

サントリー 業務用「ベースのノンアル」「ZEROPPA」

飲食店でのノンアル接点拡大へ

サントリーは先月、飲食店向け「ベースのノンアル」「ZEROPPA（ゼロッパ）」を新発売すると都内で発表した。9月16日発売。メディア向け体験会の席上、ビル・RTD本部の福本匡志ノンアル部長は、「サントリーはノンアルをお酒の代替ではなく、アルコール0・00%のお酒として唯一無二の価値を提案している。ノンアルをSMARTからFUNな飲み物にすることをコア戦略とし、我慢のときの消極的な選択から、楽しいときの積極的な選択へ、カテゴリーイメージを変えていく。ノンアル市場全体を盛り上げたい。」



（左から）宮嶋氏、福本部長

上期は「攻めのノンアルしちゃおっか。」をテーマとしたコミュニケーション訴求、オールフリーブランドからサワーテイストの新商品発売、全国で試飲会やサンプルリングなど体験接点拡大に努めた。下期は、もう一つ大きな挑戦として、飲食店において楽しくノンアル体験の拡大にチャレンジする。飲食店ではアルコールに加えてノンアルも飲む人が増えている。ノンアルにとってチャンスだ」と方針を述べた。



メニュー



ノンアル∞ STAND



ZEROPPA

課題はメニューにノンアルの選択肢を増やすこと。「限られた店内保管スペースでのオペレーションには限界があることを踏まえ、炭酸水や清涼飲料と割って、多彩で本格的なノンアルサワーを簡単に作れる「ベースのノンアル」ZEROPPAを開発した」（福本部長。清涼

飲料水、500mlPET、税別希望小売価格400円。目標取り扱い店舗数は年内1000店舗、中長期的には5000店舗以上を目指す。1本あたり15杯取り程度が目安。

中味について、スピリッツ・ワイン商品開発研究部の宮嶋麻由氏は、「従来は既存の酒カテゴリーをノンアルに置き換えてきた。ZEROPPAは様々な清涼飲料で割って、複雑な味わいや余韻を楽しめる。清涼飲料との相性の良さ、ブレイクの炭酸水で割ってもおいしい、お酒のような余韻・後味を目指した。」

エノテカは30日、20〜30代向けワインイベント「エノテカ・ワイン・フェス（夏と音楽とワイン）」をTHE THEATRE T A B L E（東京・渋谷）で初開催する。季節ごとに全3回予定。2回目は冬（11月下旬）、3回目は春（3月下旬）。若年層がワインを身近に感じられるきっかけを創出する。第1回は「夏と音楽と

厳選した香り高い焼酎やウイスキーを蒸溜し、なるべく熱をかけずに脱アルエキス」をブレンドした。おすすめの割り方は1…4（ZEROPPA…清涼飲料）。ドリンクの名称は「ゼロよい」として展開。7月18日からは、「ZEROPPA」を先行体験できる常設コンセプトショップ「ノンアル∞ STAND by ZEROPPA」を東京タワーフットタウンビル（港区）にオープン。ほか、二子玉川ライズプレミアムビアテラス（東京・世田谷区・7月8日）、IGアリーナ（愛知県名古屋市・7月13日）でも先行体験の場を展開中。



「原田慎次シェフが監修する料理とワインのペアリングも提供。エノテカオンラインで予約受付中。《開催概要》日時：午後5時30分〜7時30分 ▽会場：東京都渋谷区渋谷2-21-1 渋谷ヒカリエ11F ▽定員：130名 ▽参加費：税込6600円（ワイン30種・フード6種） ▽対象年齢：20〜39歳。