

各位

2025年5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(%)】

	5月	累計
	前年比	前年比
ビール類計	94	98
洋酒	114	105
RTD	111	124
ワイン	71	82
焼酎	92	93
アルコールテイスト飲料	108	114

＜ビール類ブランド別販売数量・前年比(%)＞

	5月		累計	
	万箱	前年比	万箱	前年比
スーパードライ計	525	90	2,469	96
スタイルフリー	93	88	449	96
クリアアサヒ	85	80	454	92

※1箱＝633ml（大びん）×20本換算

＜トピックス＞

- ・ビール類計の売上金額は、4月からの価格改定前の反動が残り、前年比94%となった。3-5月累計では、前年比98%となった。
- ・「スーパードライ」計（「ドライクリスタル」を含む）の販売数量は、前年比90%となった。容器別の前年比は、樽93%、瓶89%、缶88%となった。
- ・スタンダードビールとして7年ぶりの新ブランド「ザ・ピタリスト」は、6月11日に100万箱を突破し、年間販売目標（200万箱）の5割を超えた。
- ・RTDの売上金額は、前年比111%となった。「贅沢搾り」の販売数量が前年比123%と好調だったことに加え、「GINON」が年間販売目標300万箱の5割に迫る144万箱となった。
- ・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108%となった。2月製造分からクオリティアップした『アサヒゼロ』の販売数量は、前年比170%と大きく伸長した。

■アサヒ飲料

【ブランド別販売数量前年比(%)】

	5月	累計
	前年比	前年比
三ツ矢	86	89
カルピス	95	94
ワンダ	99	104
十六茶	130	110
おいしい水	121	98
ウィルキンソン	99	95
重点6ブランド計	100	96
アサヒ飲料計	100	97

＜トピックス＞

- ・アサヒ飲料計の販売数量は前年比100%となった。
- ・「十六茶」は前年比130%となった。2月のリニューアル後、小型PETを中心に引き続き好調で、昨年5月の大型PETの価格改定に伴う需要減からの回復なども影響した。
- ・「おいしい水」は前年比121%となった。自動販売機限定の『アサヒおいしい水 天然水 ピングレソルティ』、4月発売の『からだ澄む水』が寄与したほか、『シンプルecoラベル』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128%の100万箱、累計前年比107%の374万箱となった。

■アサヒグループ食品

【ブランド別売上金額前年比(%)】

	5月	累計
	前年比	前年比
ミンティア	108	115
1本満足バー	96	94
アマノフーズ（みそ汁）	101	99
ディアナチュラ	103	107
和光堂（ベビーフード）	89	90
バランス献立（シニア向け食品）	97	101
アサヒグループ食品計	98	100

＜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108%となった。主力商品の好調に加え、6月発売「ワンピースコラボパッケージ」の出荷が寄与した。
- ・「アマノフーズ（みそ汁）」は前年比101%となった。「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103%となった。パウチタイプが好調だった。