

各位

2024年5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

■アサヒビール

【カテゴリー別売上金額前年比(%)】

	5月	累計
	前年比	前年比
ビール類計	99	101
洋酒	91	112
RTD	124	111
ワイン	103	97
焼酎	89	95
アルコールテイスト飲料	127	123

<トピックス>

- ・ビール類の売上金額は前年比99%となった。
- ・「スーパードライ」ブランド計（「ドライクリスタル」を含む）の販売数量は、前年比106%となった。
- ・RTDの売上金額は前年比124%となった。「贅沢搾り」の販売数量が前年比135%となったことや4月2日から全国発売した「GINON」が寄与した。「GINON」の本年の累計販売数量は約125万箱となり、年間販売目標（300万箱）の4割を超えた。
- ・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127%となった。「ドライゼロ」の販売数量が前年比114%、「スタイルバランス」の販売数量が前年比116%と好調だったことに加え、4月9日から全国発売した「アサヒゼロ」が寄与した。「アサヒゼロ」の本年の累計販売数量は約37万箱となり、年間販売目標（60万箱）の6割を超えた。

<ビール類ブランド別販売数量・前年比(%)>

	5月		累計	
	万箱	前年比	万箱	前年比
スーパードライ計	585	106	2,570	106
スタイルフリー	106	99	468	101
クリアアサヒ	106	86	491	90

※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(%)】

	5月	累計
	前年比	前年比
三ツ矢	109	107
カルピス	98	102
ワンダ	116	90
十六茶	98	111
おいしい水	90	111
ウィルキンソン	102	102
重点6ブランド計	103	103
アサヒ飲料計	101	101

<トピックス>

- ・アサヒ飲料計の販売数量は前年比101%となった。
- ・「三ツ矢」は前年比109%となった。小型PETが好調だったことに加え、5月21日発売の『三ツ矢トロピカルブレンド』が寄与した。
- ・「ウィルキンソン」は前年比102%となった。『ウィルキンソンタンサン』『ウィルキンソンタンサンレモン』やECサイトを中心に展開しているラベルレス商品が好調だった。
- ・「ワンダ」は前年比116%となった。3月に発売した『ワンダ コクの深味』が好調だったことに加え、昨年5月に実施した価格改定の反動があった。
- ・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103%の78万箱となり、1-5月の累計販売数量は前年比115%の348万箱となった。

■アサヒグループ食品

【ブランド別売上金額前年比(%)】

	5月	累計
	前年比	前年比
ミンティア	144	131
1本満足バー	95	88
アマノフーズ（みそ汁）	102	101
ディアナチュラ	106	97
和光堂（ベビーフード）	102	100
バランス献立・バランス献立 PLUS（シニア向け食品）	103	103
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%となった。
- ・ミンティアは前年比144%となった。主力アイテムが好調だったことに加え、6月発売「ワンピースコラボパッケージ」の出荷が寄与した。
- ・アマノフーズ（みそ汁）は102%となった。「いつものおみそ汁」5食入り・10食入りの多食形態が好調だった。
- ・ディアナチュラは前年比106%だった。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102%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」などが好調だった。
- ・シニア向け食品は前年比103%だった。とろみ調整用食品が好調だった。