

各位

2024年8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(%)】

	8月	累計
	前年比	前年比
ビール類計	94	98
洋酒	111	110
RTD	163	124
ワイン	100	98
焼酎	79	90
アルコールテイスト飲料	128	124

<トピックス>

- ・ビール類の売上金額は前年比94%となった。昨年10月からの酒税改正に伴う新ジャンル増税前の駆け込み需要の反動があった。
- ・「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101%となった。
- ・RTDの売上金額は前年比163%となった。「贅沢搾り」の販売数量が前年比134%となったことに加え、4月2日から全国発売した「GINON」や8月27日から首都圏・関信越エリアで数量限定発売した「未来のレモンソー」が寄与した。7月に年間販売目標を当初の3割増となる400万箱に上方修正した「GINON」の累計販売数量は241万箱となった。
- ・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、前年比128%となった。「ドライゼロ」の販売数量が前年比111%、「スタイルバランス」の販売数量が前年比140%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。7月に年間販売目標を当初の2倍となる120万箱に上方修正した「アサヒゼロ」の累計販売数量は91万箱となった。

<ビール類ブランド別販売数量・前年比(%)>

	8月		累計	
	万箱	前年比	万箱	前年比
スーパードライ計	729	101	4,734	103
スタイルフリー	109	95	785	98
クリアアサヒ	112	75	826	86

※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(%)】

	8月	累計
	前年比	前年比
三ツ矢	103	104
カルピス	91	98
ワンダ	104	94
十六茶	103	105
おいしい水	121	105
ウィルキンソン	108	102
重点6ブランド計	103	102
アサヒ飲料計	100	99

<トピックス>

- ・アサヒ飲料計の販売数量は前年比100%となった。
- ・「三ツ矢」は前年比103%となった。小型PETが好調だったことに加え「三ツ矢 特濃」シリーズが好調だった。
- ・「ウィルキンソン」は前年比108%となった。8月6日に発売した『WILKINSON GO テイスティアップル』が寄与した。
- ・「ワンダ」は前年比104%となった。3月から発売した『ワンダ コクの深味』が好調だった。
- ・「十六茶」は小型PETが好調で前年比103%となった。
- ・「おいしい水」は地震や台風などの防災意識の高まりに伴う備蓄需要もあり前年比121%となった。
- ・ECサイト中心に展開しているラベルレス商品は前年比164%の121万箱となり、累計販売数量は前年比117%の662万箱となった。

■アサヒグループ食品

【ブランド別売上金額前年比(%)】

	8月	累計
	前年比	前年比
ミンティア	120	126
1本満足バー	95	86
アマノフーズ（みそ汁）	102	100
ディアナチュラ	73	98
和光堂（ベビーフード）	101	98
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	100	102

<トピックス>

- ・アサヒグループ食品計の売上金額は、前年比100%となった。
- ・「ミンティア」は前年比120%となった。9月2日発売に向けた『ミンティア シャインマスカット』『ミンティア せとか』の出荷が寄与した。
- ・「アマノフーズ（みそ汁）」は前年比102%となった。「いつものおみそ汁」10食入りが好調だった。
- ・和光堂（ベビーフード）は前年比101%となった。防災意識の高まりからカップタイプの「栄養マルシェ」や飲料が伸長した。
- ・シニア向け食品は前年比103%だった。やわらか食が好調だった。