

FACTBOOK 2025

2026年 7月

コーポレートデータ

<u>会社概要</u>	1
<u>株主</u>	2
<u>社債・格付</u>	3
<u>生産拠点</u>	4
<u>会社沿革</u>	5

財務データ

<u>財務・経営指標</u>	8
<u>事業セグメント別実績</u>	10

事業データ

● 日本・東アジア

<u>事業概況</u>	13
<u>カテゴリー別構成比</u>	14
<u>市場／当社データ（日本酒類）</u>	15
<u>市場／当社データ（日本飲料）</u>	20
<u>主要商品</u>	23

● 欧州

<u>事業概況</u>	25
<u>市場／当社データ</u>	26
<u>主要商品</u>	28

● アジアパシフィック

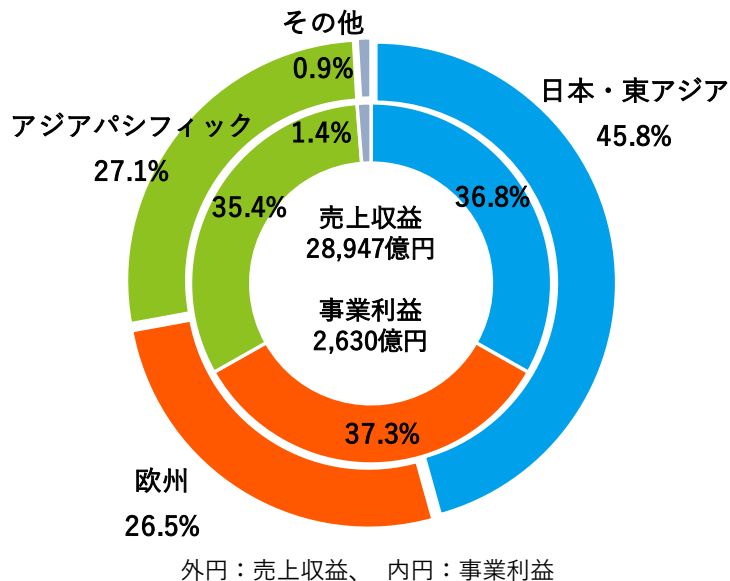
<u>事業概況</u>	29
<u>市場データ（オセアニア）</u>	30
<u>当社データ（オセアニア）</u>	32
<u>主要商品</u>	33

● グローバル

<u>市場データ</u>	34
<u>当社データ（グローバルブランド）</u> ..	35

コーポレートデータ

● セグメント別売上収益・事業利益（2025年）



※各事業の売上収益構成比は、各事業の売上収益を、調整額（全社・消去）を含めた連結合計の売上収益で除して算出。

※各事業の事業利益構成比は、各事業の事業利益を、調整額（全社・消去）を含めた連結合計の事業利益（ただし買収に伴い生じた無形資産償却費を除く）で除して算出。

● 主要な連結会社（2025年12月31日現在）

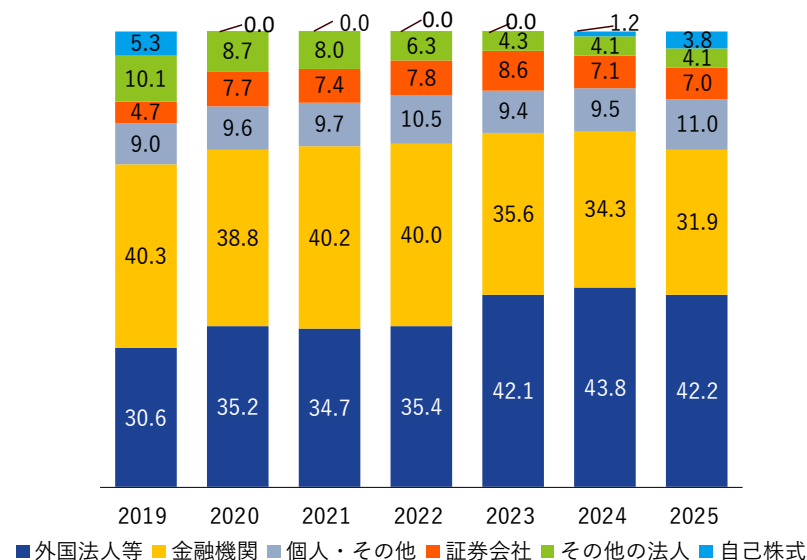


● 株式の状況

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
発行済み株式総数（百株）	4,835,858	5,070,034	5,070,034	5,070,034	5,070,034	15,210,101	15,210,101
自己保有株式（百株）	255,093	1,775	1,827	1,869	1,916	177,605	581,431
当期末株主数（名）	106,544	129,324	136,945	156,051	143,801	166,860	257,282

※2024年10月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割を実施。

● 株主の構成推移



● 社債（日本円建て）

2025年12月31日現在					
円建て普通社債	発行年月日	年限	残高 (百万円)	利 率 (年)	償還期限
第 12回 無担保社債	2017. 6.13	10年債	30,000	0.330%	2027. 6.11
第 16回 無担保社債	2021. 3.15	5年債	50,000	0.080%	2026. 3.13
第 17回 無担保社債	2022. 6. 1	5年債	50,000	0.290%	2027. 6. 1
第 18回 無担保社債	2022. 6. 1	10年債	10,000	0.469%	2032. 6. 1
第 19回 無担保社債	2023. 3. 8	3年債	50,000	0.280%	2026. 3. 6
第 20回 無担保社債 (グリーンボンド)	2023. 3. 8	5年債	25,000	0.544%	2028. 3. 8
第 21回 無担保社債	2023. 3. 8	7年債	25,000	0.870%	2030. 3. 8
第 22回 無担保社債	2023. 9. 7	5年債	20,000	0.509%	2028. 9. 7
第 23回 無担保社債	2023. 9. 7	10年債	30,000	1.033%	2033. 9. 7
第 24回 無担保社債 (個人向け)	2024. 10.24	5年債	20,000	0.854%	2029. 10.24
第 25回 無担保社債	2024. 10.17	5年債	30,000	0.854%	2029. 10.17
第 26回 無担保社債	2024. 10.17	10年債	20,000	1.323%	2034. 10.17
第 27回 無担保社債	2025. 5.2	5年債	40,000	1.329%	2030. 5.2
第 28回 無担保社債	2025. 5.2	10年債	10,000	1.928%	2035. 5.2

● 社債（ユーロ建て）

2025年12月31日現在					
ユーロ建て普通社債	発行年月日	年限	残高 (百万ユーロ)	利 率 (年)	償還期限
第 4回 ユーロ建普通社債	2020.10.23	8年債	800	0.541%	2028.10.23
第 6回 ユーロ建普通社債	2021. 4.19	6年債	600	0.336%	2027. 4.19
第 7回 ユーロ建普通社債	2024. 4.16	5年債	500	3.384%	2029. 4.16
第 8回 ユーロ建普通社債	2024. 4.16	8年債	500	3.464%	2032. 4.16

● 格付

2025年12月31日現在	
格付機関名	格付
格付投資情報センター (R&I)	A+
日本格付研究所 (JCR)	AA-
ムーディーズ	Baa1

● 主な生産拠点数 (2025年12月31日現在)

地域	国・主な商品・工場数							
日本・東アジア	日本	日本	日本	日本	日本			
	酒類（ビール類）	酒類（その他）	飲料	食品	その他			
	6	7	7	7	3			
欧州	イタリア	イタリア	オランダ	ポーランド	チェコ	スロバキア	ルーマニア	ハンガリー
	酒類	その他	酒類	酒類	酒類	酒類	酒類	酒類
	3	1	1	3	3	1	3	1
アジア パシフィック	オーストラリア	オーストラリア	オーストラリア	ニュージーランド	マレーシア	インドネシア	ミャンマー	
	酒類	飲料	その他	酒類	飲料(乳製品含む)	飲料(乳製品含む)	飲料	
	5	6	1	1	2	2	1	
その他	アメリカ	アメリカ						
	酒類	その他						
	1	1						

年	月	主な出来事
1889	11	朝日麦酒株式会社（現アサヒグループホールディングス株式会社）の前身である大阪麦酒会社設立
1891	10	日本麦酒醸造会社、札幌麦酒会社も相前後して創立され、日本のビール産業の興隆期を迎える
1892	5	吹田村醸造所（現アサヒビール吹田工場）竣工
1897	7	「アサヒビール」発売
1900		本格的なビヤホール「アサヒ軒」の第1号店開業
1906	3	日本初の熱処理を施さない瓶詰生ビール「アサヒ生ビール」発売
1949	1	大阪麦酒株式会社、日本麦酒株式会社、札幌麦酒株式会社の3社合同により、大日本麦酒株式会社設立
1949	9	過度経済力集中排除法により、大日本麦酒株式会社は、朝日麦酒株式会社と日本麦酒株式会社に分割
1949	9	朝日麦酒株式会社設立
1958	9	日本初の缶容器入りビール「アサヒゴールド」を発売
1965	3	世界初の屋外発酵貯酒タンクを開発、西宮・吾妻橋・博多の3工場に設置
1971	6	日本初のアルミ缶入りビール発売
1972	3	株式会社三ツ矢ベンディング設立(現アサヒグループジャパン傘下、アサヒ飲料株式会社)
1984	11	財団法人アサヒ生活文化研究振興財団設立（現アサヒグループ学術振興財団）
1986	1	CIの導入、コーポレートロゴを"Asahi"に変更
1986	2	新コーポレートロゴを冠した初の商品「アサヒ生ビール」発売
1987	3	世界初の辛口ビール「アサヒスーパードライ」発売
1989	1	「朝日麦酒株式会社」から「アサヒビール株式会社」に社名変更
1989	3	財団法人アサヒビール芸術文化財団設立（現アサヒグループ芸術文化財団）
1992	3	アサヒビール食品株式会社設立(現アサヒグループジャパン傘下、アサヒグループ食品株式会社)
1994	1	現地ビール会社への資本参加を通じて中国への本格進出開始
1994	3	アサヒビール薬品株式会社設立(現アサヒグループジャパン傘下、アサヒグループ食品株式会社)
1997	10	グループ全体の研究開発拠点として、研究開発センターを開設
1998	4	アサヒビールU.S.A.社設立(現Asahi Europe & International傘下)
1998	11	日本の全工場で廃棄物100%再資源化達成
1998	12	日本のビール市場でシェア首位の座を獲得(年間課税数量より)
2001	4	ニッカウキスキー株式会社を完全子会社化（1954年から資本参加）
2001	9	アサヒの森、国際的な森林承認(FSC認証)を取得
2001	12	日本のビール・発泡酒市場でシェア首位の座を獲得
2002	7	アサヒビール食品株式会社とアサヒビール薬品株式会社を統合し、アサヒフードアンドヘルスケア株式会社を設立 (現アサヒグループジャパン傘下、アサヒグループ食品)

M&A、資本参加、業務提携

ESG関連

年	月	主な出来事
2002	8	アサヒビール株式会社とオリオンビール株式会社による包括的業務提携の合意
2002	9	協和発酵工業株式会社、旭化成株式会社から焼酎・低アルコール飲料事業を譲受
2003	1	アサヒフードアンドヘルスケア株式会社、ポーラフーズ株式会社を統合(現アサヒグループジャパン傘下、アサヒグループ食品)
2004	4	「康師傳控股有限公司」と飲料事業の合併会社設立
2004	11	韓国ロッテグループの酒類販売会社に出資し「株式会社ロッテアサヒ酒類」設立
2005	5、6	チルド飲料メーカーの「株式会社エルビー・埼玉」「飲料メーカーの株式会社エルビー・名古屋」の株式をカネボウ株式会社より譲受
2006	5	ベビーフード国内最大手の「和光堂株式会社」の株式取得(現アサヒグループジャパン傘下、アサヒグループ食品)
2008	4	「アサヒ飲料株式会社」を完全子会社化
2008	5	2023年満期ユーロ円建取得条項付転換社債型新株予約権付社債及び 2028年満期ユーロ円建取得条項付転換社債型新株予約権付社債発行
2008	7	「天野実業株式会社」の株式取得(現アサヒグループジャパン傘下、アサヒグループ食品)
2009	4	「青島啤酒」の発行済み株式の19.99%を取得
2009	4	豪州飲料会社「シュウェップス・オーストラリア」の全株式取得(現Asahi Holdings (Australia) 傘下)、オセアニア市場へ本格参入
2010	3	「環境ビジョン2020」ならびに「生物多様性宣言」を策定
2011	7	アサヒビール株式会社から純粋持株会社「アサヒグループホールディングス株式会社」へ商号変更 日本酒類事業を担うアサヒビール株式会社を新たに設立(現アサヒグループジャパン傘下)
2011	9	ニュージーランド酒類大手「Flavoured Beverages Group Holdings Limited」の株式取得(現Asahi Holdings (Australia) 傘下)
2011	9	ニュージーランド飲料会社「Charlie's Group Limited」の株式取得(現Asahi Holdings (Australia) 傘下)
2011	9	豪州飲料会社「P&N Beverages Australia」からミネラルウォーター類及び果汁飲料事業を取得(現Asahi Holdings (Australia) 傘下)
2011	11	マレーシア飲料会社「Permanis Sdn. Bhd.」の株式取得(現Asahi Holdings Southeast Asia傘下)、東南アジア市場へ本格参入
2012	7	「PT INDOFOOD CBP SUKSES MAKMUR TBK」とのインドネシアにおける清涼飲料の製造及び販売を行う合併会社の契約締結
2012	10	カルピス株式会社 株式取得(現アサヒグループジャパン傘下、アサヒ飲料など) マレーシア食品会社「Etika International Holdings Limited」より「東南アジアにおける乳製品関連事業」の
2014	6	株式取得(現Asahi Holdings Southeast Asia傘下) 2023年満期ユーロ円建取得条項付転換社債型新株予約権付社債及び
2014	8	2028年満期ユーロ円建取得条項付転換社債型新株予約権付社債の取得及び消却
2015	7	「コーポレートガバナンス・ガイドライン」の策定
2016	1	アサヒフードアンドヘルスケア株式会社、和光堂株式会社、天野実業株式会社の食品事業3社を「アサヒグループ食品株式会社」に集約
2016	10	旧SAB Miller社のイタリア、オランダ、英国事業の取得(現Asahi Europe & International傘下)、欧州市場に本格参入
2017	3	旧SAB Miller社の中東欧5か国のビール事業の取得(現Asahi Europe & International傘下)
2017	3	アサヒバイオサイクル株式会社を設立

M&A、資本参加、業務提携

ESG関連

年	月	主な出来事
2017	6	「康師傅飲品控股有限公司」の株式譲渡契約締結
2017	11	「株式会社エルピー」の株式譲渡契約締結
2017	12	「青島啤酒」の株式譲渡契約締結
2017	12	インドネシア飲料合併事業「PT Asahi Indofood Beverage Makmur」「PT Indofood Asahi Sukses Beverage」の株式譲渡契約締結
2018	4	2050年までにサプライチェーン全体でCO2排出量ゼロを目指す中長期目標「アサヒカーボンゼロ」を設定
2019	1	全ての企業活動の基盤となるグループ理念「Asahi Group Philosophy」を施行
2019	1	「酒類を取り扱う企業グループとしての飲酒に関する基本方針」策定
2019	2	アサヒグループ環境ビジョン2050「『ニュートラル&プラス』の発想で自然の恵みを次世代につなぐ」を策定
2019	4	アサヒクオリティードイノベーションズ株式会社を設立
2019	4	英国Fuller, Smith & Turner P.L.C.のプレミアムビール・サイダー事業の取得（現Asahi Europe & International傘下）
2019	5	「気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）」提言への賛同を表明
2019	5	「アサヒグループ人権方針」を策定
2020	6	AB InBev社の豪州事業（CUB事業）取得（現Asahi Holdings（Australia）傘下）
2020	9	CUB事業取得に係るファイナンスプランの一環として、公募による新株式発行、自己株式の処分、株式の売出しを実施
2020	10	日本の食品企業で初めてグリーンボンドを発行
2021	4	Asahi Super DryがRugby World Cup2023年フランス大会オフィシャルビールに決定
2021	12	「ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン ステートメント」策定
2022	1	日本を総括する地域統括会社アサヒグループジャパンを設立し、4 Regional Headquarters体制に移行
2022	1	日本のサステナビリティ事業を展開するアサヒユウアス株式会社が事業開始
2022	8	シティ・フットボール・グループとグローバルパートナーシップを締結 Asahi Super Dryは同グループ傘下4チームの「オフィシャルビールパートナー」に決定
2023	1	スタートアップ投資ファンドAsahi Group Beverages & Innovation Fundを米国に設立し運営開始
2023	2	「アサヒグループ環境ビジョン2050」を改定
2023	8	グローバル調達組織のAsahi Global Procurement Pte. Ltd.を設立
2024	4	Group CxOの設置・Region CEOのグループ経営への参画を開始
2024	6	FLAG排出量を含めたSBTネットゼロ認定取得
2024	10	株式分割（1株につき3株の割合）を実施
2025	3	指名委員会等設置会社へ移行
2025	4	オセアニアと東南アジアのRHQを統合し、3RHQ体制へ移行

M&A、資本参加、業務提携

ESG関連

財務データ

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
損益計算書 (億円)							
売上収益	20,890	20,278	22,361	25,111	27,691	29,394	28,947
売上収益 (酒税抜き)	16,109	15,640	17,342	19,478	21,764	23,237	22,911
事業利益 ※1	2,130	1,678	2,179	2,438	2,637	2,851	2,630
営業利益	2,014	1,352	2,119	2,170	2,450	2,691	1,859
EBITDA ※2	3,048	2,694	3,285	3,624	3,894	4,190	4,022
税引前当期利益	1,974	1,254	1,998	2,060	2,419	2,670	1,793
当期利益	1,413	926	1,538	1,517	1,660	1,932	1,228
親会社の所有者に帰属する当期利益	1,422	928	1,535	1,516	1,641	1,921	1,216
調整後親会社の所有者に帰属する当期利益※3	1,422	928	1,546	1,654	1,656	1,830	1,470
経営指標(※4)							
事業利益率 (酒税込み)	10.2%	8.3%	9.7%	9.7%	9.5%	9.7%	9.1%
事業利益率 (酒税抜き)	13.2%	10.7%	12.6%	12.5%	12.1%	12.3%	11.5%
EPS (円) ※5	103.4	65.5	100.9	99.7	107.9	126.7	81.3
調整後EPS (円) ※5、6	103.4	65.5	100.9	108.8	108.9	120.7	98.3
1株当たり年間配当金 (円) ※5	33.3	35.3	36.3	37.6	40.3	49.0	52.0
ROE	11.9%	6.7%	9.4%	7.9%	7.3%	7.5%	4.3%
調整後ROE ※7	13.0%	7.5%	11.0%	11.1%	10.3%	10.7%	8.4%
Net DEレシオ ※8、9	0.72	0.98	0.73	0.59	0.46	0.37	0.50
Net Debt/EBITDA ※9	2.93	6.03	4.24	3.61	3.08	2.49	3.70
配当性向	32.2%	53.9%	36.0%	37.8%	37.4%	38.7%	64.0%
調整後配当性向 ※10	32.2%	53.9%	35.7%	34.6%	37.0%	40.6%	52.9%
フリー・キャッシュ・フロー (FCF) ※11	1,681	1,968	3,191	2,011	2,520	3,060	△434

※1：事業利益とは、売上収益から売上原価並びに販売費及び一般管理費を控除した恒常的な事業の業績を測る利益指標。

※2：EBITDAは、事業利益に無形資産償却費及び減価償却費を加えた金額。

※3：親会社の所有者に帰属する当期利益から事業ポートフォリオ再構築及び減損など一時的な特殊要因を控除したもの。

※4：事業ポートフォリオの再構築及び減損など一時的な特殊要因を除くベースの数値を使用

※5：2024年10月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割を実施。2023年度以前は前年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定して、数値を算出。

※6：調整後親会社の所有者に帰属する当期利益に基づいて算出。

※7：調整後親会社の所有者に帰属する当期利益を親会社の所有者に帰属する持分合計（但し、在外営業活動体の換算差額とその他の包括利益を通じて公正価値で測定される金融商品への投資の公正価値の変動などを控除したもの）で除して算出。

※8：2020年～2024年は、資本に劣後債残高（3,000億円）の50%を付加して算出。

※9：2020年～2024年は、劣後債残高（3,000億円）の50%を、Net Debtから控除して算出。

※10：調整後EPSに基づいて算出。

※11：フリー・キャッシュ・フロー（FCF）＝営業CF－投資CFで算出。M&A等の事業再構築の影響は除く。

財務・経営指標 ②

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
財政状態計算書（億円）							
流動資産	7,351	6,891	7,002	7,375	8,470	8,579	10,277
現金及び現金同等物	485	485	527	374	599	840	1,564
営業債権及びその他の債権	4,076	3,789	3,960	4,157	4,656	4,403	5,020
棚卸資産	1,717	1,832	2,008	2,350	2,673	2,714	3,032
非流動資産	24,057	37,503	38,476	40,928	44,390	45,455	50,007
のれん及び無形資産	13,984	27,020	28,196	30,279	32,839	33,539	36,579
資産合計	31,408	44,394	45,477	48,303	52,859	54,034	60,284
流動負債	10,757	16,527	12,429	12,659	13,970	15,103	18,019
社債及び借入金（流動）	4,083	9,248	4,237	3,673	3,898	4,511	8,388
非流動負債	8,168	12,689	15,457	15,015	14,232	12,190	12,180
社債及び借入金（長期）	5,350	8,989	11,726	11,300	10,210	8,280	8,054
負債合計	18,925	29,216	27,886	27,674	28,201	27,294	30,199
資本合計	12,483	15,178	17,591	20,629	24,658	26,741	30,085
キャッシュフロー計算書（億円）							
営業キャッシュ・フロー	2,535	2,759	3,378	2,660	3,475	4,037	1,110
投資キャッシュ・フロー	△1,037	△12,434	△143	△692	△1,177	△1,187	△2,067
財務キャッシュ・フロー	△1,588	9,568	△3,203	△2,196	△2,267	△2,728	1,259
換算差額等	2	107	11	74	200	117	421
現金及び現金同等物の増減額	△88	△0	43	△153	225	240	724
設備投資・減価償却（億円）							
設備投資 ※1	861	845	882	1,056	1,169	1,368	1,434
減価償却費 ※1	707	761	795	850	888	944	990

※1：設備投資及び減価償却費には、リース資産及び子会社取得時の商標権は含まず。

事業セグメント別実績①

● 売上収益推移

	2019	2020	2021
酒類事業	8,869	7,583	7,221
飲料事業	3,769	3,534	3,578
食品事業	1,290	1,235	1,259
国際事業	6,985	7,930	10,176
その他・調整額等	△2,041	△2,023	△1,894
合計	20,890	20,278	22,361

※2022年、及び2025年に開示セグメントを変更。

	2022	2023	2024
日本	13,017	13,629	13,629
欧州	5,739	6,887	7,810
オセアニア	5,832	6,522	7,154
東南アジア	517	578	661
その他・調整額等	△2,015	△1,947	△1,223
合計	25,111	27,691	29,394

	(億円)	
	※2024	2025
日本・東アジア	13,781	13,272
欧州	7,628	7,682
アジアパシフィック	7,828	7,832
その他・調整額等	157	161
合計	29,394	28,947

*移管後ベース
(参考値)

● 事業利益推移

	2019	2020	2021
酒類事業	1,055	804	708
飲料事業	334	278	331
食品事業	137	110	114
国際事業	1,023	941	1,606
無形資産償却費	△212	△255	△311
その他・調整額等	△208	△200	△269
合計	2,130	1,678	2,179

※2022年、及び2025年に開示セグメントを変更。

	2022	2023	2024
日本	1,089	1,195	1,349
欧州	760	851	1,011
オセアニア	1,071	1,106	1,088
東南アジア	6	14	19
無形資産償却費	△336	△369	△394
その他・調整額等	△152	△161	△222
合計	2,438	2,637	2,851

	(億円)	
	※2024	2025
日本・東アジア	1,330	1,116
欧州	1,046	1,131
アジアパシフィック	1,090	1,075
無形資産償却費	△394	△403
その他・調整額等	△221	△289
合計	2,851	2,630

*移管後ベース
(参考値)

事業セグメント別実績②

● 設備投資推移

	2019	2020	2021
酒類事業	219	241	178
飲料事業	179	134	106
食品事業	55	38	45
国際事業	367	374	479
その他・調整額等	41	58	73
合計	861	845	882

※2022年、及び2025年に開示セグメントを変更。

※設備投資には、リース資産及び子会社取得時の商標権は含まず。

	2022	2023	2024
日本	420	470	526
欧州	456	504	554
オセアニア	159	165	247
東南アジア	8	8	11
その他・調整額等	13	22	30
合計	1,056	1,169	1,368

	(億円)	
	※2024	2025
日本・東アジア	531	583
欧州	550	501
アジアパシフィック	257	306
その他・調整額等	30	44
合計	1,368	1,434

*移管後ベース
(参考値)

● 減価償却推移

	2019	2020	2021
酒類事業	220	212	207
飲料事業	106	120	121
食品事業	38	41	37
国際事業	302	351	392
その他・調整額等	42	37	37
合計	707	761	795

※2022年、及び2025年に開示セグメントを変更。

※減価償却費には、リース資産及び子会社取得時の商標権は含まず。

	2022	2023	2024
日本	406	400	394
欧州	244	295	344
オセアニア	161	157	168
東南アジア	18	15	15
その他・調整額等	20	21	22
合計	850	888	944

	(億円)	
	※2024	2025
日本・東アジア	398	418
欧州	341	352
アジアパシフィック	184	197
その他・調整額等	22	22
合計	944	990

*移管後ベース
(参考値)

事業セグメント別実績③

● のれん及び無形資産

(億円)

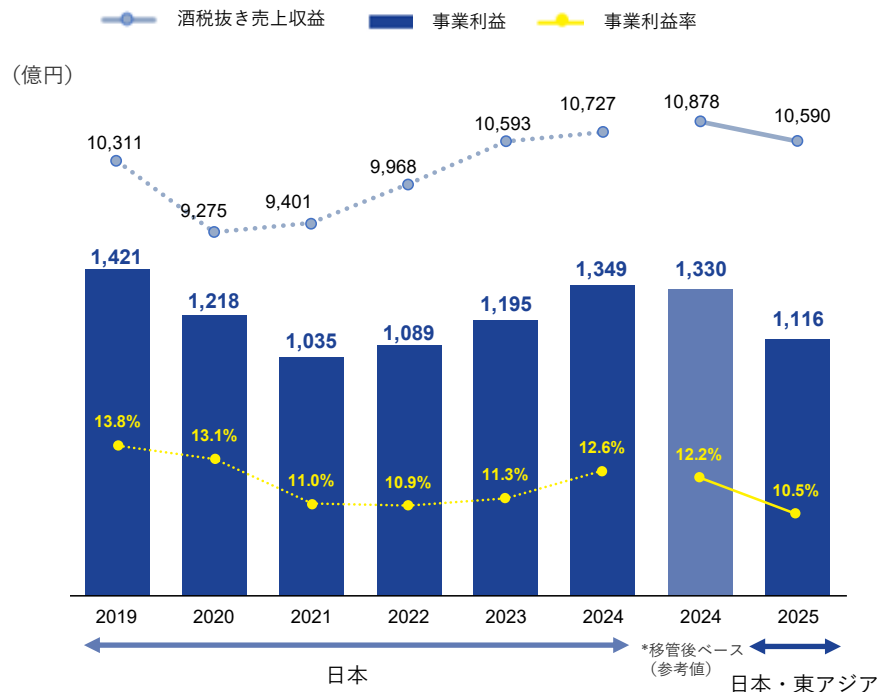
	のれん・無形資産(*1)			
	内 訳	償却期間	2025年末残	備 考
日本・東アジア	のれん		597	} 一部外貨ベース(*2)
	無形資産	15-40	260	
欧州	のれん	-	8,807	}
	無形資産	5-40	7,726	
アジアパシフィック	のれん	-	14,702	} 外貨ベース(*2)
	無形資産	5-40	3,640	
その他	のれん		1	}
	無形資産		0	
合計	のれん		24,107	
	無形資産		11,626	

(*1) 上記の無形資産は、買収にかかる無形資産（商標権等）を集計しているため、連結財政状態計算書の「のれん及び無形資産」の金額とは一致せず。

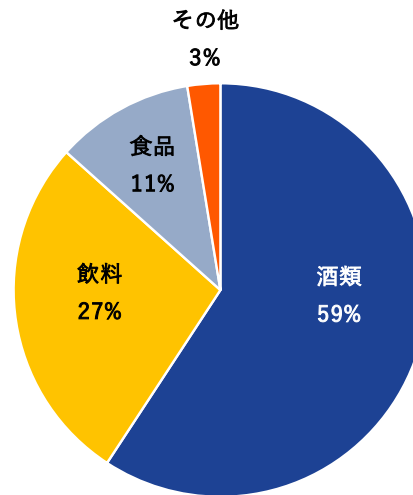
(*2) 為替変動の影響により変動。

事業データ

● 売上収益・事業利益率推移



● 売上収益構成比 (2025年)



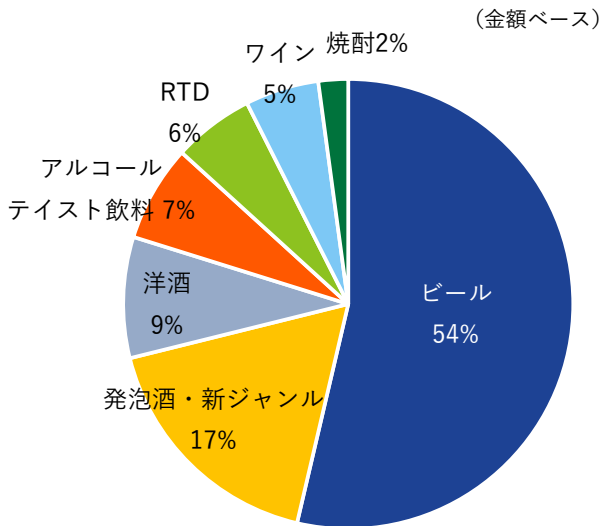
※2019年・2020年は、日本統括会社設立前の概算値

※2025年4月よりRHQ体制を変更。「欧州」に含まれていた東アジア酒類が「日本」に移管され、「日本・東アジア」に名称変更

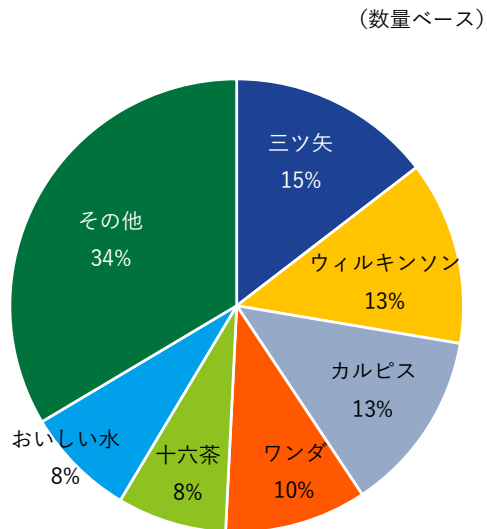
※「その他」は「欧州」より移管した東アジア酒類を含む

日本・東アジア：カテゴリー別構成比

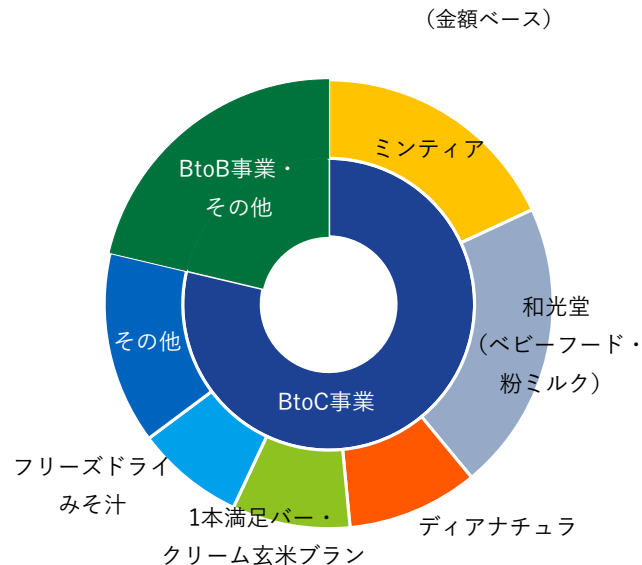
● 日本酒類（2025年）



● 日本飲料（2025年）



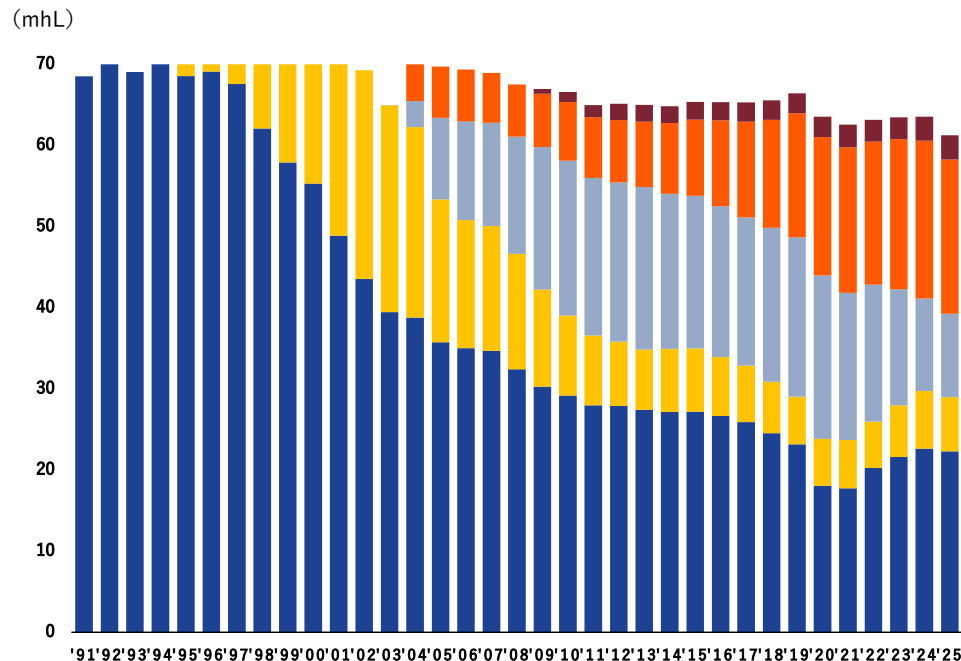
● 日本食品（2025年）



※日本（飲料）の「その他」はプライベートブランド等を含む

日本（酒類）：市場データ

● ビール類・RTD・ビールテイスト飲料市場 販売数量推移



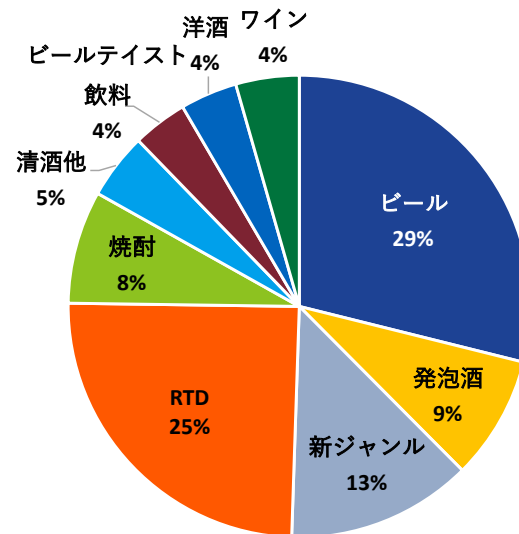
※出典：当社推計

※RTDは2004年以降を掲載

■ビール ■発泡酒 ■新ジャンル

■RTD ■ビールテイスト飲料

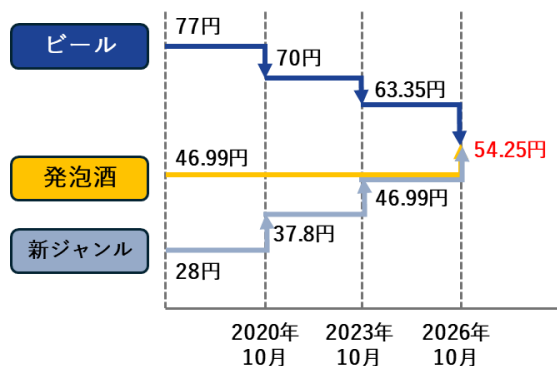
● 酒類市場 販売数量構成比（2025年）



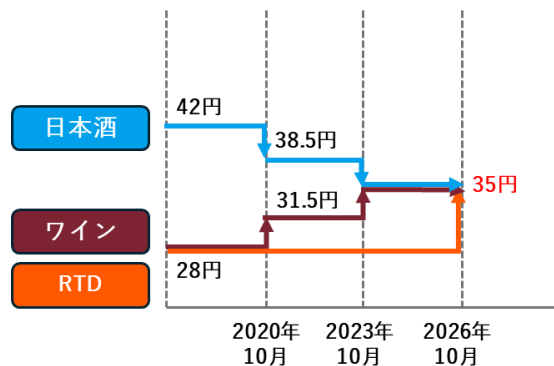
※出典：当社推計

● 酒税改正の流れ ※350mlあたりの税額

< ビール類 >

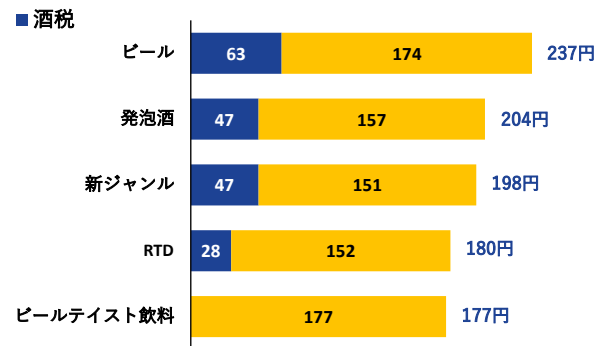


< 日本酒・ワイン・RTD >



※焼酎 及び 洋酒は改正無し

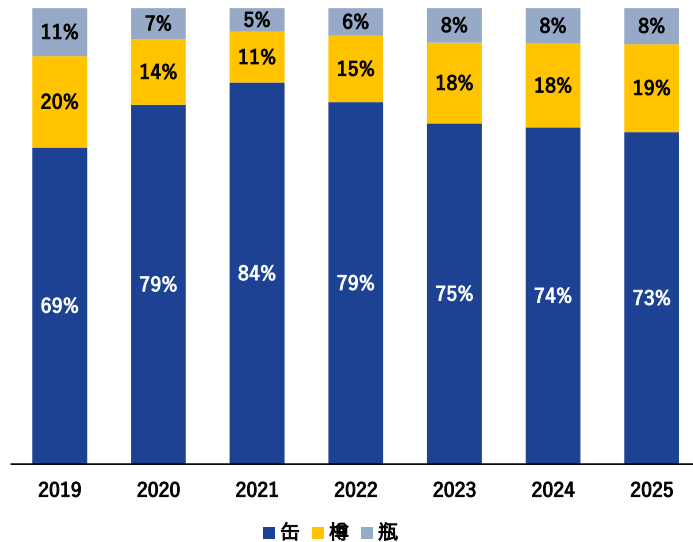
● 酒税比較 ※350mlあたりの税額



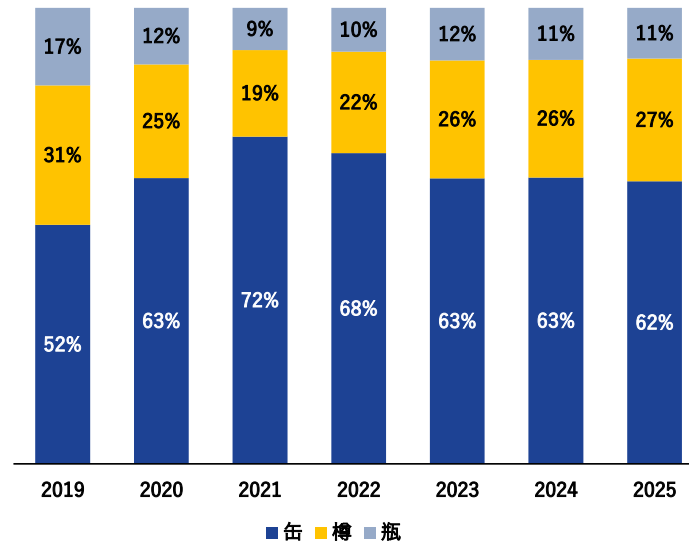
※各グラフ右端に記載の価格は、
大手CVSチェーンにおける店頭価格イメージ
(消費税込み、2025年末時点)

- 当社 容器別販売数量構成比

ビール類計



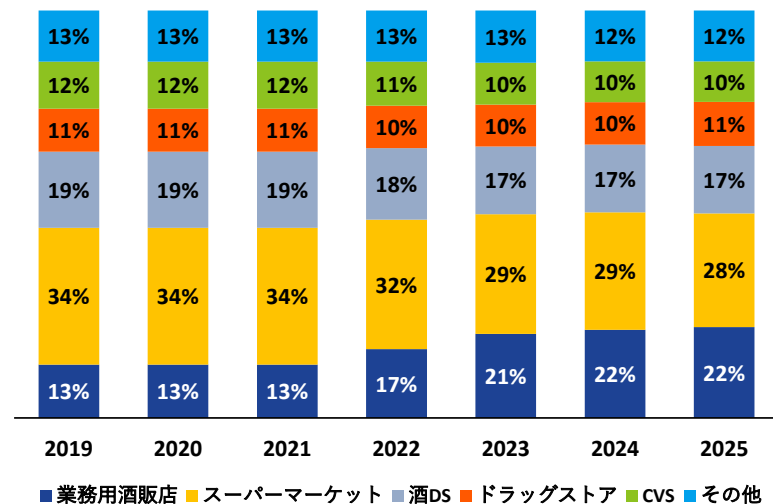
ビール



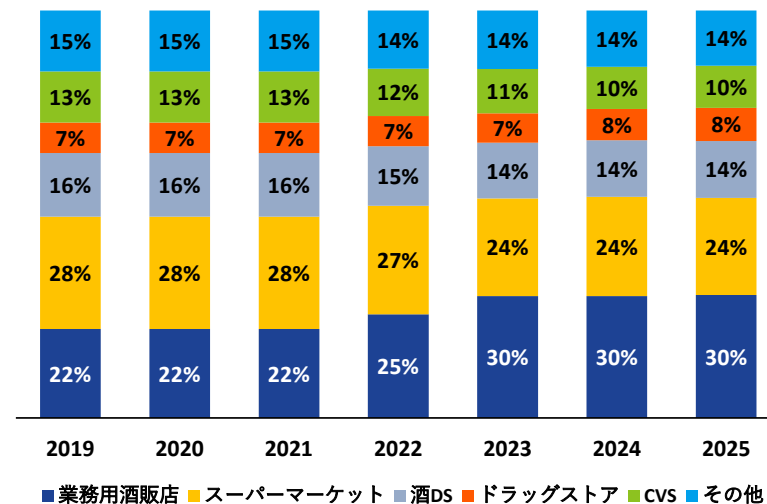
日本（酒類）：当社データ

● 当社 業態別販売数量構成比（当社推定値）

ビール類計



ビール



日本（酒類）：販売動向

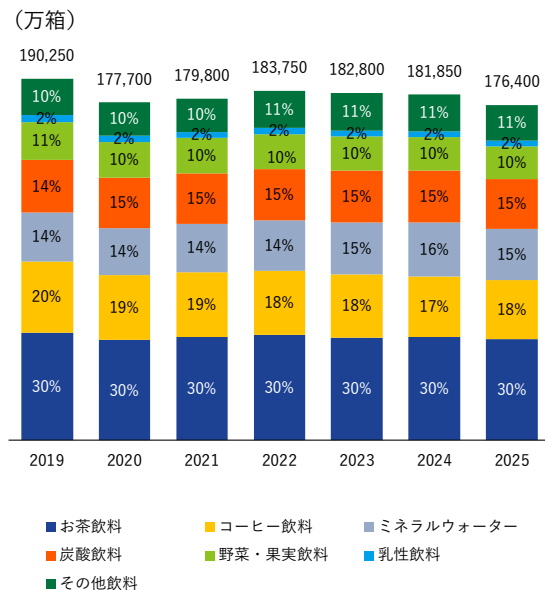
● アサヒビール社 月次販売動向前年比（2024年・2025年）

※出典：市場については当社推計

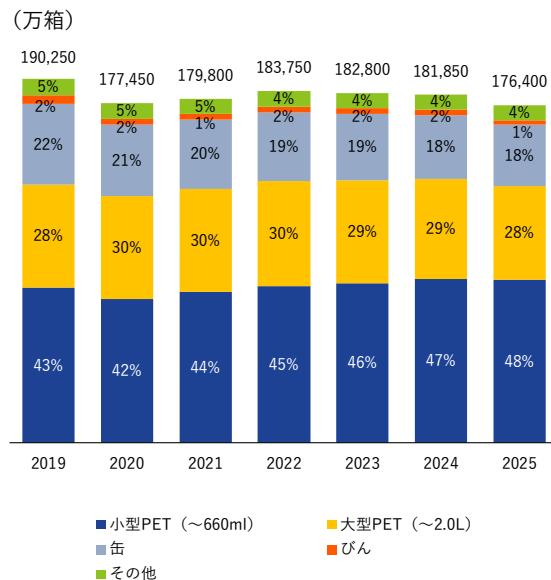
2025年		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	Q1	Q2	上期	Q3	Q4	下期	年間
当社 (金額)	ビール類	△1%	△4%	37%	△33%	△6%	△1%	2%	△6%	1%	5%	△19%	△16%	12.7%	△13.4%	△1.9%	△1.1%	△10.5%	△5.8%	△4.0%
	洋酒	△0%	△2%	△1%	20%	14%	6%	21%	△2%	△1%	△20%	△40%	△31%	△1.0%	12.9%	5.4%	5.8%	△30.4%	△13.5%	△4.7%
	RTD	24%	7%	91%	△14%	11%	32%	6%	△25%	58%	△53%	△36%	△59%	46.2%	11.5%	25.8%	7.6%	△49.1%	△21.4%	△1.1%
	ワイン	△3%	△15%	5%	△43%	△29%	△26%	△29%	△32%	△19%	△79%	△19%	△59%	△4.3%	△33.5%	△19.4%	△27.3%	△52.1%	△40.9%	△30.1%
	焼酎	△1%	△11%	2%	△15%	△8%	△8%	△10%	△6%	△5%	△75%	△11%	△44%	△3.5%	△10.3%	△7.0%	△7.2%	△43.3%	△26.9%	△17.2%
	アルコールテイスト飲料	27%	21%	53%	△17%	8%	16%	11%	3%	8%	0%	△20%	△17%	35.2%	1.9%	14.6%	7.4%	△12.2%	△1.8%	5.1%
当社 (数量)	スーパードライ	1%	△2%	42%	△43%	△10%	△5%	△3%	△11%	△3%	20%	△25%	△15%	16.0%	△19.3%	△4.2%	△5.7%	△8.0%	△6.8%	△5.7%
	スタイルフリー	4%	△1%	42%	△47%	△13%	△4%	△1%	△10%	△4%	△15%	△3%	△13%	15.7%	△21.1%	△4.2%	△5.1%	△10.3%	△7.8%	△6.1%
	クリアアサヒ	△3%	5%	35%	△52%	△20%	△12%	△7%	△14%	△11%	△10%	△11%	△20%	14.6%	△28.0%	△8.2%	△10.7%	△14.1%	△12.4%	△10.4%
市場 (数量)	ビール													+15~16%	△12~13%	△0~1%	△3~4%	△1~2%	△2~3%	△1~2%
	発泡酒+新ジャンル													+11~12%	△24%程度	△7~8%	△8~9%	△8~9%	△9%程度	△8~9%
	合計													+13~14%	△17~18%	△3~4%	△6%程度	△4~5%	△5~6%	△4~5%
2024年		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	Q1	Q2	上期	Q3	Q4	下期	年間
当社 (金額)	ビール類	11%	14%	△11%	2%	△1%	△10%	△2%	△6%	△19%	6%	△1%	△4%	2.1%	△3.2%	△0.9%	△8.2%	△0.4%	△4.5%	△2.9%
	洋酒	48%	31%	29%	△17%	△9%	△2%	13%	11%	16%	13%	9%	1%	34.1%	△9.4%	9.7%	13.1%	7.0%	9.8%	9.7%
	RTD	△6%	4%	12%	15%	24%	52%	13%	63%	8%	39%	62%	35%	4.6%	30.1%	18.3%	27.6%	44.4%	35.7%	27.6%
	ワイン	△2%	2%	△22%	11%	3%	△8%	5%	0%	△24%	△6%	△26%	△18%	△9.5%	2.0%	△3.9%	△6.7%	△17.9%	△13.2%	△8.8%
	焼酎	5%	3%	△12%	△5%	△11%	△14%	△15%	△21%	△29%	31%	△4%	△6%	△2.5%	△9.7%	△6.4%	△22.0%	3.3%	△10.1%	△8.3%
	アルコールテイスト飲料	14%	23%	1%	44%	27%	17%	30%	28%	25%	32%	21%	12%	11.1%	28.7%	21.4%	27.4%	20.7%	24.2%	23.0%
当社 (数量)	スーパードライ	18%	22%	△10%	8%	6%	△6%	4%	1%	△5%	△7%	△1%	△2%	6.4%	2.0%	3.8%	0.4%	△3.3%	△1.5%	0.8%
	スタイルフリー	△0%	13%	△8%	2%	△0%	△11%	2%	△5%	△33%	71%	13%	△3%	0.9%	△3.1%	△1.3%	△14.4%	18.4%	△0.5%	△0.9%
	クリアアサヒ	0%	△7%	△10%	△15%	△14%	△17%	△14%	△26%	△41%	64%	2%	△9%	△6.8%	△15.3%	△11.6%	△27.6%	10.7%	△12.6%	△12.1%
市場 (数量)	ビール													+9%程度	+5~6%	+7%程度	+6%程度	+0~1%	+3~4%	+4~5%
	発泡酒+新ジャンル													△11%程度	△12~13%	△11~12%	△23~24%	+12~13%	△9~10%	△10~11%
	合計													△1~2%	△3~4%	△2~3%	△9~10%	+5~6%	△2~3%	△2~3%

日本（飲料）：市場データ

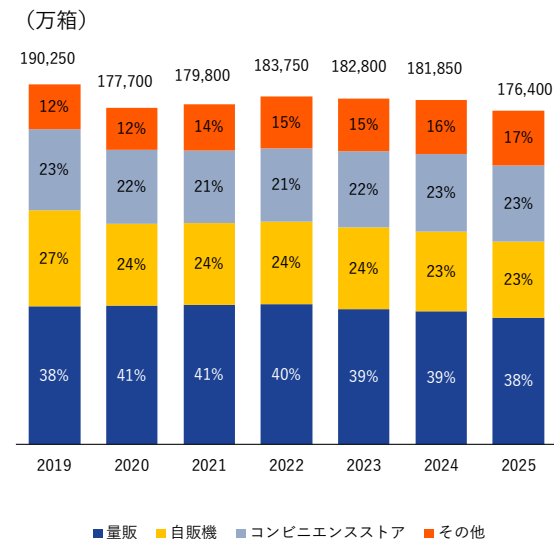
● カテゴリー別構成比推移



● 容器別構成比推移



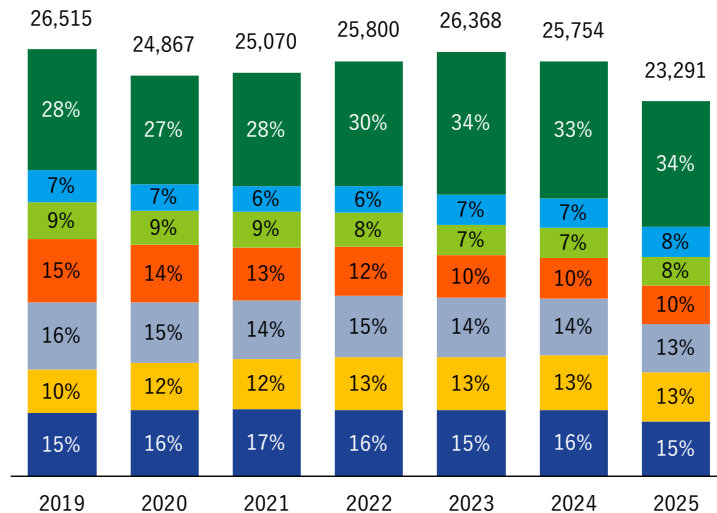
● 業態別構成比推移



出典：飲料総研

● カテゴリー別構成比推移

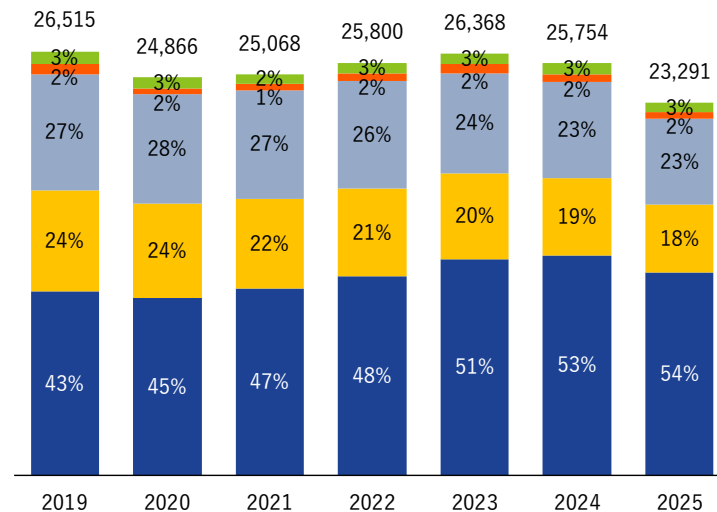
(万箱)



■ 三ツ矢
■ ワンダ
■ その他
■ ウィルキンソン
■ 十六茶
■ カルピス
■ おいしい水

● 容器別構成比推移

(万箱)



■ 小型PET (～660ml)
■ 缶
■ その他
■ 大型PET (～2.0L)
■ びん

日本（飲料）：販売動向

● アサヒ飲料社 月次販売動向前年比（2025年・2024年）

※出典：市場については当社推計

2025年		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	Q1	Q2	上期	Q3	Q4	下期	年間
当社 (数量)	三ツ矢	△10%	△9%	△1%	△19%	△14%	4%	△9%	△17%	△12%	△58%	△47%	△42%	△6.3%	△10.0%	△8.4%	△12.6%	△49.5%	△26.0%	△17.7%
	ウィルキンソン	△10%	△7%	0%	△11%	△1%	3%	△3%	△10%	△5%	△35%	△23%	△23%	△5.0%	△2.6%	△3.6%	△5.9%	△26.8%	△14.6%	△9.4%
	カルピス	△3%	△13%	4%	△11%	△5%	△4%	△4%	△10%	△6%	△57%	△45%	△36%	△4.2%	△6.6%	△5.6%	△6.4%	△45.4%	△22.1%	△14.2%
	ワンダ	△10%	△7%	16%	17%	△1%	10%	△3%	11%	△41%	△35%	△26%		0.8%	9.0%	5.2%	1.9%	△33.8%	△17.3%	△6.3%
	十六茶	3%	12%	18%	△12%	30%	30%	9%	△1%	12%	△60%	△50%	△54%	11.6%	16.4%	14.3%	6.1%	△54.7%	△18.5%	△3.5%
	おいしい水	△27%	△8%	1%	1%	21%	41%	40%	△13%	19%	△40%	△31%	△32%	△11.2%	20.2%	5.3%	12.4%	△34.2%	△7.0%	△1.0%
	合計	△6%	△6%	5%	△7%	0%	9%	1%	△8%	△2%	△48%	△34%	△31%	△1.9%	0.8%	△0.4%	△2.7%	△37.4%	△17.8%	△9.6%
市場 (数量)	合計													△3%程度	△2%程度	△2%程度	△3%程度	△3%程度	△4%程度	△3%程度

2024年		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	Q1	Q2	上期	Q3	Q4	下期	年間
当社 (数量)	三ツ矢	5%	20%	△5%	11%	9%	△5%	5%	3%	1%	0%	△20%	△8%	4.6%	4.9%	4.8%	2.9%	△9.7%	△2.1%	1.1%
	ウィルキンソン	6%	10%	△8%	5%	2%	△2%	0%	8%	2%	0%	△14%	7%	1.2%	1.4%	1.3%	3.3%	△2.7%	0.7%	1.0%
	カルピス	2%	△10%	△10%	8%	△2%	△1%	△6%	△9%	△4%	△8%	△9%	△15%	△0.1%	1.6%	0.9%	△6.5%	△10.8%	△8.3%	△4.1%
	ワンダ	△8%	△15%	△18%	△20%	16%	△8%	10%	4%	2%	△6%	0%	△2%	△14.2%	△6.0%	△10.0%	5.2%	△2.7%	0.8%	△4.8%
	十六茶	15%	46%	△17%	31%	△2%	△3%	△3%	3%	△10%	△6%	△14%	△8%	8.5%	7.2%	7.8%	△3.2%	△9.4%	△5.8%	△0.1%
	おいしい水	26%	15%	3%	25%	△10%	△9%	△17%	21%	△6%	△9%	△6%	△15%	14.3%	1.2%	7.0%	△3.8%	△16.8%	△9.7%	△2.3%
	合計	4%	10%	△9%	3%	1%	△5%	△4%	0%	△4%	△6%	△9%	△4%	0.6%	△0.6%	△0.1%	△2.5%	△6.4%	△4.3%	△2.3%
市場 (数量)	合計													前年並み	前年並み	前年並み	前年並み	△2%程度	△1%程度	前年並み

● 酒類

ビール



アサヒスーパードライ



アサヒスーパードライ
生ジョッキ缶



アサヒスーパードライ
ドライクリスタル



アサヒ生ビール



アサヒ ゴールド

発泡酒



アサヒスタイルフリー<生>

新ジャンル



クリア アサヒ

RTD



アサヒ GINON



未来のレモンサワー



アサヒ 贅沢搾り

洋酒



ブラックニッカクリア



ニッカ フロンティア

ノンアルコール



アサヒドライゼロ



アサヒゼロ



未来のノンアル
レモンサワー

● 飲料

炭酸飲料



ミツメ サイダー ウィルキンソン

乳性飲料



カルピス

コーヒー



ワンダ

お茶飲料



十六茶

水



おいしい水

● 食品

菓子



ミンティア

ベビー食品・用品



和光堂

栄養サポート食品・菓子



ディアナチュラ



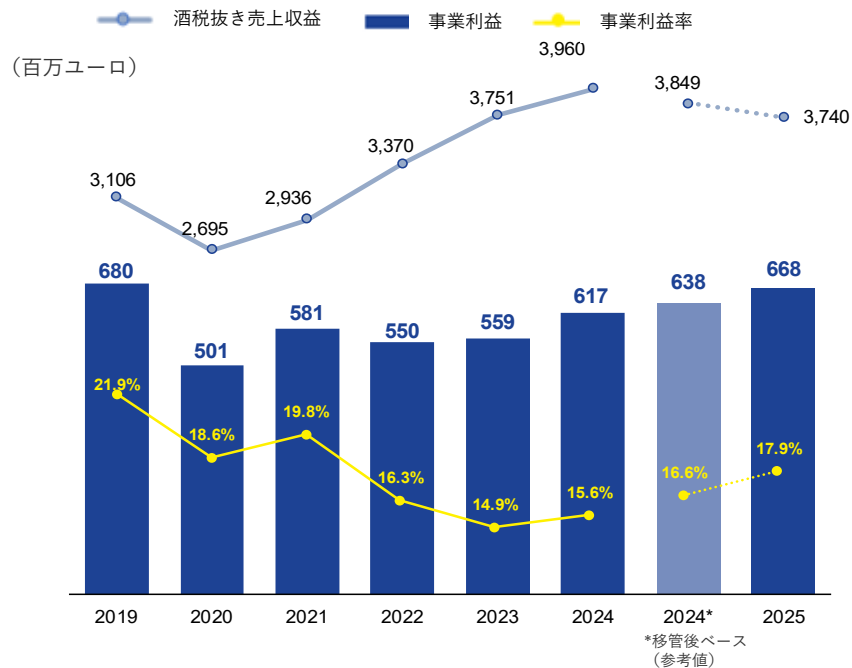
1本満足バー

フリーズドライみそ汁



アマノフーズ

● 売上収益・事業利益率推移

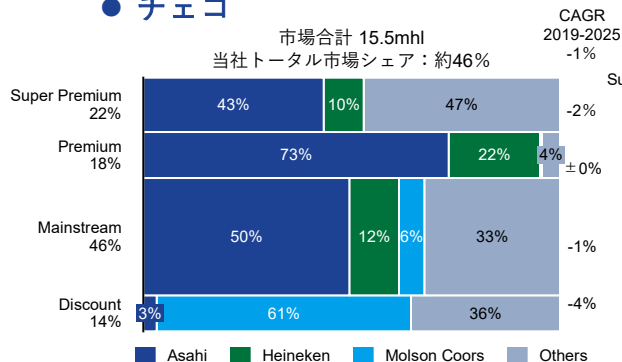


※2025年4月よりRHQ体制変更。東アジア酒類は「日本・東アジア」へ、東南・南アジア酒類は「アジアパシフィック」へ移管

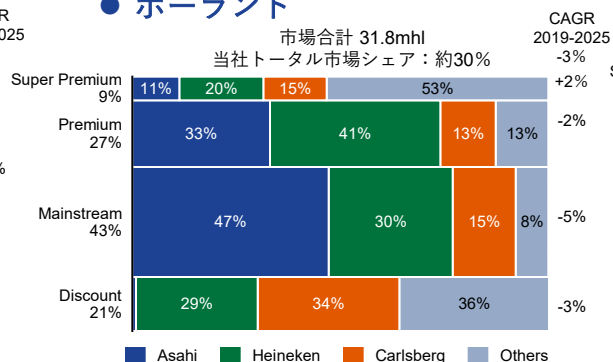
● 売上収益構成比 (2025年)



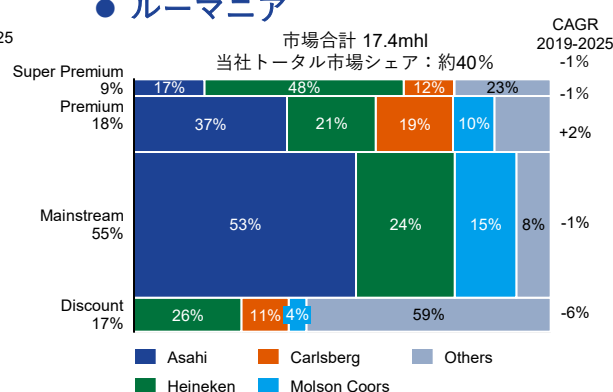
● チェコ



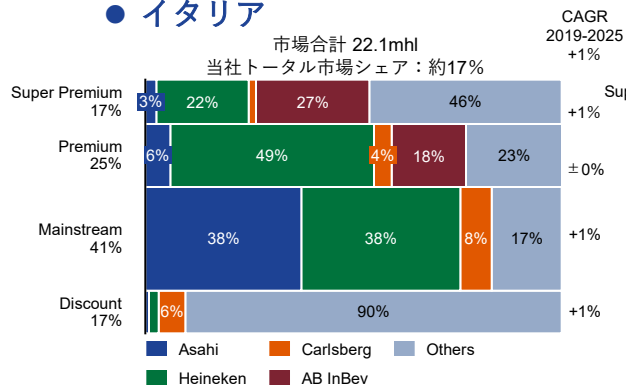
● ポーランド



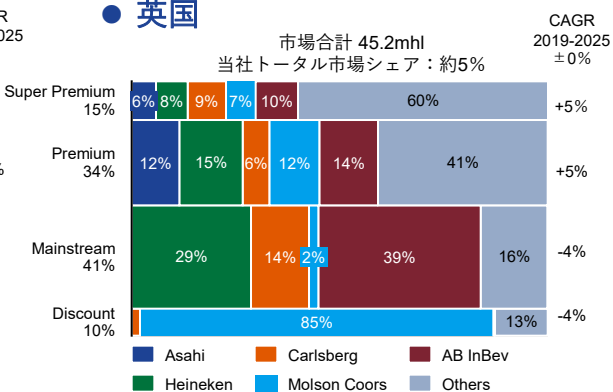
● ルーマニア



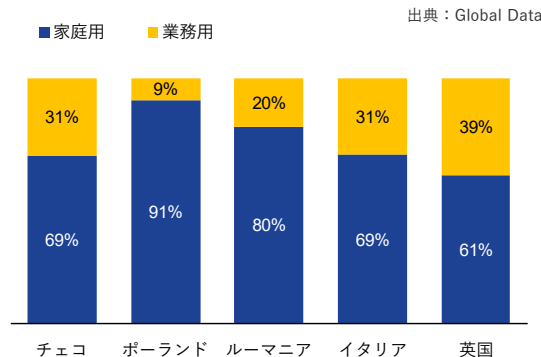
● イタリア



● 英国



● 業態別販売数量構成比（2025年）



the price of the leading brand in the most popular pack type = 100

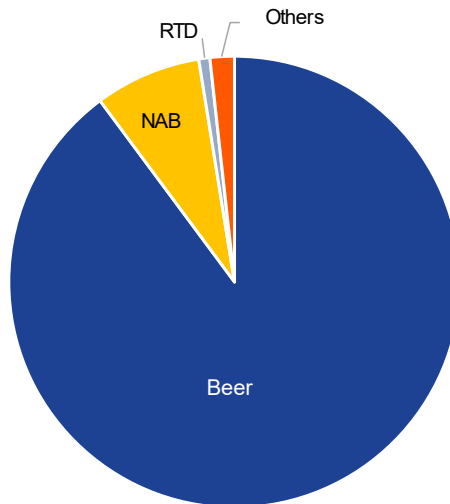
Super Premium > 151, 150 > Premium > 115, 114 > Mainstream > 91, 90 > Discount

※出典：GlobalData（本データは最新の情報に基づき毎年更新され、過去データについて遡及修正が行われる場合があります。そのため、過年度FACTBOOK掲載値との直接比較は不適。）

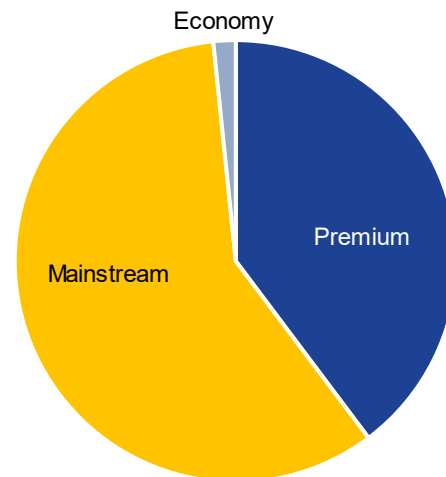
- 国別販売数量構成比（2025年）



- カテゴリー別販売数量構成比（2025年）



- 価格帯別販売数量構成比（2025年）



● チェコ



Pilsner Urquell
(Super Premium)



Radegast
(Premium)



Kozel
(Mainstream)

● ポーランド



Lech*
(Premium)



Zubr
(Mainstream)



Tyskie
(Mainstream)

● ルーマニア



Ursus*
(Premium)



Timisoreana*
(Mainstream)



Ciucas
(Mainstream)

● イタリア



Peroni Nastro
Azzurro*
(Premium)



Raffo
(Premium)



Peroni
(Mainstream)

● 英国



Peroni Nastro
Azzurro*
(Super Premium)



Asahi
Super Dry*
(Super Premium)



London Pride
(Premium)

● オランダ



Peroni Nastro
Azzurro*
(Premium)



Grolsch*
(Mainstream)

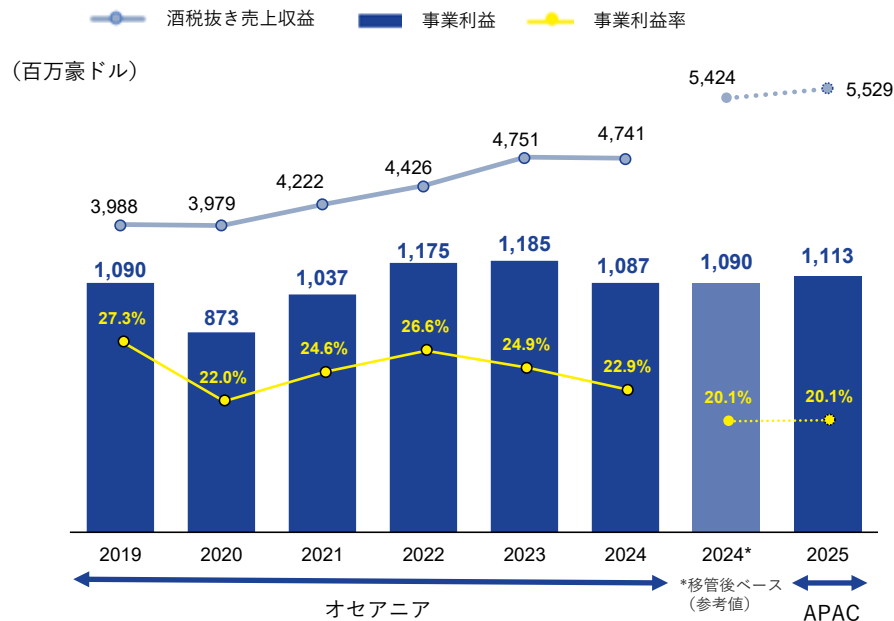


Viper
(Premium)

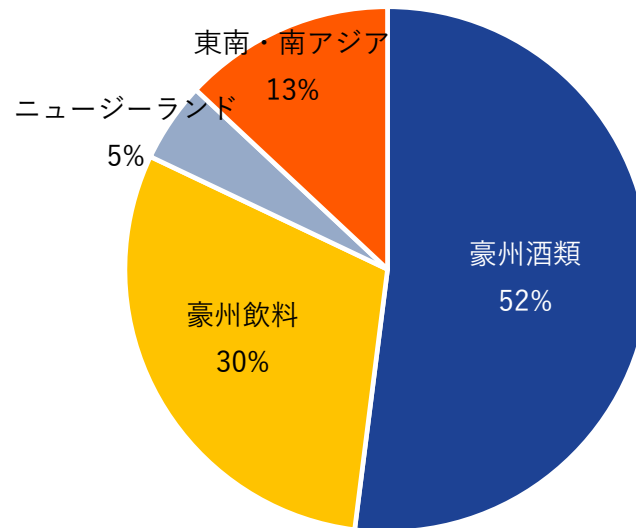
※ ノンアルコールタイプも展開

アジアパシフィック：事業概況

● 売上収益・事業利益率推移



● 売上収益構成比 (2025年)



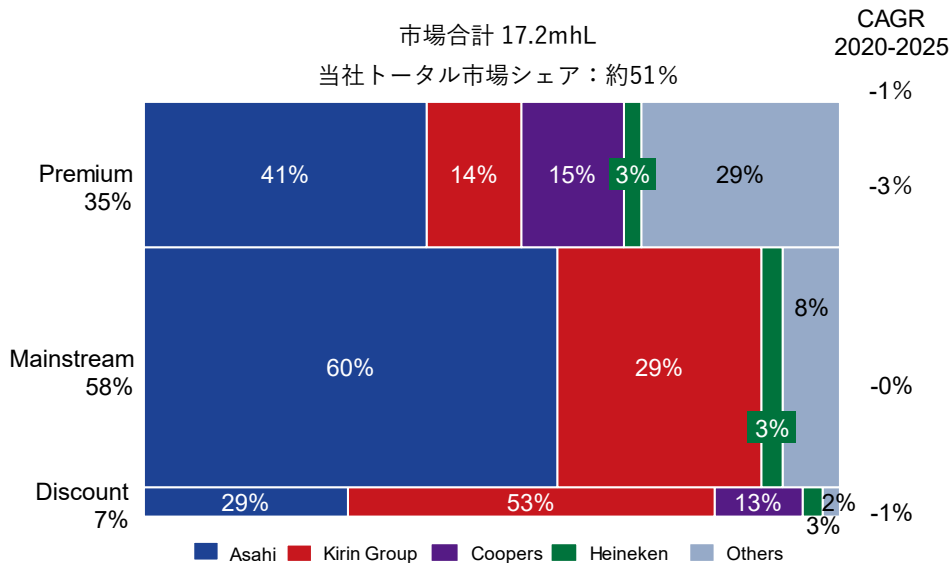
※売上収益は、コンテナデポジット（保証金）除くベース

※2019年、2020年は買収前の豪州CUBの業績を加えたプロフォーマベース

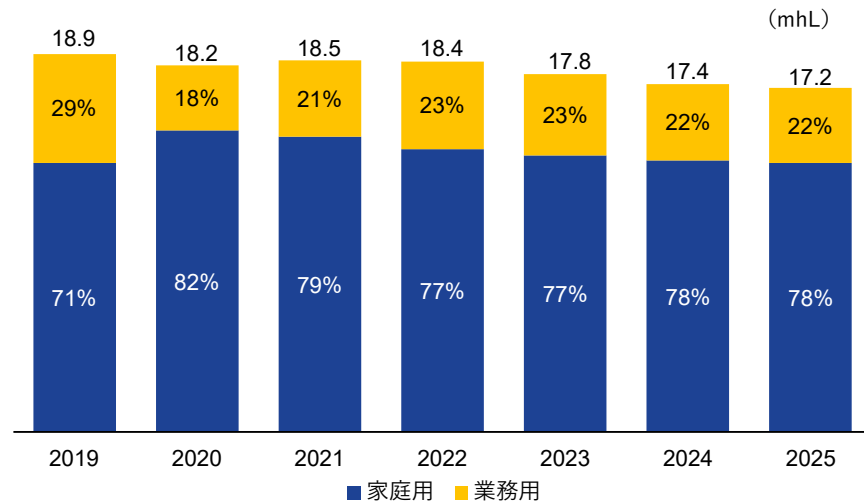
※2025年4月よりRHQ体制変更。「東南アジア（飲料）」と、「欧州」に含まれていた東南・南アジア事業（酒類）が「オセアニア」に移管され、「アジアパシフィック」に名称変更

※酒税・コンテナデポジットを除く売上収益ベース

● 豪州ビール 会社別シェア

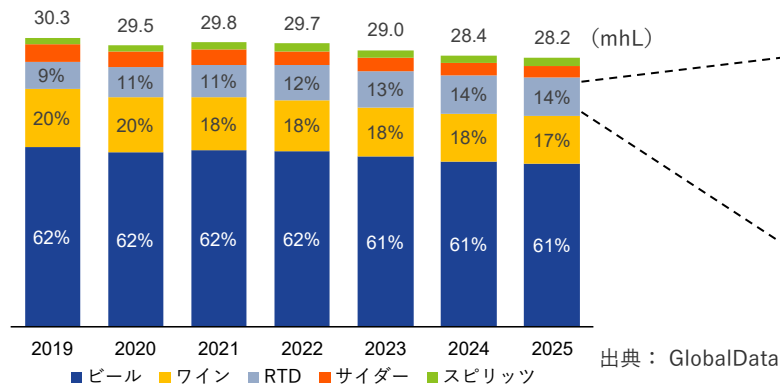


● 豪州ビール 業態別販売数量構成比推移

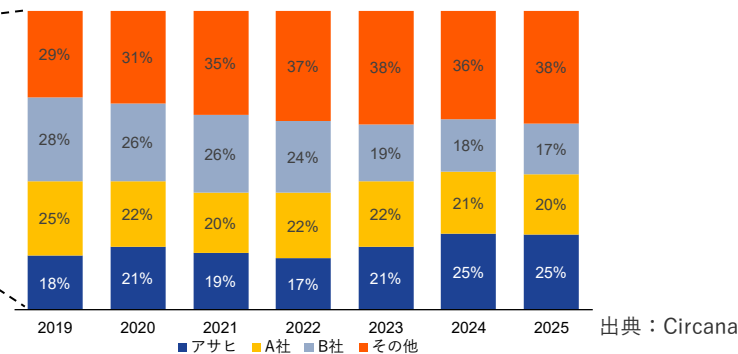


※出典：GlobalData（本データは最新の情報に基づき毎年更新され、過去データについて遡及修正が行われる場合あり。そのため、過年度FACTBOOK掲載値との直接比較は不適。）

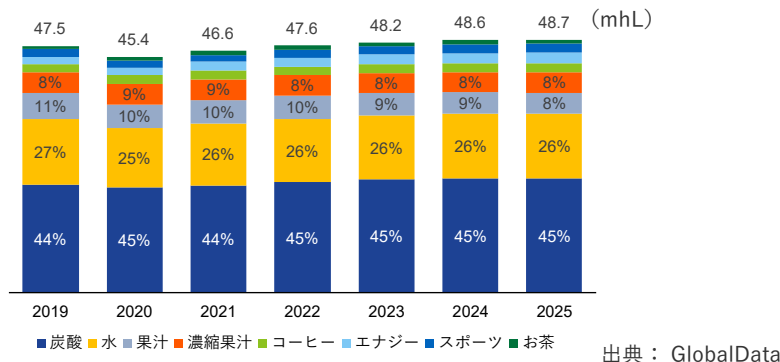
● 豪州酒類 カテゴリー別販売数量構成比推移



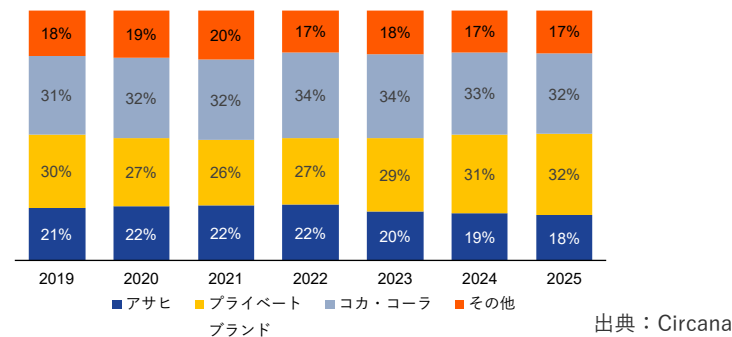
● 豪州RTD 会社別販売数量構成比推移



● 豪州飲料 カテゴリー別販売数量構成比推移



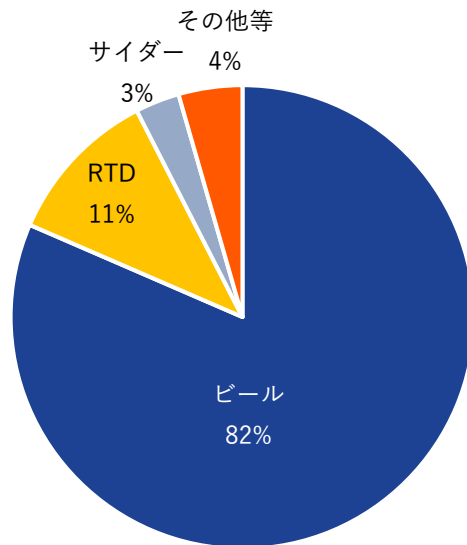
● 豪州飲料 会社別販売数量構成比推移



※GlobalData は最新の情報に基づき毎年更新され、過去データについて遡及修正が行われる場合あり。そのため、過年度FACTBOOK掲載値との直接比較は不適。

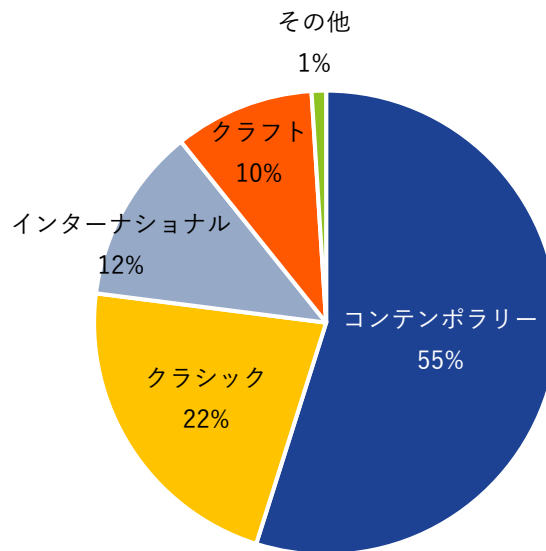
● 豪州酒類事業

カテゴリー別売上収益構成比
(2025年)



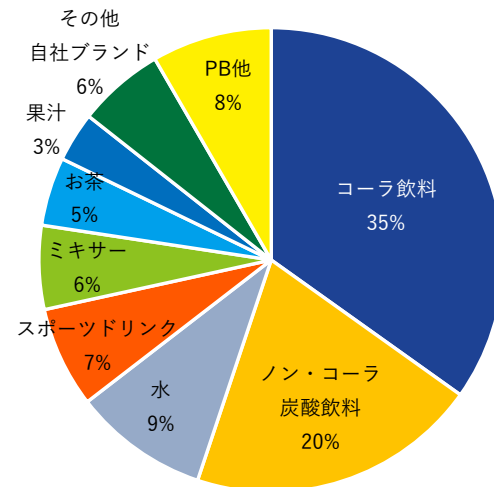
● 豪州ビール

カテゴリー別売上収益構成比
(2025年)



● 豪州飲料事業

カテゴリー別売上収益構成比
(2025年)



アジアパシフィック：主要商品

● オセアニア酒類

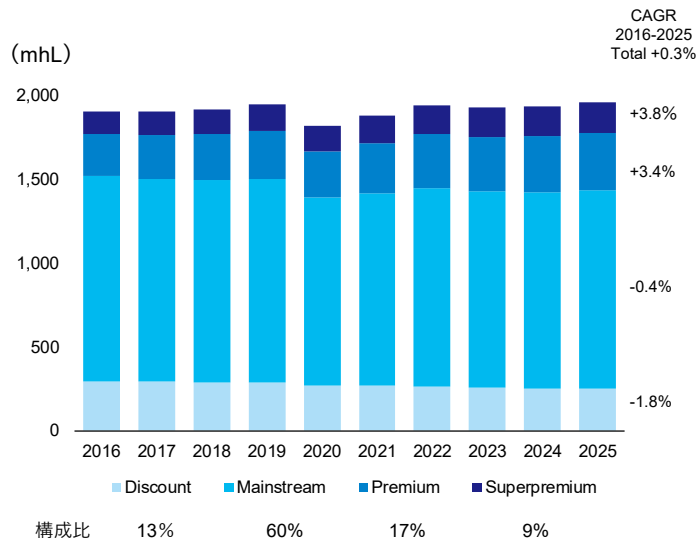
輸入プレミアム	クラフト	コンテンポラリー	クラシック	RTD	スピリッツ
Super Premium	Premium	Mainstream			
					
Asahi Super Dry	Peroni Nastro Azzurro	Balter	Great Northern	Carlton Dry 3.5%	Carlton Draught
					
				Vodka Cruiser	Hard Rated
					
				Long White	Never Never

● オセアニア飲料

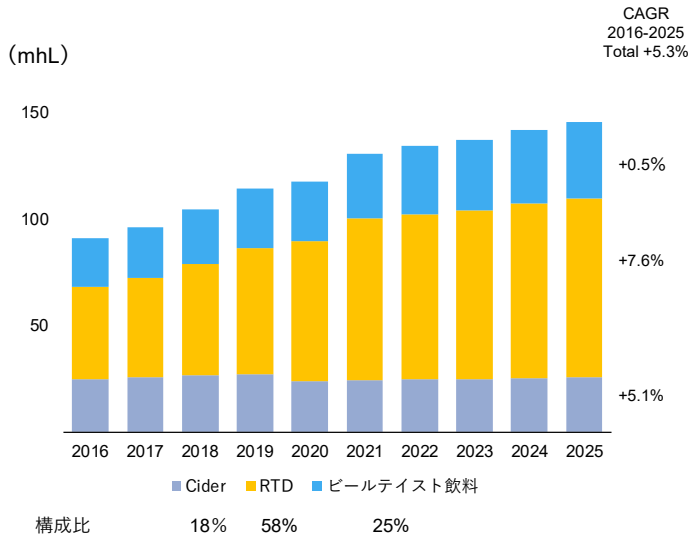
炭酸飲料	スポーツ・エナジー	コーヒー・成人向け炭酸	自社ブランド	ペプシブランド
				
Schweppes	Solo	Pepsi Max*	Gatorade*	Solo Energy
				
				Allpress
				
				StrangeLove
				
				WONDA
				
				CALPIS
				
				Goodday
				
				Pepsi
				
				Mountain Dew

*豪州のみ

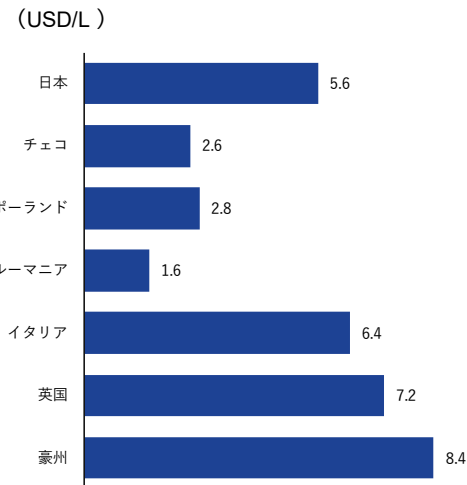
● ビール販売数量価格帯別推移



● ビールテイスト飲料, RTD, Cider 販売数量推移



● ビール平均店頭価格



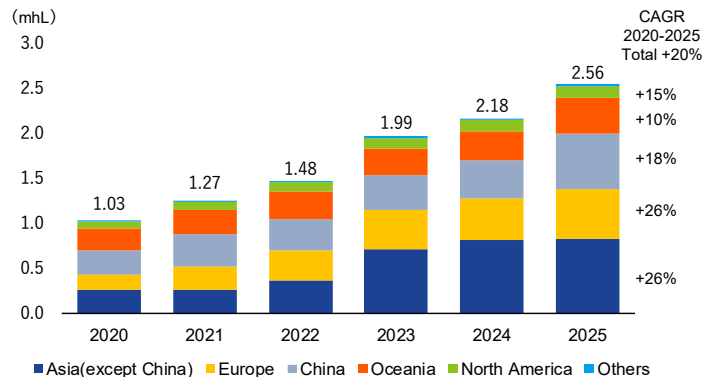
※2025年実績、酒税及び消費税を含む
 ※家庭用分は小売店頭価格、
 業務用分は飲食店提供価格
 ※日本はビール類の平均単価

the price of the leading brand in the most popular pack type = 100
 Super Premium > 151, 150 > Premium > 115, 114 > Mainstream > 91, 90 > Discount

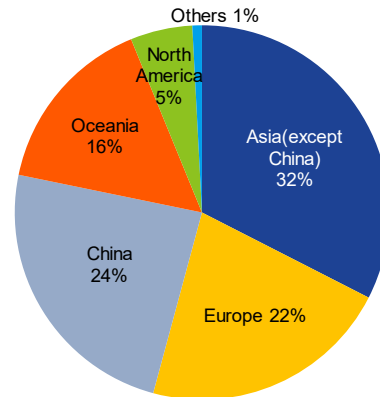
※出典：GlobalData（本データは最新の情報に基づき毎年更新され、過去データについて遡及修正が行われる場合あり。そのため、過年度FACTBOOK掲載値との直接比較は不適。）

グローバルブランド：当社データ

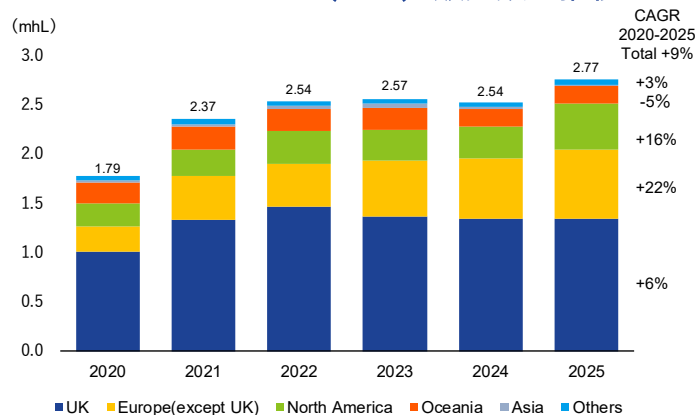
● Asahi Super Dry (ASD) 販売数量推移



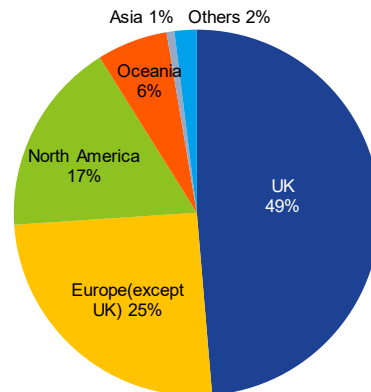
● ASDエリア別構成比 (2025年)



● Peroni Nastro Azzurro (PNA) 販売数量推移



● PNAエリア別構成比 (2025年)





本資料のいかなる情報も、弊社株式の購入や売却などを勧誘するものではありません。また、本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点での弊社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではなく、今後予告なしに変更されることがあります。万が一この情報に基づいて被ったいかなる損害についても、弊社および情報提供者は一切責任を負いませんのでご承知おきください。