トップ直撃インタビュー

サントリーホールディングス
鳥井信宏代表取締役社長

価値の向上が最重要課題

3月25日付でサントリーホールディングスの社長に就任した鳥井信宏サントリー社長はこのほど本紙の取材に応え、国内を基盤に海外展開も進める酒類事業について、「酒類文化の伝承と新文化の創造がリーディングカンパニーとしての責務」としたうえで、「創業以来の重要なパートナー」とする飲食店との連携に言及、「サントリーがここまで成長できたのは飲食店との強い絆の賜物。今後も一緒になって互いに成長していきたい」との強い想いを示した。（石毋田主幹）

――2030年に国内酒類売上1兆円の達成を標榜しているが、その道筋は？

近年のアルコール飲料を取り巻く環境からは、険しいの一言に尽きる。30年のシェア目標を25％に置いたように、ビールの規模を大きくすることも重要だが、扱う商品・サービスのすべてにおいて価値を上げていくことが不可欠だ。例えば、プレミアム・ウイスキーの供給体制の強化を継続するとともに、どのようなブランディングで価値を上げていくかが重要。RTDも、これまでとは異なる新しい付加価値を追求していく必要があるし、幅広い価格帯のワインでも、大切にしている飲食店での提供はもちろん、カジュアルワインの価値向上も重要。つまるところ、すべてにおいて価値を上げていくことが、目標達成への最重要課題ということだ。

――酒類文化の伝承と合わせて、新文化の創造が酒類市場の未来にとって欠かせない、ということだが…

世界的にアルコール飲料への風当たりが強まっている。その一方で、日本酒や本格焼酎などの伝統的酒造りがユネスコ無形文化遺産に登録されるなど、酒を大切にしていこうという動きもある。酒＝アルコール飲料は、人と人をつなぐ大切なコミュニケーションツールでもあるので、それを将来につなげていくためには、適正飲酒をきちんと進めていくとともに、新しい文化の創造が必要となる。サントリーとしては、酒を飲まない、飲めない人たちも一緒に楽しめる環境づくりとして、適正飲酒の大切さとお酒の魅力を伝える新たな活動〝ドリンクスマイル〟を進めている。また、単なるノンアルコール飲料ではなく、〝アルコール0・00％のお酒〟として、市場の約8割と推定されるビールテイストをはじめ、RTDテイスト、ワインテイストなど、幅広いカテゴリーで展開を進めている。今月から飲食店向けに先行発売した〝ベースのノンアル〟「ZEROPPA（ゼロッパ）」は、飲食店での多彩なノンアルコールメニュー展開が可能な新しい提案として、早くも大きな反響をいただいており、〝アルコール0・00％のお酒〟の可能性が一段と広がったと感じている。また、事業の垣根を超えた知見と技術の共有が、同カテゴリーの研究・開発にプラスになることは言うまでもない。

飲食店と共に新たな成長

いずれにしても、アルコール飲料の健全な発展には、ビールメーカーのみならず、酒類業界の生配販三層が今後も協調していくことが肝要だと考えている。

――国内事業を基盤に、海外事業も拡大していくが…

海外展開は、スピリッツと飲料が柱になる。ビジネスモデルはそれぞれのカテゴリーと相手先のお国柄（レギュレーションや嗜好）によって変える必要があるが、飲料は人口の多い地域・国への展開が先になる。スピリッツは経済成長がカギとなるだろう。ホワイトスピリッツがメインの地域や国も、豊かになればなるほど、ブラウンスピリッツへ消費が移り、さらにはプレミアムへと移行していく。そうした観点からは、将来性の大きい地域・国はまだまだ多くある。

――RTDの海外展開も進めている

RTDは日本固有の低アルコール飲料として、広がりが加速している。現在は豪州、米州などで展開しているサントリーの「−196」も、そのポテンシャルはかなり大きいと考えている。飲料同様、現地に合わせた〝つくり〟が前提となるが、サントリーがもつものづくりの精神と知見、そして現地のパッカーと連携した高い品質をもって臨めば、将来とても楽しみなカテゴリーだ。

――ともに歩んできた飲食店との今後について…

サントリーの今があるのも、飲食店の皆さんとの強い絆の賜物。創業時から、手と手を取り合って業界を盛り上げてきた大切なパートナー。その経営には、規模の大小にかかわらず、納入酒販店の皆さんも同様、大変なご苦労があると承知している。そうしたパートナーの皆さんに提供している幅広い商品の価値を、どのようにして上げていけばお店のお役に立てるのか、これまで以上に真剣に取り組んでいく。サントリーの生命線である飲用時品質の追求も、飲食店の皆さんのご協力が不可欠。価値の向上を通じて、お互いにより良い成長を続けていきたい。