

2022年 サントリーワインインターナショナル（株） 事業方針

2021年のサントリーワインインターナショナル（株）^{※1}は、国内ワイン総市場が前年を下回ったと推定されるなか、「酸化防止剤無添加」シリーズや「サントリーワインサワー350ml缶」などの国産カジュアルワインの好調、イタリア産オーガニックワイン「タヴェルネッロ オルガニコ」の大幅な伸長などにより、売上収益は前年を上回りました。

※1 （株）岩の原葡萄園、ファインズを含む

2022年は、近年の市場やお客様のニーズの変化を踏まえ、さまざまなお客様に合わせた新しい提案を行っていきます。具体的には、「サントリー登美の丘ワイナリー」を起点とした日本ワインの情報発信・ワインのハードルを下げるための新しい飲み方の提案・「ものづくり力」を活かした幅広いお客様のニーズへの対応など、日頃ワインを飲んでいただいているお客様への取り組みに加え、新たなお客様にも当社のワインを手にとっていただくための取り組みを強化します。

●2021年 振り返り

▼日本ワイン

日本ワインの販売数量^{※2}は、対前年104%となりました。なかでも「登美の丘ワイナリー」シリーズ、「ジャパンプレミアム」シリーズは、徹底した品質管理によって生まれる味わいに高い評価をいただき、大きく伸長しました。

※2 （株）岩の原葡萄園による販売数量を含む

▼国産カジュアルワイン

国産カジュアルワインの販売数量は対前年102%となりました。「酸化防止剤無添加」シリーズは238万ケース^{※3}（対前年100%）を販売し、2021年も売上容量国内No.1^{※4}となりました。またお客様の健康意識のさらなる高まりを踏まえ、新商品として8月に発売した「酸化防止剤無添加の

おいしいワイン。糖質30%オフ^{※5}」は、日常的においしく糖質を抑えられる商品としてお客様にご好評いただきました。2月に発売した「サントリーワインサワー350ml缶」は、食事に合わせやすいすっきりとした味わいや、ソーダで割ったワインを気軽に楽しめる点などが好評で、発売約1ヵ月半後の3月には年間販売計画を35万ケース^{※6}に上方修正。さらに年間の販売実績も修正計画を達成しました。

※3 720ml×12本換算

※4 インテージSRI+調べ 国内ワイン市場2021年1月～12月販売容量(全国SM/CVS/酒DS/ホームセンター/ドラッグストア/一般酒店/業務用酒店計)

※5 「酸化防止剤無添加のおいしいワイン。(赤)」「同(白)」の平均値との比較

※6 350ml×24本換算

▼輸入ワイン

輸入ワインは、コロナ禍で長引く外出自粛などの影響で、業務用市場が打撃を受け、販売数量は前年を下回りましたが、オーガニックワインが好調で、なかでもイタリア産のオーガニックワイン「タヴェルネッコ オルガニコ」が家庭用を中心に大きく伸長しました。

●2022年 方針

近年の生活様式の変化をきっかけとして、若年層を中心とした新たにワインを手にとられるお客様の増加や、「家で過ごす時間を充実させたい」「外食が減ったので家で新たにワインを飲んでみたい」といったお客様のニーズの変化による高価格帯ワインの販売伸長など、ワイン市場にも変化が起きています。当社はそうした市場の変化を踏まえ、ワインの魅力をさまざまなお客様に合わせてお伝えすることで、日頃ワインを飲んでいただいているお客様に加えて、新たなお客様にも当社のワインを手にとっていただけるよう、取り組みを強化していきます。

▼日本ワイン

日本ワインを取り巻く環境は、市場の拡大やワイナリーの増加など、大きく変化しています。当社は、「日本ワインを、世界に誇る『ジャパニーズワイン』に」という思いで、自然・社会の両方に対してサステナブルなワインづくりをこれからも続けていくとともに、ワイナリーを起点にしたブランド開発・育成やオンラインも活用したお客様接点の拡大・深化に取り組みます。2022年は、「サントリー登美の丘ワイナリー」を起点として、見学ツアーなどリアルの接点と、ECなどオンラインの接点との両輪で、当社日本ワインの魅力をお伝えしていきます。

さらに、日欧にワイナリーを有するシナジーの発揮に努めるべく、「シャトーラグランジュ」^{※7}とワインづくりの知見を共有し合い、より品質の高いワインづくりを目指します。

※7 フランスのボルドー・メドック地区、サン・ジュリアン村屈指の名門シャトー。1983年には欧州以外の企業で当社が初めて経営に参画し、ぶどう畑の改植や醸造設備の一新、シャトーのシンボルである城館や庭園の修復など、積極的な設備投資を実施してきました。また、栽培・醸造方法を見直すなど、品質向上への体制を強化しました。現在も、「自然との共生から『テロワール』の力を最大限に引き出す」ことをワインづくりにおける哲学とし、優れた品質のワインを生み出しています。

▼新需要創造

小容量の缶入りワインのラインナップを強化し、新たなお客様にも当社のワインを手にとっていただけるよう手軽に飲んでもらえる商品をご提案します。また、新需要創造においても当社の「ものづくり力」を活かし、ワインらしさを持った、高品質でおいしい新商品を開発します。

昨年2月に発売した「サントリーワインサワー350ml缶」のご好評を受け、今年2月に「サントリーワインカフェ」ブランドを新たに立ち上げ、「サントリーワインカフェ〈ワインソーダ〉（赤）」「同〈ワインソーダ〉（白）」を新発売します。ソーダで割ったワインを気軽に楽しめる良さはそのままに、サワーではなく「ワインのソーダ割り」としての味わいを伝えていきます。

さらに、伸長を続けお客様のニーズが多様化するノンアルコール市場に向けても、缶入りのノンアルコールワインテイスト飲料「ノンアルでワインの休日（赤）」「同（白）」を3月に新発売します。国産カジュアルワインの「ものづくり力」と、社内に蓄積された「創味技術」を重ね合わせ、果実味あふれる香り、ワインエキスによるコクのある味わい、飲み終わりの余韻など、ワインのような香味を持った本格的な中味に仕上げました。スパークリングワインテイストで気軽にお楽しみいただけます。発売にあたり、ワイン事業においては10年ぶりとなるTV-CMも投入し話題化を図るとともに、サントリーグループの国内酒類事業全体でノンアルコール飲料のラインナップを拡充します。

「サントリーワインカフェ〈ワインソーダ〉」2種新発売：（ニュースリリースNo.14069参照）
「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）

▼国産カジュアルワイン

国産カジュアルワインでは、引き続きお客様のニーズ把握に努めるとともに、原料調達や発酵・ブレンドといった製造ノウハウなど、当社の「ものづくり力」を活かし、お客様が求める高品質でおいしいワインをお届けしてまいります。その中心となる「酸化防止剤無添加」シリーズの販売数量目標は、2022年は255万ケース（対前年107%）、2027年には400万ケースを目指します。

▼輸入ワイン

日本において伸長するプレミアムワイン需要にお応えすべく、「ドメヌ バロン ド ロートシルト サガR ボルドー」のパッケージをリニューアルし、ドメヌ バロン ド ロートシルト ラフィット社^{※8}が手掛ける同ブランドの伝統や格式を伝えます。

スタンダードワインでは、ご好評いただいている「タヴェルネッコ オルガニコ」ブランドから新たに「同 スプマンテ」を発売し、同ブランドを中心に多様なラインナップでオーガニックワイン市場の活性化を図ります。

また、日常的に楽しむワインにも上質感や満足感を感じていただけるよう、「サンタ バイ サンタ カロリーナ」シリーズから「サンタ ゴールド」2種を新発売します。

「ドメヌ バロン ド ロートシルト サガR ボルドー」2種 リニューアル新発売：(ニュースリリース No.14070 参照)

「タヴェルネッコ オルガニコ スプマンテ」新発売：(ニュースリリース No.14071 参照)

「サンタ ゴールド」2種新発売：(ニュースリリース No.14072 参照)

※8 1868年設立。ボルドー地方メドック地区における第1級格付けにおいて筆頭に挙げられる「シャトー ラフィット ロートシルト」を有するワイナリーグループです。
1985年に当社と特別業務提携を締結しました。

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。