

2021年 サントリービール（株）事業方針

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。2020年は、「ザ・プレミアム・モルツ」ブランドの“神泡”プロモーションの進化や“四季の金麦”の展開、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」のリニューアルなど、新たな需要創造に挑戦しました。ビール事業は、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、2021年も、高品質なものづくりと最高のおいしさを真摯に追求し、新たな価値創出に挑戦していきます。

●2020年 振り返り

国内ビール類総市場^{*1}が対前年91%程度と推定される中、当社は、同91%となる6,475万ケース^{*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、5,675万ケース（対前年89%）となりました。

「ザ・プレミアム・モルツ」ブランドの販売数量は、1,260万ケース（対前年73%）となりました。さらなる“おいしさ”と“泡品質”を追求し、「ザ・プレミアム・モルツ」「同〈香る〉エール」を同時にリニューアル、当社ビール固有の価値である泡にフォーカスした“神泡”プロモーションを継続しました。酒税改正による減税を追い風に、10月以降の「ザ・プレミアム・モルツ」ブランド（缶）の販売数量は対前年106%、特に「同〈香る〉エール」は対前年123%と好調に推移しました。

「金麦」ブランドは、“四季の金麦”を「金麦」「同〈糖質7.5%^{*3}オフ）」「同〈ゴールド・ラガー）」の3種で展開しました。酒税改正による増税の影響はあったものの、食事に合う新ジャンルとしてお客様にご好評いただき、「金麦」ブランド（缶）計の販売数量は3,667万ケース（対前年100%）と過去最高を更新しました。

「オールフリー」ブランドの販売数量は、793万ケース（対前年108%）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、年間販売計画を上回る253万ケースと伸長しました。

※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 「金麦」比

●2021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97%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」「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。当社の販売数量は、6,520万ケース（対前年101%）、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5,710万ケース（同101%）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、1,235万ケース（対前年98%）、このうちギフト商品を除く缶商品は、585万ケース（対前年101%）を目指します。お客様の変化を捉えた新プロモーションを年間で継続展開し、「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ていきます。また、料飲店における「一杯」がより大切になる中、当社ビール固有の価値である泡にフォーカスした“神泡”を活用し、おいしさを記憶に残す感動体験の創出に注力していきます。

▼「金麦」ブランド

「金麦」ブランドの販売数量は、3,764万ケース（対前年100%）を目指します。引き続き季節ごとに味わいを変える“四季の金麦”を展開し、パッケージの刷新や年間を通じコミュニケーションを強化することで、季節の旬の食材・食事との相性訴求を強化していきます。「金麦〈糖質75%オフ〉」は、“飲みたいけど健康が気になる”人への提案として、おいしさと機能を両立した独自価値の訴求を強化します。また、「金麦」ブランドのコンセプトにもある“幸せな家庭の食卓”の中でも、“ビールも食事も、ガッツリ満足したい”というニーズに応えるべく、“飲みごたえと心地良い後味”が特長の「同〈ザ・ラガー〉」を新発売します。

“春の味”の「金麦」ブランド3種 季節限定新発売：（ニュースリリース No.13823 参照）

「金麦〈糖質75%オフ〉」新TV-CMオンエア開始：（ニュースリリース No.13824 参照）

「金麦〈ザ・ラガー〉」新発売：（ニュースリリース No.13822 参照）

▼「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、810万ケース(対前年102%)を目指します。「オールフリー」は、“ビールを飲めない時の代替品”ではなく、“何も気にせず気楽にリフレッシュできる”ノンアルコールビールテイスト飲料を目指し、中味・パッケージを刷新しました。「アルコール度数0.00%」「カロリーゼロ^{※4}」「糖質ゼロ^{※5}」「プリン体ゼロ^{※6}」を実現した機能はそのままに、「オールフリー」の特長である“ぐっとくるのどごし”と“キレの良い後味”をさらに向上させました。また、ご好評いただいている機能性表示食品「からだを想うオールフリー」は、より多くのお客様に手にとっていただくために、健康意識の高まる時節を中心に、複数のプロモーションを展開します。

※4 食品表示基準に基づき、100mlあたり5kcal未満を「カロリーゼロ」としています。
※5 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。
※6 100mlあたり0.5mg未満を「プリン体ゼロ」としています。

以 上

水と生きる SUNTORY

「水と生きる」は、私たちがお客様や社会と交わす約束です。
貴重な水を守り、水を育む自然環境を次世代につなぐこと。商品やサービスを通じて人々の心を潤すこと。
水のように柔軟に力強く新たな価値創造に挑戦すること。
これらの約束を果たすため、私たちは様々な活動に取り組んでいます。