

ANA グループマルチブランド戦略の再構築について ～AirJapan ブランドを休止、ANA ブランドに集約・拡大へ～

ANA グループは次期中期経営戦略の策定にあたり、昨今の環境変化に機動的に対応しながら、グループ全体の収益性と競争力を最大化するため、ブランド戦略を再構築することを決定いたしました。

ANA グループでは、2024 年以降、3 つのブランドを活用したマルチブランド戦略で、世界の旅客需要の獲得に取り組んでまいりました。

ANA ブランドは、2024 年末以降、羽田＝ストックホルム線、ミラノ線、イスタンブール線に就航するなど、旺盛な国際線の需要を取り込み、収益拡大を図っています。

Peach ブランドは、旺盛なレジャー・インバウンド需要を背景に、関西＝アジア路線を中心にネットワークを拡大してきました。

AirJapan ブランドは、2024 年以降、成田＝バンコク線、ソウル線、シンガポール線に就航し、インバウンド需要の獲得等に着実に取り組んできました。

その一方、世界では、ロシア・ウクライナ戦争の長期化、機材納入遅延などといった環境変化が起き、それが継続する懸念があります。加えて、当社グループにおける Boeing 787 の AOG(※1)対応もあり、リソースの「選択と集中」の観点から、AirJapan ブランドを休止し、その機材、および人財を ANA ブランドの運航へ集約し、国際線事業規模を拡大していく判断をしました。

なお、これまで ANA ブランドと AirJapan ブランドの運航を手がけてきた運航会社エアージャパンは、今後 ANA ブランド国際線の運航にて、その高い運航品質を活かし、引き続き ANA グループの国際線事業に貢献してまいります。

これにより、2026 年度から ANA ブランドと Peach ブランドによるデュアルブランド戦略へと再構築し、グループ全体の収益力・競争力の強化を図ってまいります。

AirJapan ブランドによる今後の運航は以下のとおりいたします。

最終運航日：

路線	便名	最終運航日(※2)
成田－ソウル	NQ121	2026 年 3 月 28 日
ソウル－成田	NQ122	2026 年 3 月 28 日
成田－バンコク	NQ001	2026 年 3 月 28 日
バンコク－成田	NQ002	2026 年 3 月 29 日
成田－シンガポール	NQ003	2026 年 3 月 28 日
シンガポール－成田	NQ004	2026 年 3 月 29 日

※1 AOG＝Aircraft On the Ground

※2 関係当局への申請・認可が前提

これからも ANA グループは、お客様に安全・安心で快適な空の旅をご提供し続けるべく、グループ一丸となって尽力してまいります。

【今後の国際線運航会社とブランドの関係】

マルチブランド戦略		 ロシア＝ウクライナ 紛争長期化 ＋ 機材の受領遅延 AOG 継続	デュアルブランド戦略	
運航会社	ブランド		運航会社	ブランド
全日本空輸			全日本空輸	
エアー・ジャパン	フルサービスキャリア  ハイブリッドキャリア		エアー・ジャパン	フルサービスキャリア
Peach Aviation	 ローコストキャリア		Peach Aviation	 ローコストキャリア

以上

報道機関からのお問い合わせ先

ANA ホールディングス株式会社 広報・コーポレートブランド推進部 03-6735-1111