチュラ」は単月前年比112%、年間累計前年比108%となった。ボトルタイプ、パウチタイプ、機能性表示食品が好調だった。
- ・和光堂(ベビーフード)は単月前年比103%、年間累計前年比103%となった。引き続きジュレタイプ飲料の「1歳からのMYジュレドリンク」が伸長していることに加え、外出需要の回復によりトレタイプも好調だった。
- ・シニア向け食品は単月前年比95%、年間累計前年比101%となった。