

各位

## 2024年9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(%)】

	9月	累計
	前年比	前年比
ビール類計	81	96
洋酒	116	111
RTD	108	122
ワイン	76	95
焼酎	71	88
アルコールテイスト飲料	125	124

## &lt;トピックス&gt;

- ・ビール類の売上金額は前年比81%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。出荷日数が前年同月より1日少なかったことも影響した。
- ・「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95%となった。
- ・RTDの売上金額は前年比108%となった。4月2日から全国発売した「GINON」の累計販売数量は、当初の3割増に上方修正した年間販売目標400万箱の7割に迫る279万箱となった。
- ・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125%となった。4月9日から全国発売した「アサヒゼロ」の累計販売数量は、当初の2倍に上方修正した年間販売目標120万箱を達成目前の114万箱となった。

## &lt;ビール類ブランド別販売数量・前年比(%)&gt;

	9月		累計	
	万箱	前年比	万箱	前年比
スーパードライ計	525	95	5,259	102
スタイルフリー	99	66	884	94
クリアアサヒ	98	59	924	82

※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(%)】

	9月	累計
	前年比	前年比
三ツ矢	101	104
カルピス	96	98
ワンダ	102	94
十六茶	90	103
おいしい水	94	104
ウィルキンソン	102	102
重点6ブランド計	98	101
アサヒ飲料計	96	99

## &lt;トピックス&gt;

- ・アサヒ飲料計の販売数量は前年比96%となった。
- ・「三ツ矢」は前年比101%となった。小型PETが好調だったことに加え、9月3日に発売した『三ツ矢免疫サポート』や「三ツ矢 特濃」シリーズが好調だった。
- ・主カアイテムが好調だった「ウィルキンソン」は前年比102%となった。
- ・「ワンダ」は前年比102%となった。3月から発売を開始した『ワンダ コクの深味』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、1-9月の累計販売数量が前年比114%の752万箱となった。

## ■アサヒグループ食品

## 【ブランド別売上金額前年比(%)】

	9月	累計
	前年比	前年比
ミンティア	110	124
1本満足バー	84	86
アマノフーズ（みそ汁）	99	99
ディアナチュラ	92	97
和光堂（ベビーフード）	89	97
バランス献立・バランス献立 PLUS（シニア向け食品）	100	102
アサヒグループ食品計	98	102

## &lt;トピックス&gt;

- ・アサヒグループ食品計の売上金額は、前年同月より営業日が1日少なかったことが影響し前年比98%となった。
- ・「ミンティア」は前年比110%となった。大粒タイプの「ミンティアブリーズ」シリーズが好調だった。
- ・「アマノフーズ（みそ汁）」は前年比99%となった。「いつものおみそ汁」10食入りは引き続き好調だった。
- ・シニア向け食品は前年比100%だった。とろみ調整用食品『とろみエール』が好調だった。