

# カクヤス、「酒ハイ」普及に注力

## 宝、炭酸割専用「瑞音」に手応え

カクヤスは10日、宝酒造

とともに日本酒と炭酸を

1・1で割る新感覚ハイ

ボール「酒ハイ」のメデ

ア向け発表会を都内で開催

した。若年層を中心に日本

酒離れが進むなか、日本酒

を気軽に楽しめるよう、2

024年4月に設立した

「日本酒需要創造会議」と

ともに「酒ハイ」の普及に

取り組んでいる。

発表会の席上、カクヤス

の大野郁美販売促進企画部

BtoB販促企画課課長

(写真左上・右)は、日本

酒需要創造会議と同社によ

る取り組みを説明。「同会

議は、日本酒の魅力を伝え

たいメーカーと流通業者に

よる任意団体として設立。

日本酒の新たな飲み方や魅

力を発信し、若者や女性な

ど従来取り込めていない層

への訴求を行っている。ま

た、メーカー、生産者、流

通、小売、飲食といった製

配販が力を合わせて、一

社では出来ない発信力で需

要を創造し、日本酒業界の

活性化を目指す。そし

て、日本酒普及のため

の第1弾として打ち出

した取り組みが「酒ハ

イ」飲み方提案だ。

当社は、酒類などの

配達だけではなく、料

飲店向けにも販売と付

帯サービスを行っている

。利用飲食店数は

4万5000店以上

で、メニュー開発など

の課題解決に注力して

いる。酒ハイ普及に向

けて、社内で炭酸割に

合う日本酒タイプを選

定。全ての日本酒が炭酸割

りに合うわけではなく、適

しているタイプは、「香り

が強い」「酸度が高い」「吟

醸系」「フルーティー」の

特長があることを突き止め

た。

ユーザー向けに、店頭で

酒ハイにおすすめの日本酒

を配置した特別棚の展開や

対象商品を購入したユー

ザーに対して、PBブラン

ド「KPrice」炭酸水

500mlを1本プレゼント

するキャンペーンを実施。

当社ECサイトで「酒ハ

イ」特集ページの公開し、

ハイボールに適している日

本酒や「酒ハイ」が飲める

店舗の紹介を行っている。

飲食店向けには、当社が

主催したイベント「KA

KUYASUDEXPO」

にて酒ハイを出展。飲食従

事者を対象にアンケートを

らせることを目

指している。

しかし、清酒

の消費数量は

年々緩やかに下

降の一途だ。当



社調べによる

と、日本酒を飲

まない理由とし

て、アルコール

度数が高い・ゴ

クグク飲めない

などが挙げられ

た。日本酒を始

めづら、新規

層を獲得しにく

い要因として解

決策を考えない

ればならない。

そこで、ウイスキー消費数

量の推移を見ると、右

肩上がりだ。特に2008

年頃からハイボールの普及

と浸透が進んだため、市場

が拡大したと分析。日本酒

もウイスキーハイボールの

ように炭酸で割る飲み方を

推進する必要があるのでは

ないか。

約3年の研究期間を経

て、昨年10月に業務用で炭

酸割専用日本酒「松竹梅

瑞音」を先行販売した。和

食に合わせて日本酒を楽

しみたいRTDユーザーを

ターゲットにしている。吟

醸酒並みの香り高さと米由

来の日本酒らしい甘み、ボ

リウム感のある味わいが

特長で、特に海鮮系の食事

と相性が良い。現在、40

00店に導入され、料飲店

からも酒質の高さを評価

いただいている。ユーザー

からも、1杯目はビールで乾

杯し、2杯目以降に食事に

合わせる食中酒として同品

を選択したとの声をいただ

いた。今後も飲みたいと答

えた人が89%。SNSなど

を活用して、本製品と「酒

ハイ」を推進していきたい

と述べた。

会場内では酒ハイに適

した日本酒として、「瑞音」

「昂生貯蔵酒」「天狗舞山

廃仕込純米」「菊正宗 純米

樽酒」「梅乃宿 純米」の計

5種を紹介。

(S)

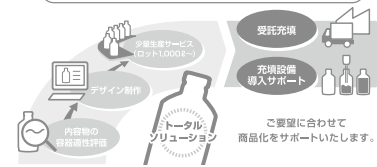


日本酒をお洒落に

## 日本酒ボトル缶



日本酒ボトル缶商品化フロー



Good Point! /



ボトル缶で日本酒を活性化します

大和製罐株式会社 TEL: 03-6212-9700(代表) FAX: 03-6212-9770(代表) www.daiwa-can.co.jp