

各位

## 2025年1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(%)】

|             | 1月  | 累計  |
|-------------|-----|-----|
|             | 前年比 | 前年比 |
| ビール類計       | 99  | —   |
| 洋酒          | 100 | —   |
| RTD         | 124 | —   |
| ワイン         | 97  | —   |
| 焼酎          | 99  | —   |
| アルコールテイスト飲料 | 127 | —   |

## &lt;トピックス&gt;

- ・ビール類計の売上金額は、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101%となった。
- ・RTDの売上金額は前年比124%となった。「贅沢搾り」の販売数量が前年比113%となったことに加え、「GINON」が引き続き好調を牽引した。
- ・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127%となった。「ドライゼロ」の販売数量が前年比107%、「スタイルバランス」が同118%と好調だったことに加え、昨年から引き続き「アサヒゼロ」が寄与した。

## &lt;ビール類ブランド別販売数量・前年比(%)&gt;

|          | 1月  |     | 累計 |     |
|----------|-----|-----|----|-----|
|          | 万箱  | 前年比 | 万箱 | 前年比 |
| スーパードライ計 | 380 | 101 | —  | —   |
| スタイルフリー  | 72  | 103 | —  | —   |
| クリアアサヒ   | 65  | 97  | —  | —   |

※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(%)】

|          | 1月  | 累計  |
|----------|-----|-----|
|          | 前年比 | 前年比 |
| 三ツ矢      | 90  | —   |
| カルピス     | 97  | —   |
| ワンダ      | 90  | —   |
| 十六茶      | 103 | —   |
| おいしい水    | 73  | —   |
| ウィルキンソン  | 90  | —   |
| 重点6ブランド計 | 90  | —   |
| アサヒ飲料計   | 94  | —   |

## &lt;トピックス&gt;

- ・アサヒ飲料計の販売数量は前年比94%となった。昨年実施した価格改定の影響により、大型PETを中心に引き続き、影響があった。
- ・「十六茶」は前年比103%となった。小型PETが好調であったことに加え、2月4日発売に向けた『アサヒ 十六茶アートデザイン』の出荷が寄与した。
- ・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94%の47万箱となった。

## ■アサヒグループ食品

## 【ブランド別売上金額前年比(%)】

|                            | 1月  | 累計  |
|----------------------------|-----|-----|
|                            | 前年比 | 前年比 |
| ミンティア                      | 132 | —   |
| 1本満足バー                     | 98  | —   |
| アマノフーズ(みそ汁)                | 103 | —   |
| ディアナチュラ                    | 109 | —   |
| 和光堂(ベビーフード)                | 91  | —   |
| バランス献立・バランス献立PLUS(シニア向け食品) | 102 | —   |
| アサヒグループ食品計                 | 104 | —   |

## &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104%となった。
- ・「ミンティア」は前年比132%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103%だった。「いつものおみそ汁」10食入りが好調だった。
- ・「ディアナチュラ」は前年比109%となった。パウチタイプが好調だった。
- ・シニア向け食品は前年比102%となった。やわらか食の「バランス献立」やとろみ調整食品の「とろみエール」が好調だった。