

サントリーは今月中旬に国内酒類とビールそれぞれの26年事業方針説明会を開催し、1日に就任した西田英一郎社長が、「ビール類の飛躍的成長を軸とした各カテゴリーの成長を続け、国内酒類事業計で今年も3%の増収を果たす」との姿勢を示した。



西田 英一郎

説明会の冒頭、西田社長(写真右上)は国内酒類事業の25年実績(金額)を振り返り、「市場全体がフラットのなか、103%とけん引できた」とし、ビール類102%、RTD108%、ウイスキー類101%、ワイン102%、ノンアルコール飲料103%と、各部門揃って増収となったことを説明。「時代のニーズに寄り添い、ものづくり品質を大切にしながら、酒類文化の創造に取り組む続けてきた成果の現れ」として、年間8000万本(350ml缶換算)を突破した「196」の新シリーズや、新テレビCMオンエア後は販売が2ケタ伸長した「角瓶」、「水空エール」、「ジューシーブリュール」

サントリー 国内酒類3%増狙う

「ザ・ビール」などによる新需要創造の成果と、ウイスキーの「山崎」やワインの「SUNTORY FROM FARM」が、ISC、IWCで世界的評価を受けたこと、大阪工場が日本の工場として初めてリキュール・プロデューサー・トロフィーを受賞したことを紹介。

26年については、「様々な挑戦を継続することで、ビールの飛躍的成長を軸とした各カテゴリーの成長で103%を達成し、99%と見込む市場を引き続きけん引する」との構えを見せた。(各カテゴリーの計画は、ビール類101%、RTD105%、ウイスキー類104%、ワイン100%、ノンアルコール117%)。

また、多田 寅常務執



多田 寅

5715万箱、ノンアルコールビールが97%の約809万箱。ビール類の内訳は、「ザ・プレミアム・モルツ(プレミアム)」計が93%の約1317万箱、「サントリー生ビール(サン生)」計

行役員ブランド部門長(同左下)が26年のビール事業方針を説明。「市場の変化は大きいが、数量101%を最低目標に、10月にビール酒税一本化が完結する今年を、反転攻勢の年にする」とした。

多田常務の説明によると、サントリーのビール事業25年実績(数量)は合計で99%(市場推定96%)の約6528万箱(「ビール大びん換算」。うち、ビール類が99%の約

が104%の約651万箱、「パーフェクトサントリービール(PSB)」計が118%の約339万箱、「金麦」計が99%の約2973万箱で、ノンアルコールビールは97%の約809万箱だった。また、業務用のびん・樽は103%の約1251万箱(上記外数)と伸

長した。多田常務はブランド毎の実績について、「プレミアムはプレミアムビールの位置づけが変化して、ミラムを、もういちどはじめよう。」をテーマに、「プレメル」を大幅に刷新。「第二の新発売の心構えで取り組む」(多田常務)。3月には「プレメル」のスタイル訴求展開として、プレミアムグラスキャンペーンを実施。スタンダード価格帯では、生ビールという言葉からの想起率が高まっている「サン生」の中味とパッケージをリニューアル。引き続き、飲食店需要の喚起に注力するほ

「26年も市場をけん引」西田新社長

を大幅刷新する。なお、26年の販売計画は、事業計で101%の約6570万箱。うち、ビール類は99%の約5655万箱、ノンアルコールビールは113%の約915万箱。ビール類の内訳は、「プレメル」計が100%の約1315万箱、「サン生」計が108%の約700万箱、「PSB」計が103%の約350万箱、「金麦」計が96%の2850万箱。外数の業務用びん・樽は100%の約1245万箱を計画している。

やや苦戦したが、サン生が飲食店で大きく伸び、金麦も旧ジャンル市場が大きく減るなかで健闘。リピーターが大きく増えたPSBは2ケタ伸ばすことができた」とコメント。

26年は、プレミアム、スタンダード、エコノミーの3価格帯それぞれでのブランド強化と、新需要創造領域の拡大に注力する。プレミアム価格帯では、プレ

また、エコノミー価格帯の柱として大きなボリュームをもつ「金麦」は、10月まではキーワードの「家で飲むのに一番ふさわしいビール類を、「糖質75%オフ」の単独コミュニケーションを含

(石母田 健



昨年末の新聞報道によると、25年に生まれる子どもの数が24年比3%減の約66万5千人と2年連続で70万人を下回り、統計のある1899年以降、過去最少となる試算結果が出たという。16年以降10年連続の減少だ。出生数に大きく影響する婚姻数は前年並みの48万5千組と下げ止まりの兆しをみせているが、結婚しても子どもを持たない、欲しがらない夫婦が増えているため、将来の出生数の下支えにつながる保証は全くない。▼今年は丙午。活気ある年、経済が好転する年などと云われるが、その一方で、迷信が災いして、これまで出生数が減ってきた経緯がある干支でもある。前回の丙午には前年の25%も出生数が減ったというから驚きだ。▼新年の業界交礼会で某総合酒類食品企業のトップが「何はともあれ、ウマいんですよ」とあいさつした。迷信より怖いSNS全盛の今、出生数の心配はさておき、その言葉どおり、皆さん健康で商いがご繁盛されますように…。