

各位

## 2025年2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(%)】

	2月	累計
	前年比	前年比
ビール類計	96	97
洋酒	98	99
RTD	107	114
ワイン	85	90
焼酎	89	93
アルコールテイスト飲料	121	124

## &lt;ビール類ブランド別販売数量・前年比(%)&gt;

	2月		累計	
	万箱	前年比	万箱	前年比
スーパードライ計	457	98	837	100
スタイルフリー	94	98	167	101
クリアアサヒ	105	104	170	101

※1箱=633ml(大びん)×20本換算

## &lt;トピックス&gt;

- ・当社ビール類の売上金額は、前年比96%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98%となった。
- ・RTDの売上金額は、前年比107%となった。昨年に引き続き「GINON」が好調だった。
- ・当社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。「ドライゼロ」の販売数量が前年比105%となり、「アサヒゼロ」も引き続き好調だった。「スタイルバランス」は、販売数量が前年比162%と大きく伸長した。既存品の好調に加え、2月12日発売「スタイルバランス 無糖レモンサワーノンアルコール」が寄与した。

## ■アサヒ飲料

## 【ブランド別販売数量前年比(%)】

	2月	累計
	前年比	前年比
三ツ矢	91	90
カルピス	87	92
ワンダ	93	91
十六茶	112	108
おいしい水	92	82
ウィルキンソン	93	92
重点6ブランド計	94	92
アサヒ飲料計	94	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112%となった。小型PETが好調であったことに加え、2月4日からコンビニエンスストア限定で発売した『アサヒ 十六茶アートデザイン』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100%の66万箱、累計前年比97%の113万箱となった。

## ■アサヒグループ食品

## 【ブランド別売上金額前年比(%)】

	2月	累計
	前年比	前年比
ミンティア	111	120
1本満足バー	92	94
アマノフーズ(みそ汁)	96	99
ディアナチュラ	104	106
和光堂(ベビーフード)	83	86
バランス献立・バランス献立 PLUS(シニア向け食品)	88	94
アサヒグループ食品計	98	101

## &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111%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。
- ・「ディアナチュラ」は前年比104%となった。パウチタイプが好調だった。