

各位

2024年10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(%)】

	10月	累計
	前年比	前年比
ビール類計	106	97
洋酒	114	111
RTD	139	123
ワイン	94	95
焼酎	131	91
アルコールテイスト飲料	132	125

<トピックス>

- ・ビール類の売上金額は前年比106%となった。前年10月の酒税改正の影響などを受け減少した新ジャンルや発泡酒が増加した。出荷日数は前年同月より1日多かった。
- ・「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93%となった。昨年10月に発売した「スーパードライ ドライクリスタル」の反動があった。
- ・RTDの売上金額は前年比139%となった。「贅沢搾り」の販売数量が前年比118%となったことに加え、4月2日から全国発売した「GINON」が寄与した。「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8割を超え322万箱となった。
- ・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132%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133万箱となった。当初（60万箱）の2倍に上方修正した年間販売目標120万箱を10月10日に突破し、目標を当初の2.5倍となる150万箱に再上方修正した。

<ビール類ブランド別販売数量・前年比(%)>

	10月		累計	
	万箱	前年比	万箱	前年比
スーパードライ計	585	93	5,844	101
スタイルフリー	102	173	986	98
クリアアサヒ	104	165	1,028	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(%)】

	10月	累計
	前年比	前年比
三ツ矢	100	104
カルピス	92	97
ワンダ	94	94
十六茶	94	102
おいしい水	91	102
ウィルキンソン	100	102
重点6ブランド計	95	100
アサヒ飲料計	94	98

<トピックス>

- ・アサヒ飲料計の販売数量は前年比94%となった。
- ・「三ツ矢」は前年比100%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。
- ・主力アイテムが好調だった「ウィルキンソン」は前年比100%となった。9月にリニューアルを実施した『ウィルキンソンタンサン エクストラ』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前年比145%の75万箱となり、1-10月の累計販売数量は前年比116%の826万箱となった。

■アサヒグループ食品

【ブランド別売上金額前年比(%)】

	10月	累計
	前年比	前年比
ミンティア	134	125
1本満足バー	100	88
アマノフーズ（みそ汁）	98	99
ディアナチュラ	103	98
和光堂（ベビーフード）	101	97
バランス献立・バランス献立 PLUS（シニア向け食品）	94	101
アサヒグループ食品計	105	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105%となった。
- ・「ミンティア」は前年比134%となった。小粒タイプ、大粒タイプの主力商品が好調だったことに加え、10月7日にリニューアル発売した『ミンティアブリーズ ウルトラブラック』が寄与した。
- ・「ディアナチュラ」は103%となった。9月2日発売のパウチタイプ『ディアナチュラスタイル ストロングマカ×亜鉛』『ディアナチュラスタイル ビタミンE×ビタミンC・β-カロテン』が寄与した。
- ・和光堂（ベビーフード）は前年比101%となった。9月2日発売の「ぐんぐんおやつ 栄養サポートバー」や飲料の「1歳からのMYジュレドリンク」などが好調だった。