

各位

2026年4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(%)】

| | 4月 | 累計 |
|-------------|-----|-----|
| | 前年比 | 前年比 |
| ビール類計 | 143 | 96 |
| 洋酒 | 102 | 98 |
| RTD | 195 | 89 |
| ワイン | 107 | 81 |
| 焼酎 | 80 | 81 |
| アルコールテイスト飲料 | 112 | 94 |

<トピックス>

- ・ビール類計の売上金額は、前年比143%となった。昨年4月の価格改定に伴う駆け込み需要の反動の裏返しがあった。
- ・「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147%となった。
- ・4月14日に発売したビールの新ブランド『アサヒゴールド』の販売数量は、93万箱となった。5月中旬時点で100万箱を突破した。
- ・RTDの売上金額は、前年比195%となった。昨年4月の価格改定に伴う駆け込み需要の反動の裏返しに加え、4月28日に発売した『未来のレモンサワー 濃いめ』が寄与した。
- ・システム障害の影響により出荷を停止していた商品は、4月7日に一部の終売商品などを除く全商品の出荷が再開した。

<ビール類ブランド別販売数量・前年比(%)>

| | 4月 | | 累計 | |
|----------|-----|-----|-------|-----|
| | 万箱 | 前年比 | 万箱 | 前年比 |
| スーパードライ計 | 515 | 147 | 1,846 | 95 |
| スタイルフリー | 83 | 154 | 325 | 91 |
| クリアアサヒ | 87 | 164 | 306 | 83 |

※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(%)】

| | 4月 | 累計 |
|----------|-----|-----|
| | 前年比 | 前年比 |
| 三ツ矢 | 91 | 87 |
| カルピス | 93 | 87 |
| ワンダ | 76 | 80 |
| 十六茶 | 110 | 79 |
| おいしい水 | 86 | 88 |
| ウィルキンソン | 98 | 98 |
| 重点6ブランド計 | 91 | 87 |
| アサヒ飲料計 | 92 | 89 |

<トピックス>

- ・アサヒ飲料計の販売数量は、前年比92%となった。
- ・3月製造分からパッケージをリニューアルした「十六茶」は、前年比110%となった。広告・店頭販促に加え、全国各地の祭り・花火大会の特別観覧シートなどが当たる消費者キャンペーン「日本全国16チャージ祭り!!」を4月から開始したことなどが奏功した。
- ・「ワンダ」は前年比76%となった。昨年発売した新商品の反動があった。

■アサヒグループ食品

【ブランド別売上金額前年比(%)】

| | 4月 | 累計 |
|----------------------------|-----|-----|
| | 前年比 | 前年比 |
| ミンティア | 125 | 115 |
| ディアナチュラ | 98 | 118 |
| 和光堂（ベビーフード） | 100 | 94 |
| バランス献立・まんぷく日和 （シニア向け食品） | 76 | 74 |
| アサヒグループ食品計 | 105 | 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105%となった。
- ・ミンティアは前年比125%となった。小粒タイプ、大粒タイプの主力商品の好調に加え、4月6日発売の『ミンティア + FOCUS クリアラムネ』が寄与した。
- ・和光堂（ベビーフード）は前年比100%となった。