



は20代の飲用量・頻度が増えた・やや増えたという回答が70%以上、30代でも60%を超えるなど、若年層の間で広がり、多くの集まるエリアでよく売れており、若年層からの支持を得ていることが伺える。もともと関東で親しまれていた本シリーズだが、現在では関西にも販売エリアが広がっており、大阪のアメリカ村などでも好調で、売れ行きを見せている。

評価の高い宇治抹茶の品薄状態も続いている。

う。お茶割りはあくまでも飲み方。お茶割りシリーズを展開していくとともに、お茶と割るのに適してい
る『極上〈宝焼酎〉』を推奨していきたい。お茶の香
氣成分と樽貯蔵熟成種は同じ成分（バニリン・ダマセ

れている。もう3割を伸ばすことも可能なはずだ。現在、弊社はお茶割り推進のHPを公開しているが、将来的にはユーバーや料飲店にもアプローチをかけていく。飲む人によって濃さを変えることができることを、『お茶割り』の展開を経て

な店舗が出てきており、店舗に用意されているお茶で割つて飲むユーザーもいるそうだ。RTDは無糖やジンソーダ、ハイボールが主流だが、お茶割りも1つの強カタゴリーになる日も遠くないのかもしれない。

宝酒造のお茶割りは好調だ。本誌が推定した2023年～25年の「宝焼酎のお茶割りシリーズ」の販売実績は、堅調に伸長している。通年で4フレーバーを展開しているほか、今秋に限定缶として「やわらかほうじ茶割り」(写真左上)も発売した。

なイメージから、「お茶割り」というと、中高年の印象を持たない。しれない。」

方が飲んでいい
れているかも
しかし、「宝焼」と低くて飲みやすい」「お茶という素材 자체に良いイメージがある」「お茶 자체

ルから焼酎甲

「無着色で抹茶本来の美しさの緑色」が特徴で、インバウンド需要も見込まれる。

指す ている。
ソフトアリ

を楽しんでいる光景を見て
いると、着実にお茶割り文
化が浸透しつつあると実感
する。話を聞いてみると、
缶だけではなく、お茶と焼

る佃裕之商品第一課長は、昨今のお茶割り市場について紹介し、市場の24年販売量が前年比157・4%と拡大している。居提供されているメニューも、定番のレモンサウイスキーハイボールにお茶割りを提供するも増えてきている。世間では、緑茶や茶が糖質ゼロでへ

部企画 割り市 「お茶」規模はと大き 酒屋で ューで ワーや ル以上 ルする店舗 ルシ」 ルシ」 い」「アルコール度数が4% で食中酒としての適性が高 い」「お茶で割っているの を見せている。ユーチャ構 成比も20~30代が半数を占 めている。また、全年齢層 にお茶割りを飲んだことが あるかの質問をすると、約 52%の方が飲んだことがあ ると回答。内、焼酎甲類で 割ることが多いという回答 を得た。増加の要因は、「無 炭酸でお腹にたまりにく い」「お茶で割っているの

割り」(静岡割り)が飲まれており、全国的には1980年代に起きたチューハイブームを経て徐々に広がりを見せていった。そして、この時期に缶入りの烏龍茶や緑茶飲料が誕生したことが、烏龍割りや緑茶割りなど「お茶割り」の浸透に強く関係しているといわれている。

最近、弊社が着目しているのは〈宇治抹茶〉。近年、

宝酒造

「お茶割り」が好調

『お茶割り』は一説によると、静岡などのお茶どこで云流均こ堺村の『录茶

ノン・フルフレーム
ル）が含まれてお
り、
る茶割りへの

【記者の目】
先日、渋谷・道玄坂近くに行くことがあったので、近隣のコンビニを回つ