

各位

## 2024年12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(%)】

	12月	累計
	前年比	前年比
ビール類計	96	97
洋酒	101	110
RTD	135	128
ワイン	82	91
焼酎	94	92
アルコールテイスト飲料	112	123

&lt;トピックス&gt;

- ・ビール類計の売上金額は、前年比96%、累計前年比97%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）は、前年比98%、累計前年比101%となった。
- ・RTDの売上金額は、前年比135%、累計前年比128%となった。4月2日から全国発売した「GINON」や12月17日から東海・北陸・近畿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。「GINON」の累計販売数量は404万箱となり、当初300万箱の3割増となる400万箱に上方修正した販売目標を達成した。
- ・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112%、累計前年比123%となった。『アサヒゼロ』の累計販売数量は172万箱となり、当初60万箱の2.5倍となる150万箱に再上方修正した販売目標を達成した。

&lt;ビール類ブランド別販売数量・前年比(%)&gt;

	12月		累計	
	万箱	前年比	万箱	前年比
スーパードライ計	895	98	7,334	101
スタイルフリー	118	97	1,208	99
クリアアサヒ	118	91	1,246	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(%)】

	12月	累計
	前年比	前年比
三ツ矢	92	101
カルピス	85	96
ワンダ	98	95
十六茶	92	100
おいしい水	85	98
ウィルキンソン	107	101
重点6ブランド計	93	99
アサヒ飲料計	96	98

&lt;トピックス&gt;

- ・アサヒ飲料計の販売数量は、前年比96%、累計前年比98%となった。5月と10月に実施した価格改定の影響があった。
- ・「三ツ矢」は前年比92%、累計前年比101%となった。『三ツ矢サイダー』PET500mlや「特濃」シリーズが好調だった。
- ・「ウィルキンソン」は前年比107%、累計前年比101%となった。「WILKINSON GO」シリーズの展開に加え、ブランド価値向上や炭酸飲用者の拡大の取り組みを強化し、17年連続で前年超えを達成した。
- ・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113%の80万箱、累計前年比112%の970万箱となった。

## ■アサヒグループ食品

【ブランド別売上金額前年比(%)】

	12月	累計
	前年比	前年比
ミンティア	121	125
1本満足バー	97	89
アマノフーズ（みそ汁）	101	99
ディアナチュラ	98	97
和光堂（ベビーフード）	94	97
バランス献立・バランス献立 PLUS（シニア向け食品）	102	101
アサヒグループ食品計	102	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比102%、累計前年比102%となった。
- ・「ミンティア」は前年比121%、累計前年比125%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。
- ・アマノフーズ（みそ汁）は前年比101%、累計前年比99%だった。
- ・シニア向け食品は前年比102%、累計前年比101%となった。やわらか食「バランス献立」やとろみ調整食品「とろみエール」が好調だった。