

各位

2024年11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(%)】

	11月	累計
	前年比	前年比
ビール類計	99	97
洋酒	109	111
RTD	162	127
ワイン	75	93
焼酎	96	91
アルコールテイスト飲料	121	124

<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99%となった。
- ・RTDの売上金額は前年比162%となった。4月2日から全国発売した「GINON」や11月19日から首都圏・関信越エリアで数量限定発売した「未来のレモンサワー」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」の累計販売数量は目標の9割に迫る358万箱となった。
- ・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121%となった。「スタイルバランス」の販売数量が前年比120%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。当初60万箱の2.5倍となる150万箱に年間目標を再上方修正した「アサヒゼロ」は11月30日に150万箱を突破した。

<ビール類ブランド別販売数量・前年比(%)>

	11月		累計	
	万箱	前年比	万箱	前年比
スーパードライ計	595	99	6,438	101
スタイルフリー	105	114	1,091	99
クリアアサヒ	100	102	1,128	88

※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(%)】

	11月	累計
	前年比	前年比
三ツ矢	80	102
カルピス	91	97
ワンダ	100	95
十六茶	86	101
おいしい水	94	102
ウィルキンソン	86	101
重点6ブランド計	88	99
アサヒ飲料計	91	98

<トピックス>

- ・アサヒ飲料計の販売数量は前年比91%となった。10月からの価格改定の影響により前年を下回った。
- ・「ワンダ」は3月から発売した「コクの深味」が堅調に推移し、前年並みとなった。
- ・「三ツ矢」は前年に発売した「特濃マスカット」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67%の64万箱となり、1-11月の累計販売数量は前年比112%の891万箱となった。

■アサヒグループ食品

【ブランド別売上金額前年比(%)】

	11月	累計
	前年比	前年比
ミンティア	128	125
1本満足バー	89	88
アマノフーズ（みそ汁）	100	99
ディアナチュラ	89	97
和光堂（ベビーフード）	102	98
バランス献立・バランス献立	98	101
PLUS（シニア向け食品）		
アサヒグループ食品計	98	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98%となった。
- ・「ミンティア」は前年比128%となった。小粒タイプ、大粒タイプの主力商品が引き続き好調だった。
- ・アマノフーズ（みそ汁）は前年比100%だった。「いつものおみそ汁」の1食タイプ、10食入りタイプが好調だった。
- ・和光堂（ベビーフード）は前年比102%となった。パウチタイプの「具たっぷり グーグーキッチン」が好調だった。