

ポッカサッポロ「お酒にプラス」13年ぶり刷新

お酒用割材の間口を拡大、新たに「彩香」投入



「お酒にプラス」の歴史を教えてほしい
サッポログループ傘下に入る前の旧ポッカコーポレーションが30年前に発売したお酒用の割材だ。日本はカクテル文化に伴ってお酒用割材、特に焼酎向けの歴史が長く、誕生時は「焼酎用」として異なる製品名で販売していた。グループ入りを機に「お酒にプラス」となった。

なぜ30年続いている
酒販免許の規制緩和、PETボトルの普及に伴う大容量焼酎市場の拡大などを要因に需要が増した。

堅実な
がらリニュー
アルに踏み
切った理由は
焼酎の歴史
は長いと述べ
たが、同時に
ユーザーの高

齢化が進み消費量が落ちてくる現実もある。お酒の選択肢が30年前と比べて遥かに多く、それが消費の分散に繋がっていることから、次世代ユーザーの育成も簡単ではない。

このような焼酎市場の状況に伴い、流通関係者から「お酒用割材棚の盛り上がり低下」も指摘されていたし、実際に「お酒にプラス」のポリリウムエリアである東日本で市場調査したところ、特に若年層からの認知が低いことが明らかになり、13年ぶりの刷新を決定した。

若者はお酒用割材を避けている？
好き嫌いと言うより、知らないのではないのか。RTDがネイティブな世代で、レモンハイなどを自分で作る機会がなかったからだと考えている。

ただ、周知の通りRTD市場は若年層が引く張つており、お酒用割材の味覚との相性は悪くないはずだ。

タイパ志向を背景に「簡便なRTDに慣れてしまっているのでは」との声もあるが、一方で並行して自分の価値観に合ったモノを受け入れる傾向も強まっているし、あえてひと手間、自分好みの味の需要を期待している。ここ数年で家飲みが普及したこと



また、焼酎市場の縮小は気になる点ではあるが、ウイスキーやジンも含むハードリカーの括りで見れば悪くない市場だ。今回のリニューアルではこの点にもフォーカスしている。

既存のびん製品（レモン、グレープフルーツ、ライム、漬しうめ）とPETボトル製品（とくとくレモン）のユーザー像に着目したところ、誕生時からある前者は中高年、2010年代に登場した後者は30〜40代が多く、それぞれの飲用実態に相応しい改良を施した。

びん製品ユーザーの好みはまさしく「THF・焼酎」で、今も昔も変わらない甲類焼酎を飲む人たちだ。これまでのユーザー、これからのユーザーに向け、求められる果汁を搾ったような味、香りを向上した。

主力の「レモン」はもちろんだが、個人的に勧めたいのは「グレープフルーツ」だ。グレープフルーツ果汁100%に砂糖を加えて、甘さのボディ感で味の輪郭を際立たせている。

「とくとくレモン」のユーザーは甲類焼酎だけでなく、多様なハードリカーで飲んでいることが明らかになった。乙類焼酎に入れるのにも抵抗がないようだ。これは先に述べた、RTDを好む若年層の嗜好と一致する。

そこでこの需要に対応すべく、RTDにも共通する、低果汁ながらこだわりの配合で適度な「濃さ」を実現し、あらゆるハードリカーへの「乗り」が良い新製品「彩香レモン（果汁10%未満）」「同グレープフル（同20%）」を開発した。これはスッキリ味の「とくとくレモン」にはなかった特徴だ。社内では「ジンとラムが特に美味しい」と評判だ。

今後取り組みたいこと
繰り返しになるが、お酒用割材市場の課題は消費者、特に若年層に知られていないことだ。トライアル機会の創出が最優先となる。

ポッカサッポロとしては「彩香」をフックに間口を広げたい。ハードリカーに力を入れる店舗の協力を得るなどして、「割材は甲類焼酎だけのものではない」と呼びかけていく。タイミングを見て料飲店にも仕掛けたい。今回は若年層にフォーカスしたが、中高年でお酒用割材が未経験の人にもアプローチする。

ただ、びん製品ユーザーが形成する、甲類焼酎に入れる伝統的な飲み方を否定するのではない。「彩香」をきっかけにびん製品をトライアルしてくれるのが理想だ。

「お酒にプラス」の歴史を教えてほしい
サッポログループ傘下に入る前の旧ポッカコーポレーションが30年前に発売したお酒用の割材だ。日本はカクテル文化に伴ってお酒用割材、特に焼酎向けの歴史が長く、誕生時は「焼酎用」として異なる製品名で販売していた。グループ入りを機に「お酒にプラス」となった。

社内での認識も特別なものがあり、メインフレーバーがレモンで、レモン事業を手掛けるポッカサッポロフード&ビバレッジとしてはプライドがある。一方で総合酒類メーカーとしての顔を持つサッポログループにとって替えの効かない重要な役割を担う商材ともなっている。

「お酒にプラス」の歴史を教えてほしい
サッポログループ傘下に入る前の旧ポッカコーポレーションが30年前に発売したお酒用の割材だ。日本はカクテル文化に伴ってお酒用割材、特に焼酎向けの歴史が長く、誕生時は「焼酎用」として異なる製品名で販売していた。グループ入りを機に「お酒にプラス」となった。

「お酒にプラス」の歴史を教えてほしい
サッポログループ傘下に入る前の旧ポッカコーポレーションが30年前に発売したお酒用の割材だ。日本はカクテル文化に伴ってお酒用割材、特に焼酎向けの歴史が長く、誕生時は「焼酎用」として異なる製品名で販売していた。グループ入りを機に「お酒にプラス」となった。