

輸入ビール特集

三井食品「シメイ」業務用中心に好調

「BBW」飲用杯数が増加し各地で盛況

三井食品が輸入発売するベルギービールの代表ブランド「シメイ」、「リンデマンス」が好調に推移している。

それぞれ1〜6月累計の販売数量は、「シメイ」は前年並み、「リンデマンス」は140.7%と2ケタ増。前年はメインの業務用がコロナによる影響を受けたが、今年は感染拡大

の緩和や、行動制限がなくなったことで客足が戻った。消費も拡大し、回復傾向に拍車がかかっている。

また、今年も各地で開催中の「ベルギービールウィークエンド(BBW)2022」は好調な集客。これまでの動向を振り返る。

「シメイ」業務用回復、家庭用で大びん展開

「シメイ」ブランドは2021年に、家庭用向けでグラス付きのセット商品を展開し、家飲みを強化。8年ぶりの定番新商品「シメイグリーン」を全国のSMや酒販店などで発売するなど、家庭向けの提案に注力した。全体にも大きく寄与し、107.2%と好調だった。

今年の家庭用では、7月から「グリーン」の大びんタイプ「シメイソルサン

コント」(写真上:750ml、アル分10%)を発売。

商品名は本国ベルギーの公用語であるフランス語で「150」を意味し、ブランドの醸造150周年を記念して製造された。大びんのため、びん内二次発酵がよりスムーズになり、330mlびんよりもスパイス

感が落ち着くため、まろやかで飲みやすい味わいが楽しめる。フルーティーでありながら力強く、白身魚や鶏肉などさっぱりとした料理や、スパイスの効いた料理とも相性の良い仕上がりの。

料飲店では、ブランド専用グッズが当たるキャンペーンを実施。贈答品として栓抜きやコースター、Tシャツなどを提供。キャンペーンは料飲店ごとに開催され、「期間は約1週間で、開催の告知なども店舗に任せている。「シメイ」ブランドのファンが多いため、グッズへの反響は大きかった」と手ごたえを語った。

料飲店の復調に合わせて、家業ごとの構成比のう

き家庭用にも広めていきたい(同社)。

「BBW」今年も盛況、総来場者数11万人

実際に飲用できる、体験の場」として、毎年恒例のイベント「ベルギービールウィークエンド(BBW)2022」は今年も盛況。

現在までに約11万5000人が来場している。4月の名古屋会場を皮切りに、大阪、横浜、日比谷、豊洲で開催。12月6〜11日には、新宿でも開催予定。

各会場では感染対策として入場者数の制限や、間隔を空けた席配置などを実施している。「3年ぶりに行動制限のない状況での開催ということもあり、各会場には多くの来場者が集まり久々のビアフェスを楽しんだ。今年は20〜30代の若年層が多く、女性比率が高い。イベントの認知度が拡大している手ごたえを感じた(同社)。

ち業務用比率が回復。「業務用の飲用でブランドが認知されることで、家庭内での消費が発生する従来通りの相乗効果も見られるようになった。ECに向けた販促も好調で、前年に引き続き



今年1人当たりの購入杯数も増加。イベントへの高まる注目度について、「開催済みの各会場では、これまでの最高杯数を更新した。一部会場では天候に恵まれなかったが、それでも多くの方

がビールを求めて来場した。会場でお客さまと直接対話する中でも、リアルな場での特別なビール体験を求める思いはより強くなっている」と解説した。

会場では多くのビールが提供され、中でも「リンデマンス」が高い支持を受けている。ランビックビールのた

ブレンドした飲みやすいフレーバーが多く、若年層を中心に好評だった。このほか、家庭用では「バラデン」の缶製品(同下)を3月から小売店を中心に展開。「家庭用をメインにしたエントリー商品。缶の好調が寄与し、1〜6月累計で259.3%と大幅に伸長している。元々業務用の比率が高いブランドのため、一部のイタリアンレストランでも導入が進んだ。現在は3種類展開中(同社)。

下期以降も上期の回復を追い風に、業者それぞれでメインの「シメイ」を中心に展開。「リンデマンス」「バラデン」も、展開を拡大する。(鍵野史人)

食品の森®



食品の森

め甘みがあり、アルコール分も低く桃やりんご果汁を



うどんスープのコンちゃん

東ヒガシマル醤油