

各位

2025年7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(%)】

	7月	累計
	前年比	前年比
ビール類計	102	99
洋酒	121	108
RTD	106	123
ワイン	71	79
焼酎	90	93
アルコールテイスト飲料	111	114

<トピックス>

- ・ビール類計の売上金額は、「ザ・ビタリスト」の好調などが寄与し、前年比102%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97%となった。容器別の前年比は、樽98%、瓶94%、缶98%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・ビタリスト」は、8月2日に年間販売目標200万箱の6割以上となる130万箱を突破した。販売好調を受け年間販売目標を当初の4割増となる280万箱に上方修正した。
- ・RTDの売上金額は、前年比106%となった。「GINON」が年間販売目標300万箱の7割に迫る208万箱と好調だった。
- ・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111%となった。『アサヒゼロ』の販売数量は、前年比158%と大きく伸長した。

<ビール類ブランド別販売数量・前年比(%)>

	7月		累計	
	万箱	前年比	万箱	前年比
スーパードライ計	784	97	3,850	96
スタイルフリー	109	99	651	96
クリアアサヒ	109	92	656	92

※1箱＝633ml（大びん）×20本換算

※ワインはエノテカ実績を除く

■アサヒ飲料

【ブランド別販売数量前年比(%)】

	7月	累計
	前年比	前年比
三ツ矢	91	92
カルピス	96	95
ワンダ	97	104
十六茶	109	113
おいしい水	140	111
ウィルキンソン	97	97
重点6ブランド計	101	99
アサヒ飲料計	101	100

<トピックス>

- ・アサヒ飲料計の販売数量は前年比101%となった。
- ・「十六茶」は、2月のリニューアル以降、好調を維持し前年比109%となった。『日本全国16Cha差し入れ大作戦』キャンペーンに加え、店頭販促が奏功し、スーパーなどで大型PETを中心に好調だった。
- ・「おいしい水」は、前年比140%と大きく伸長した。「おいしい水」本体の好調に加え、熱中症対策飲料の「ピングレソルティ」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110%の102万箱となり、1-7月累計販売数量は前年比110%の593万箱となった。

■アサヒグループ食品

【ブランド別売上金額前年比(%)】

	7月	累計
	前年比	前年比
ミンティア	118	117
1本満足バー	102	97
アマノフーズ（みそ汁）	102	100
ディアナチュラ	116	109
和光堂（ベビーフード）	95	92
バランス献立 （シニア向け食品）	105	101
アサヒグループ食品計	102	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102%となった。
- ・「ミンティア」は前年比118%となった。主力商品が好調だった。
- ・「1本満足バー」は前年比102%となった。「プロテインシリーズ」と「栄養ベイクバーシリーズ」が好調だった。
- ・「アマノフーズ（みそ汁）」は前年比102%となった。「いつものおみそ汁」が好調だった。
- ・「ディアナチュラ」は前年比116%となった。ボトルタイプ、パウチタイプが好調だった。
- ・バランス献立（シニア食品）は前年比105%だった。とろみ調整用食品が好調だった。