

酒類・食品 & News 解説 週刊

令和6年5月24日(金曜日) 第3397号
 (昭和42年7月10日第3種郵便物認可)
 毎週金曜日 発行 編集発行人 石母田 健
 購読料 6ヵ月 14,300円(税込み)
 振替番号 東京4-71739
 発行所 株式会社 日刊経済通信社
 本社/東京都中央区日本橋小伝馬町10番11号 日本橋府川ビル9階
 ☎03(5847)6611(代) FAX 03(5847)6600
 名古屋支局☎052(253)6924 大阪支局☎06(6353)1791
<http://www.nikkankeizai.co.jp/>



吉雄ワイン本部長(左)、大山栽培技師長(右)

ワインナリーにおけるさらなる美味品質の追求、サステナブル経営推進、お客様接点強化を掲げた。「当社は100年にわたり日本ワインを造り続けてきた。22年9月にはF

サントリー

日本ワイン新醸造棟建設に7億円

'24年日本ワイン事業は目標1%増

サントリーは14日、2024年の日本ワイン戦略をTKPガーデンシティPREMIUM京橋(東京・中央区)で発表。国内ワイン事業計で44.8億円・前年比10.1%を目指す。23年の年間売上高は同44.4億円(102%)。24年も1~4月で13.5億円(101%)と好調に推移している。24年の戦略について吉雄敬子ワイン本部長は、「骨子となるのは、世界へ挑戦するための『ものづくり』と『ワインナリー』の進化だ。フラッグシップワインの進化とワインナリーの進化を推し進める」と述べ、注力する取り組みとして、日本固有品種である「甲州」の強化と「登美赤」の革新、



ROMFARMとして日本ワインのブランドを大刷新。心を込め、手をかけてきたワイン造りをもっと伝えていきたい。品質は確実に向上している。ワインナリーでのお客様へのブランド理解も進み、売り上げは増加。次の100年に向け、世界に比肩するオリジナリティあるワインを造り、日本や世界の人たちに愛してもらうことがゴールだ(吉雄本部長)。

甲州の収穫量も拡大し30年までに23年で6倍となる297トンを目指す。実現すれば山梨県内最大規模となる。

9月10日には、フラッグシップワイン「登美」から初となる「登美 甲州 2022」(税別1万2000

品質なワイン造りを目指す。サステナビリティにも注力し、気候変動への対応(マルスランやアルバリーニョなど新品种の植え付け)、地域社会との共生、土壌の健全化、取り組み周知と拡大を推進す

日本ワインの中期方針は、「徹底した品質向上に取り組み、30年には20年比で約2倍となる販売数量10万箱にしてい」(吉雄本部長、9月換算)。

新たなツアーも企画検討中。

サントリー登美の丘ワインナリー栽培技師長の大山弘平氏は、「甲州の9区画では畑づくりからワインを設計している。糖度が高いブドウを目指し、年を追うごとに安定してきた。凝縮感を高めることを追究している。特に『登美 甲州』を想定して栽培した2区画では過去4年間で糖度が急激に高まった。

ボルドーでは補助品種として栽培されるブティ・ヴェルドは登美の丘のテロワールに育まれ、個性豊かな味わいになる。力強さと滑らかさ、上品さを持つ。栽培管理を徹底し、ブドウが病気にかからない環境づくりが最も重要だ。

主な内容

本場ウイスキー販売好調	7面	ルミオイス通期決算	10面
サンフレイスザサマ	15面	全餅工創立50周年	5面
乳業大手3社本決算	2面	フナレイバリオカス	13面
ガルウス食品連結業績	10面	23年チルド麺市場	3面
		埼玉物産の復活劇	12面
		原料商品情報	8面



日刊食品通信
 ●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)

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。

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。

日刊経済通信社の刊行物



●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)

