サントリー国内酒類事業 2022年ノンアルコール飲料活動方針

サントリーホールディングス株式会社　　2022年02月21日

2021年のノンアルコール飲料※1市場は約4,000万ケース※2（前年比115%）となり、10年前の2011年から約2倍に拡大しました。お客様の飲用シーンも、お酒を飲めない状況での代替品としてだけでなく、健康意識の高まりやライフスタイルの変化によって多様化しています。アルコール度数0.00%のノンアルコール飲料は今後さらに需要が高まり、2030年には2021年の約1.4倍となる5,500万ケース規模になると推定しています。

※1　アルコール度数0.00%の、ビールテイスト飲料やRTDテイスト飲料、ワインテイスト飲料など

※2　8.4L換算　当社推計

当社の2021年ノンアルコール飲料の販売数量は、「オールフリー」ブランドに加え、3月に発売した「のんある晩酌 レモンサワー ノンアルコール」などが好調に推移し、1,641万ケース（前年比117%）となりました。

　今後も、お酒を飲む人も飲まない人も一緒に楽しめる文化を創造すべく、アルコール度数0.00%のノンアルコール飲料だからこそ実現できる魅力を積極的に提案していきます。2022年は、1,758万ケース（前年比107%）を目指します。

■2022年活動方針

ノンアルコール飲料に対するお客様の様々なニーズにお応えし、より多くのお客様に潤いを与え、豊かな生活文化の貢献に向けて活動していきます。

具体的には、ノンアルコール飲料をよりいっそう美味しく、お楽しみいただくために「圧倒的美味の実現」、お客様の嗜好やシーンに合わせて選べる「ノンアルコール飲料商品のラインナップ拡充」、商品展開にとどまらない「ノンアルコール飲料の魅力をお伝えする提案」に取り組んでいきます。

≪圧倒的美味の実現≫

サントリーグループは、100年以上前から高品質な商品・サービスを通じてお客様に感動をお届けするために、ものづくりに真摯に取り組み、中味品質を磨いてきました。ビール類・洋酒・ワイン・焼酎など様々なカテゴリーの中味開発拠点をもち、日々研究・開発を続けています。

これまで培った知見に加え、脱アルコール技術や創味技術をノンアルコールテイスト飲料商品にも生かしながら、さらなる圧倒的美味を追究していきます。

≪ノンアルコール飲料商品のラインナップ拡充≫

2010年には「オールフリー」、2011年には「のんある気分」を発売するなど、業界に先駆けていち早くアルコール度数0.00%のノンアルコール飲料市場の創造を図ってきました。近年も、健康意識の高まりにお応えする機能性表示食品「からだを想うオールフリー」やレモンサワーテイストの「のんある晩酌 レモンサワー ノンアルコール」を発売。今年3月には、新たにワインテイストの「ノンアルでワインの休日」を発売するなどラインナップの拡充を図っていきます。

「ノンアルでワインの休日」2種新発売：（ニュースリリースNo.14068参照）

≪ノンアルコール飲料の魅力をお伝えする提案≫

ビールテイスト、サワーテイストといった種類ごとではなく、ノンアルコール飲料全体をひとつの市場と捉え、新規ユーザーの獲得や継続的な飲用を促進し、市場の活性化を図ります。

家庭用では、ノンアルコール飲料の最需要期である夏季には消費者キャンペーンや店頭プロモーションを実施。業務用では、ノンアルコール飲料を提案するとともに、お酒を飲む人も飲まない人も一緒にノンアルコール飲料の美味しさや魅力を楽しめる飲用シーンの提案を行っていきます。

特に、ノンアルコール飲料の魅力を体感いただきたいという思いから、4月28日（木）～5月5日（木・祝）の期間限定で、「のんある酒場」を東京駅一番街（東京都千代田区）にオープンします。

「のんある酒場」期間限定オープン：（ニュースリリースNo.14093参照）

https://www.suntory.co.jp/news/article/14093.html

●「ノンアル」ホームページ

https://www.suntory.co.jp/non-al/