

# SUNTORY

NEWS RELEASE – No.14130 (2022.4.12)

## 「翠ジンソーダ缶」

### 2022年販売計画を250万ケースに上方修正

- 当初年間販売計画の6割を突破 —
- 日常の食事と合わせて楽しむ「翠ジンソーダ」が好評 —



この高解像度画像は <https://www.suntory.co.jp/news/index.html> に掲載しています。

サントリースピリッツ（株）は、「翠ジンソーダ缶」の2022年販売計画を当初の150万ケース※<sup>1</sup>から、約1.7倍の250万ケースに上方修正します。

※<sup>1</sup> 1ケース=6L換算

サントリージン「翠（SUI）」ブランドは、「ジンはカクテルに使われるお酒」というイメージを一新し、ハイボールやレモンサワーに次ぐ「第3のソーダ割り」カテゴリーの確立という新市場創造に挑戦しています。瓶と缶を合わせた「翠（SUI）」ブランドの1-3月販売数量は対前年340%※<sup>2</sup>と大きく伸長しています。

※<sup>2</sup> 1ケース=8.4L換算。「翠ジンソーダ缶」はアルコール度数40%に換算して算出

3月22日(火)に発売した※3「翠ジンソーダ缶」は、「翠(SUI)」をソーダで割った「翠ジンソーダ」の爽やかで飲みやすい味わいを缶容器で実現し、より多くの方に「翠ジンソーダ」の魅力を気軽に楽しみいただくことを目指した商品です。お客様からは「すっきりとした味わいで美味しい」「甘くなくて食事に合う」といったお声をいただき、当初年間販売計画(150万ケース)の65%を超える販売数量となりました。

※3 コンビニエンスストアにて2月15日(火)より先行発売

今後も、「翠(SUI)」ブランドのマーケティング活動を強化し、さらに多くのお客様に「居酒屋メン」との相性訴求等、日常の食事と合わせて楽しむ「翠ジンソーダ」という飲み方をより多くの方にお伝えしていきます。

### ●今後の「翠(SUI)」ブランドの主な活動



この高解像度画像は <https://www.suntory.co.jp/news/index.html> に掲載しています。

#### <オリジナルグラス付きセット発売>

5月17日(火)に「翠(SUI)」(700ml瓶)または「翠ジンソーダ缶」(350ml×3缶)にオリジナルグラスがついたセットを発売します。

「翠ジンソーダ」を日常の食事と合わせて楽しんでいただくために、食卓を彩るオリジナルグラスとともに提案するものです。オリジナルグラスは、日本の食卓に馴染みの深い和素材3種(柚子・緑茶・生姜)の香りがより感じられるよう形状にこだわるとともに、色合いも「翠ジンソーダ」の爽やかな味わいを表現しました。

### 〈「翠（SUI）」350ml 瓶 新発売〉

4月5日（火）には、全国のコンビニエンスストア限定で「翠（SUI）」350ml 瓶を新発売しました。700ml 瓶に加え、ご自宅でもより気軽にお楽しみいただけるように小容量のラインナップを拡充し、お客様接点のさらなる拡大を図ります。

### 〈TV-CM放映〉

「翠ジンソーダ缶」発売時より放映しているTV-CMは、桜井ユキさんと東京03の角田晃広さんが出演し、「居酒屋メシに合う翠ジンソーダ」から缶が出たことを二人の軽快なやり取りとともにお伝えし、好評をいただいています。お酒をソーダで割った「ソーダ割り」の需要が高まる夏にかけてTV-CMを放映することで、「翠ジンソーダ」がハイボールやレモンサワーに次ぐ「第3のソーダ割り」として日常の食事に寄り添っていくことをお伝えしていきます。

▼「翠（SUI）」ホームページ <http://suntory.jp/SUIGIN>

▽本件に関するお客様からの問い合わせ先

サントリーお客様センター <https://www.suntory.co.jp/customer/>

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。