

トップ直撃インタビュー

新生「サントリー株式会社」始動



サントリー株式会社
鳥井信宏代表取締役社長

7月1日から酒類事業の一元化を目指した新生「サントリー株式会社」がスタートした。本紙では鳥井信宏社長と各カンパニー社長に新体制への思いを数回にわたって取材、今回その内容を掲載する。

(石母田 健主幹)

サントリー株式会社鳥井信宏代表取締役社長

2017年4月にサントリーBWSを設立し、国内酒類事業の強化を図ってきましたが、一体化をより堅固なものにするため、サントリー株式会社を立ち上げました。とはいえ、実態は1年以上前から一体化を進化させる方向で進んでいましたので、サントリー株式会社として

鳥井社長と首脳陣の目指すものは…

「玉ワイン」から始まり、ウイスキー、ビール、スピリッツ、リキュールなど、幅広いポートフォリオを有しているの、より可能性が大きく広がります。また、製

は、ビール事業の成長を含む国内酒類事業の盤石化、それを礎としたグローバル展開、50年後も見据えた新しいことへのチャレンジが主な活動の柱となります。

これまでは製品軸、カテゴリー軸でアプローチが中心だったものが、サントリー株式会社では複数の視点から、お客様起点で統合的なアプローチができるようになります。元々、「赤

主な内容

新生サントリー株式会社 1~3面
(鳥井 山田、神田、西田、吉雄執
社長、副社長、常務、常務、行役員)

ニチレイ秋季新商品 7面
リード商品デザインに注力 12面
フーデッド商品情報 89面

ヤヨイス秋季新商品 13面
スチール西条市でCメP 11面
缶R協会 西条市でCメP 11面
升喜22年商品展示会 5面
旭食品フードランド22 34面
三菱食品Dフェア22 15面
三井食品情報 89面

造現場の技術者にも、国内外でチャレンジできる多くのチャンスが生まれます。国内の酒類市場は、アルコール換算では微減ですが、成長を続けるノンアルコール

「アポール」は大変注目を浴びています。今後、ビール市場も変化していくことは確実です。それに合わせた新しい提案を重ねていくのはサントリー株式会社の使命です。さらに、ビールや

「玉ワイン」から始まり、ウイスキー、ビール、スピリッツ、リキュールなど、幅広いポートフォリオを有しているの、より可能性が大きく広がります。また、製

来年はウイスキーづくり100周年、ビールづくり60周年の節目です。供給は徐々に増えているものの、国産プレミアムなどではタイト感が続くウイスキーは、昨年に決まった「ジャパニーズ・ウイスキー」の定義や、品質に見合ったプライシングにも対応しながら、節目に合わせて色々と知恵を使った丁寧な活動を継続すると同時に、ビールづくり60周年もどちらに偏ることなく好機と捉えてい

重要です。先日発表した「ビ

(2面に続く)

食品通信

●A4判速報形式
●有力企業広告も掲載
●購読料 6ヵ月45,100円(税込み)

日刊食品通信

業界唯一の酒類食品総合日刊紙。多忙の時はヘッドラインをお読み下さい。本文も簡潔、明瞭です。

日刊経済通信社の刊行物

酒類統計月報

独自の調査による統計・レポートづくりを通じて50余年。今後も酒類食品業界をデータとして記録し続けます。

●B5判雑誌形式。毎月月末発行
●有力企業広告も掲載
●購読料 6ヵ月24,750円(税込み)

酒類統計月報

2021



取締役副社長
山田賢治 セールスマーケティング部長

（1面から続く）
きたいと思っています。
こうしたことを着実に実行し、国内の酒類事業をより盤石にして、新たな可能性を求めたグローバル化を進めるとともに、常に新しい価値へのチャレンジを続けていきます。

ただ、ワインだけを飲むというお客様は少なく、実際にはビールを飲んだ後にハイボールやサワーを飲んだり、ワインも楽しんだりという一人ひとりのお客様が多様なお酒を様々な楽しんでいるのが実態です。従来はそれぞれのカテゴリーからお客様を見た専門性の高い取り組みを目指してきましたが、これからは酒類全体を俯瞰し、お客様の楽しみ方に近づくことで、カテゴリーの垣根を超え、それぞれの知見を活かした魅力的なご提案をしてまいります。

新会社における営業は、総合酒類の強みを活かしつつ、お得意先様と共に新たな需要創出に向けたチャレンジを続けることで、酒類全体を活性化していくとともに、お客様に最も近い現場で見聞きし感じたお客様の行動やニーズを、商品開発やマーケティングにつなげるのが非常に大きなミッションとなります。

また、23年・26年の酒税改正という大きな環境変化を大きなチャンスと捉え、ビール類でのブランド育成に最大注力し、酒類計でのお客様との接点を飛躍的に拡大することで「消費者に

最も近いメーカー」の実現を目指してまいります。
「新しいことは全てサントリーから」を目指し、オモロイ提案を矢継ぎ早に発出していきますので、是非ご期待ください。

取締役常務執行役員・神田秀樹 スピリッツカンパニー社長
お客様の嗜好の変化はコロナ禍で加速しています。それだけに、メーカー発想ではなく、お客様の視点に立つて各カンパニーが一つになり、これまで以上に一番信頼される総合酒類メーカーとしての地位を盤石にしていくことが求められています。

スピリッツカンパニーはウイスキー、RTD、RTD、リキュール、その他スピリッツ類など、扱う商品が多岐に亘っていますが、新体制下ではビール、ワインとの連携を強化して、お客様に喜んでいただける価値をこれまで以上に提案できます。領域を跨いだ商品展開や新カテゴリーの創出にも、その可能性が広がります。更に、幅広い品揃えをベースに、これまでサントリーを育てていただいた料飲店様への活動も、より強化していきたいと思っています。

一方、品質が世界的にも高い評価を得ているウイスキーやRTDを展開するスピリッツカンパニーには、その利点を生かしてグローバル展開を率先していくというミッションがあります。総合酒類のグローバル展開のリーダー役として、その実現を目指します。

扱う品目の多くは、他に先駆けて料飲店需要の回復が早くなっています。が、新体制が始動する今年下期は、2年以上ご苦労を重ねてきた料飲店様と業務用酒販店様などへ恩返しをするチャンスです。料飲店様とともに、お店での最高品質の体験を増やしていきたいと願っています。そして、それがびんや缶の需要につながるという、三位一体の好循環に結びつくよう、研鑽を重ねます。「角ハイ」をはじめとするウイスキー・ハイボールはもちろん、最近では「翠ジンソーダ」のヒットも、その始まりは料飲店様でした。コロナ禍が落ち着きつつある今、日本のおもてなし文化の象徴でもある料飲店様の活性化には力を惜しみません。

来年はサントリーのウイスキーづくり100周年、ひいては日本のウイスキーづくり100周年を迎えます。ますます評価が高まっているジャパニーズ・ウイスキーを蒸溜所起点、モノ

づくり起点で、次の100年に向けた取り組みにも力を入れていきます。

取締役常務執行役員・西田英一郎 ビールカンパニー社長
一体化した新体制の下、総がかりでビール事業を応援しようという気持ちでヒシヒシと伝わり、気が引き締まる思いです。各カンパニーとのシナジー効果も期待されますが、先頭に立つてビール事業をより盛り上げ、オンリーワンの企業価値を確かなものにするとともに、酒類市場で最大規模のビールでシッカリと結果を出していくのが使命と考えています。

既に新体制の準備段階から、トップから現場まで、各々の情報や知見をタイムリーに共有し、横のつながりを強くすることに取り組み、強化することが、コロナを機に大きく変化した今こそ、その効果を発揮する時です。営業やマーケティング活動はもちろん、サントリー創業以来のDNAのひとつである業家運動にも、その結果が表れると自負しています。

長らくビール市場は縮小が続いていますが、常識



取締役常務執行役員
神田秀樹 スピリッツカンパニー社長

いうミッションがあります。総合酒類のグローバル展開のリーダー役として、その実現を目指します。

扱う品目の多くは、他に先駆けて料飲店需要の回復が早くなっています。が、新体制が始動する今年下期は、2年以上ご苦労を重ねてきた料飲店様と業務用酒販店様などへ恩返しをするチャンスです。料飲店様とともに、お店での最高品質の体験を増やしていきたいと願っています。そして、それがびんや缶の需要につながるという、三位一体の好循環に結びつくよう、研鑽を重ねます。「角ハイ」をはじめとするウイスキー・ハイボールはもちろん、最近では「翠ジンソーダ」のヒットも、その始まりは料飲店様でした。コロナ禍が落ち着きつつある今、日本のおもてなし文化の象徴でもある料飲店様の活性化には力を惜しみません。

来年はサントリーのウイスキーづくり100周年、ひいては日本のウイスキーづくり100周年を迎えます。ますます評価が高まっているジャパニーズ・ウイスキーを蒸溜所起点、モノ

づくり起点で、次の100年に向けた取り組みにも力を入れていきます。

取締役常務執行役員・西田英一郎 ビールカンパニー社長
一体化した新体制の下、総がかりでビール事業を応援しようという気持ちでヒシヒシと伝わり、気が引き締まる思いです。各カンパニーとのシナジー効果も期待されますが、先頭に立つてビール事業をより盛り上げ、オンリーワンの企業価値を確かなものにするとともに、酒類市場で最大規模のビールでシッカリと結果を出していくのが使命と考えています。

既に新体制の準備段階から、トップから現場まで、各々の情報や知見をタイムリーに共有し、横のつながりを強くすることに取り組み、強化することが、コロナを機に大きく変化した今こそ、その効果を発揮する時です。営業やマーケティング活動はもちろん、サントリー創業以来のDNAのひとつである業家運動にも、その結果が表れると自負しています。

長らくビール市場は縮小が続いていますが、常識



取締役常務執行役員
西田英一郎 ビカンパニール 社長

を取り扱った新提案で飲用者を増やすことは充分可能だと思っています。昨年4月に創設したイノベーション部は、多岐にわたる経験をもった人材で溢れています。その第一号商品「ピアボール」を皮切りに、今後多くの「やってみなはれ」を具現化していきます。今後も、新しい楽しみや驚きに期待ください。

2年半もの長い間、ご苦労を強いられてきた料飲店の皆様ですが、家庭で味わえない価値や楽しさを体験できる貴重な接点であることに変わりはありません。ここへきて、ようやく回復の道筋も見え始めてきましたが、今後も、「人生には、飲食店がある。」という心

構えて、多くの価値を提案し続け、お店の活性化をお手伝いしていきます。「パーフェクトサントリービール」の樽生や、「マスターズドリーム」の50樽なども、MZ世代からシニア世代まで、幅広いお客さまへの新しい価値提案として、多くのお店から高い評価を頂いています。これからも、サントリーを育てていただいた料飲店の皆様と、ともに歩むという姿勢を貫き通していきます。

取締役執行役員・吉雄敬子 ワインカンパニール 社長

ワイン事業の一元化は、ワイン事業にとって大きなトピックスであると同時に、大きな可能性を秘めたビジネスチャンスであると考え

ています。

ウイスキーやビール、RTDなどの多くの情報や知見を共有でき、幅広い視点に立てることで、マーケティング的にも営業的にも、これまで以上に広範なお客様に対し、焦点を明確にした様々な提案を進めることが可能になります。創業時からモノづくりとお客様を大切にしてきたサントリーの強みを、これまで以上に生かせる大きなチャンスであると確信しています。

例えば、缶入りのワイン

旭食品「フードブランド22」開く

今期の出足は増収・増益

【高知】旭食品は6、7日に高知ばさんセンターで展示会「フードブランド2022」を開いた。

今回は6日近畿・関東(171企業・521名)、7日四国・中国・九州(186企業・639名)と招待客を分け、2日間で約1200名が来場した。

全体テーマを「Enjoy your meal」食で育むココロとカラダ」。

提案コーナーでは、酒類・菓子・食品・チルド・市冷

冷菓・業務用と6つのカテゴリーでそれぞれ「食はエ

ンターテイメント&プチ贅沢」(日本のウマイ、世界のウマイ、美味しいを楽しむも

う)、「新しい価値観」(健康志向はトレンドからライフスタイルへ、時代に求められる新しいニーズ)での

コーナー展示を行った。

「日本のウマ

イ」では、酒類でトモシ

アワインとして、にっぽん

問屋シリーズで土佐山のゆ

ずを原料に使った「ゆずワ

イン」と四国蔵元商品。菓子・食品では米の提案を強



「ワインカフェ(ワイン&ソーダ)」やノンアルコールの「ノンアルでワインの休日」も、ビールやRTDの知見を活かせるカテゴ

「ワインカフェ(ワイン&ソーダ)」やノンアルコールの「ノンアルでワインの休日」も、ビールやRTDの知見を活かせるカテゴ



取締役執行役員
吉雄敬子 ワインカンパニール 社長

くりを大切にするサントリーの精神が脈打っています。今回の事業一体化で、そのシナジーが広がっていくことは、グループにとっても大きなメリットです。これから本格的な回復が期待される飲食市場は、これまでサントリーを育てていただいた重要なお客様です。サントリーは創業時から業家運動を基本に取り組んできましたが、やはりお店で得た素敵な体験が、家庭での楽しみを充実させます。ワインにあまり馴染みのないお客様でも、日本

ワインはわかりやすく安心感があることから、オーダーしやすいし、小売店頭でも手に取りやすいという利点があります。お店や家庭での食事との色々な体験とセットで広がりを見せてくれればと願っています。時代が大きく変化する中で、消費構造も変化していますが、こうした時こそ、ビジネスチャンスが芽吹く時です。オーセンティックな部分と新たなチャレンジの両輪で、今後のワイン市場をけん引して行きます。



化し、米菓、米油・米粉を。また日本と世界の米料理を紹介。国内原料&国内製造では国産ポテトチップスと国産の缶詰・蜂蜜・小麦粉・紅茶・緑茶など。チルドではご当地&有名店のラーメン、そば。「健康志向」では、チルドでカン

志向」では、チルドでカンマ、市販冷食でブランドベースフードにスポットを当てた。また全カテゴリー共通で(4面に続く)