2022年 サントリービール（株）事業方針

サントリーホールディングス株式会社　　2022年01月06日

サントリービール（株）は、“最高のうまさで、ワクワクさせたい。”をビジョンに掲げ、事業を展開しています。

2021年は、「ザ・プレミアム・モルツ」ブランドのお客様の変化を捉えた新プロモーションや“四季の金麦”の継続展開、健康を気遣いながらリフレッシュしたいというニーズにお応えするための「オールフリー」のリニューアル、「パーフェクトサントリービール」新発売など、新たな需要創造に挑戦しました。2022年は、高品質なものづくりと最高のおいしさを真摯に追求するとともに、新たなビール類の価値創出に挑戦します。サントリーのDNAである「やってみなはれ」精神の象徴として、ビール事業の活動を強化していきます。

●2021年　振り返り

国内ビール類総市場※1が対前年96%程度と推定される中、当社は同94%となる6,102万ケース※2を販売しました。うちノンアルコールビールテイスト飲料を除くビール類の販売数量は、5,215万ケース（対前年92%）となりました。伸長しているカテゴリーの中では、当社ビールカテゴリー（缶）は対前年126%、機能系ビール類は同116%、ノンアルコールビールテイスト飲料カテゴリーは同111%と好調でした。

「ザ・プレミアム・モルツ」ブランドの販売数量は、1,101万ケース（対前年87%）となりました。「ザ・プレミアム・モルツ」を“日常のちょっとした贅沢”として、お客様の生活に浸透させるべく、お客様の変化を捉えた新プロモーションを展開しました。「ザ・プレミアム・モルツ〈香る〉エール」（缶）は、対前年101%と、日本人の嗜好に合う“プレミアムエールビール”として、特に若い世代の方にご好評いただきました。

4月に新発売した「パーフェクトサントリービール」は、“本格ビールのうまさの糖質ゼロ※3”として新たなビールユーザーを獲得し、市場の活性化に貢献しました。販売数量は198万ケースとなりました。

「金麦」ブランド計の販売数量は3,478万ケース（対前年92%）となりました。「金麦」ブランドは、2020年に引き続き、“四季の金麦”を「金麦」「同〈糖質75%※4オフ〉」「同〈ザ・ラガー〉」の3種で展開し、季節の旬の食材や料理と合わせて楽しむ提案を強化しました。健康志向が高まる中、「金麦〈糖質75%オフ〉」は対前年103%と、おいしさと機能の両立を求めるお客様にご好評いただきました。

「オールフリー」ブランドの販売数量は、881万ケース（対前年111%）となりました。健康志向が高まる中、内臓脂肪に着目した機能性表示食品である「からだを想うオールフリー」が好調に推移し、340万ケース（対前年135%）と伸長しました。

※1　ノンアルコールビールテイスト飲料含む

※2　大瓶換算（1ケース＝633ml×20本）

※3　食品表示基準に基づき、100mlあたり0.5g未満を「糖質ゼロ」としています。

※4　「金麦」比

●2022年　方針

国内ビール類総市場およびノンアルコールビールテイスト飲料を除く国内ビール類市場は、ともに対前年100%程度と推定されます。

当社は、事業の中核となる「ザ・プレミアム・モルツ」「パーフェクトサントリービール」「金麦」「オールフリー」各ブランドのバリューアップと新価値提案などにより、新たな飲用需要を創造しビール類総市場の活性化を図ります。また当社が長年こだわってきた“飲用時品質”向上活動により一層取り組むとともに、新たな業務用商品を展開するなど、料飲店様に寄り添った活動を展開、業務用市場の活性化を図ります。

当社の販売数量は、6,300万ケース（対前年103%）、うちノンアルコールビールテイスト飲料を除くビール類では5,400万ケース（同104%）を目指します。

▼「ザ・プレミアム・モルツ」ブランド

「ザ・プレミアム・モルツ」ブランドの販売数量は、1,242万ケース（対前年113%）を目指します。お客様の意識変化を踏まえ、ブランド全体でプレミアムブランドとしての価値を提案すべく活動していきます。プレミアムビールの定番ブランドとして「ザ・プレミアム・モルツ」の価値を訴求するとともに、「同〈香る〉エール」で若年層のニーズに応えていきます。また、「ザ・プレミアム・モルツ マスターズドリーム」は、「同 マスターズドリーム〈無濾過〉」新発売や、「同 マスターズドリーム 5L樽」の全国展開により、“プレモルの最高峰”としてブランド全体の価値向上に取り組みます。

「ザ・プレミアム・モルツ マスターズドリーム〈無濾過〉」新発売：（ニュースリリースNo.14056参照）
https://www.suntory.co.jp/news/article/14056.html

料飲店限定「ザ・プレミアム・モルツ マスターズドリーム5L樽」全国発売：（ニュースリリースNo.14057参照）
https://www.suntory.co.jp/news/article/14057.html

▼「パーフェクトサントリービール」

「パーフェクトサントリービール」は、さらなるおいしさを追求し、ビール好きの方に心より楽しんでいただけるよう、中味・パッケージともに刷新します。高い評価をいただいている味わいの骨格はそのままに、上質で深いコクが特長のダイヤモンド麦芽を1.3倍※5に増量し、その魅力を引き出すことでビールらしい飲みごたえをさらに強化しました。販売数量は300万ケースとさらなる飛躍を目指します。

新「パーフェクトサントリービール」発売：（ニュースリリースNo.14039参照）
https://www.suntory.co.jp/news/article/14039.html

※5　従来品との比較

▼「金麦」ブランド

「金麦」ブランドの販売数量は、3,485万ケース（対前年100%）を目指します。「金麦」は、中味・パッケージともに刷新し、過去最大※6の麦芽量で麦のうまみがアップするとともに、縦書きのロゴを採用し、こだわりの素材や製法をあわせて記載することで、家で過ごす時間にふさわしい、丁寧にまごころ込めて仕上げたおいしさを表現しています。おいしさと機能を両立した「金麦〈糖質75%オフ〉」、食べごたえのある食事と合わせても満足できる力強い味わいの「同〈ザ・ラガー〉」とともにお客様のニーズに応え、“日常的に家で飲むのに一番ふさわしい新ジャンル”を目指します。

新「金麦」発売：（ニュースリリースNo.14059参照）
https://www.suntory.co.jp/news/article/14059.html

※6　これまでの「金麦」との比較

▼「オールフリー」ブランド

「オールフリー」ブランドの販売数量は、900万ケース（対前年102%）を目指します。今後も高まりが予想される健康意識を“普段からなるべく健康を気遣いたい”、“しっかり対処・予防したい”の2つの方向から捉え、「オールフリー」と「からだを想うオールフリー」の2本柱でノンアルコールビールテイスト飲料の市場を拡大していきます。