

各位

2026年6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(%)】

	6月	累計
	前年比	前年比
ビール類計	100	99
洋酒	105	99
RTD	66	85
ワイン	93	84
焼酎	82	80
アルコールテイスト飲料	89	95

<トピックス>

- ・ビール類計の売上金額は前年比100%、1-6月累計で前年比99%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101%、1-6月累計で前年比98%となった。数量限定で発売した「スーパードライ 冷涼辛口」や「スーパードライ 爽快辛口」などが好調だった。
- ・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、4-6月累計で134万箱となった。
- ・RTDの売上金額は前年比66%、1-6月累計で前年比85%となった。システム障害の影響に加え、前年3月と6月にエリア限定で発売した『未来のレモンサワー』の反動減があった。引き続き「GINON」は好調で、4月に発売した『ブラックニッカ クリアハイボール』も好調だった。
- ・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89%、1-6月累計で前年比95%となった。「アサヒゼロ」は、ブランド初の限定商品『アサヒゼロ エールテイスト』を3月に発売するなど、好調だった。

<ビール類ブランド別販売数量・前年比(%)>

	6月		累計	
	万箱	前年比	万箱	前年比
スーパードライ計	604	101	3,011	98
スタイルフリー	87	93	500	92
クリアアサヒ	86	92	480	88

※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(%)】

	6月	累計
	前年比	前年比
三ツ矢	81	86
カルピス	84	86
ワンダ	76	79
十六茶	75	80
おいしい水	74	86
ウィルキンソン	87	93
重点6ブランド計	80	86
アサヒ飲料計	85	89

<トピックス>

- ・アサヒ飲料計の販売数量は前年比85%、1-6月累計で前年比89%となった。
- ・「三ツ矢」は、すっぱい味わいが特長で熱中症対策にも適した『三ツ矢すっぱいシークワサー』を6月9日から発売した。
- ・「カルピス」は、夏季限定商品としてレモンの風味と冷涼感が特長の『カルピスソーダ 涼みレモン』6月16日から、爽やかで甘ずっぱいピーチの味わいが特長の『カルピスウォータークールピーチ』を6月30日からそれぞれ発売した。
- ・「ワンダ」は、バニラの芳醇な香りと沖縄海塩のすっきりとした後味が楽しめる『ワンダ モーニングアメリカノ ザ・パケーション ソルティバニララテ』を6月9日から発売した。
- ・「ウィルキンソン」は、グリーンレモンの香りとキレの良い酸味が特長の『ウィルキンソン ドライジンジャエール シャープレモン』を6月2日から発売した。

■アサヒグループ食品

【ブランド別売上金額前年比(%)】

	6月	累計
	前年比	前年比
ミンティア	112	117
ディアナチュラ	71	109
和光堂（ベビーフード）	100	96
バランス献立・まんぶく日和 （シニア向け食品）	101	78
アサヒグループ食品計	97	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97%、1-6月累計で前年比100%となった。
- ・ミンティアは前年比112%、1-6月累計で前年比117%となった。小粒タイプおよび大粒タイプの主力商品が好調だった。想定を上回る受注により一時休売していた『ミンティア+FOCUS クリアラムネ』は、6月22日から販売を再開した。
- ・ディアナチュラは前年比71%、1-6月累計で前年比109%となった。主力商品の『ディアナチュラ ストロング39アミノ マルチビタミン&ミネラル』への広告施策が寄与したほか、ボトルタイプおよびパウチタイプも堅調に推移し、累計では前年比を上回った。