

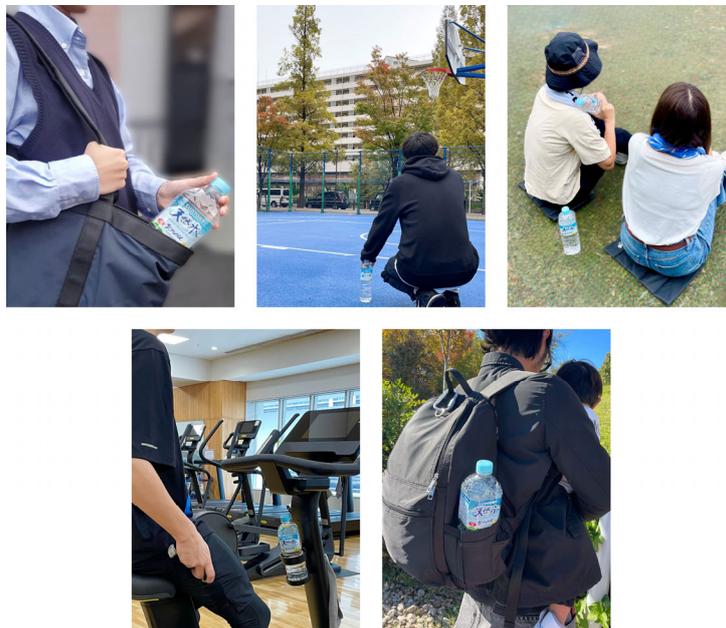
SUNTORY

SUNTORY BEVERAGE & FOOD

No.SBF1539 (2024.11.26)

「サントリー天然水」1Lペットボトル 容器のスリム化をきっかけに販売好調！

- リニューアル後の販売数量は前年比1.5倍へ —
- 多様な世代に“ちょうどいい”サイズで、飲用シーンに広がり —



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

サントリー食品インターナショナル（株）が、今年5月28日（火）より容器形状を刷新してリニューアル発売した「サントリー天然水」1Lペットボトルについて、リニューアル後の2024年6月～10月の販売数量が前年比150%^{※1}と大幅に伸長しました。

スリムな新容器の持ち運びやすさ、パーソナル用途での直飲みのしやすさ、1日の水分量としての計測しやすさなどが評価され、飲用シーンが広がりました。

※1 当社販売実績

参考：24年6月～10月ミネラルウォーター市場 前年同期比105%（当社推計）

■リニューアルの背景

以前から「サントリー天然水」1 Lペットボトルは、ご家庭向けの中容量サイズとしてラインアップをしていましたが、近年、パーソナルサイズの550 mlペットボトルに似た購買状況が確認でき、水をたくさん飲みたい時のパーソナル用途として飲用する方が増加していることが分かりました。

この飲用実態を受け、ご家庭向けの中容量サイズという考え方から、一人でたくさん飲みたい方向けの“パーソナル大容量”という考え方に発想を転換し、今年5月に容器を刷新し、片手で持って直接飲用しやすく、またリュックのサイドポケットなどにも入れて持ち運びやすい胴径・形状へと変更しました。
(NO.SBF1481)

■販売好調要因

①1 Lサイズ市場の拡大

近年、気候の亜熱帯化・健康志向などから、水分補給ニーズの高まりとともに一人当たりの飲用量が増え、飲料市場の中でも無糖茶やミネラルウォーター、スポーツドリンクなどを含む1 Lサイズ市場は拡大傾向にあり、3年で1.7倍^{*2}に伸長しています。中でもミネラルウォーターは、健康的なイメージや常温になっても味の変化を感じにくいという点で選ばれており、備蓄需要も受けて3年で2.2倍^{*2}と、1 Lサイズ市場をけん引して伸長しています。

※2 一部チャネルにおける2020年～2023年の3年間の販売数量（当社推計）

②多様な世代に“ちょうどいい”スリムな容器形状で、飲用シーンに広がり

新容器の「サントリー天然水」1 Lペットボトルは、一人でたくさん飲みたい方向けの“パーソナル大容量”という考え方で、主に社会人がオフィス内での一日の水分として、入社前に購入されることを想定していましたが、リニューアル発売後の実態調査から、その想定通り、朝の購入時間帯が多い実態が見えたとともに、想定以上に幅広いお客様から、さまざまな飲用シーンで“ちょうどいい”とご好評いただいていることが分かりました。

〈飲用シーン事例・お客様の声〉

◇子どもの学校での水分補給に

「コロナ以降、子どもに水筒を持参するようにさせている。そんな時に1 Lサイズは直接飲めて水筒代わりにもなるし、飲み切ってもらえると一日の水分をしっかりと摂取できたと感じるので助かっている。」（30代女性）

◇学生の部活での水分補給に

「もっと幼いときはジュースなどを飲んでいたが、部活の時にジュースは甘さが口に残るので、水を多く飲むようになった。500 ml前後だと足りないし追加で買いに行くのも面倒なので、1 Lサイズがちょうどいい。」（10代男性）

◇長時間のイベントやフェス用に

「イベントなど一つの場所に長時間いるときには量は多いけれども、かさばらない飲料を持ち歩きたい。そんな時に1 Lサイズを見かけてまさに自分が求めていたサイズや形状だと思った。」(20代女性)

◇ジム・サウナでの水分補給に

「仕事後にジムやサウナに行くときに買っている。汗をかくし、健康的になるために通っているので、水分も多く摂るために1 Lサイズを買って持っていくようにしている。」(40代男性)

◇子どもの送迎時に

「オフィスカジュアルが浸透していること、また子どもを保育園に送迎していることもあり、両手が空くリュックを好んで使っている。その時にサントリー天然水の1 Lサイズは、量がありながらもリュックのサイドポケットに入るので助かる。」(30代男性)

上記のように、スリムな新容器に刷新したことによる持ち運びやすさ、パーソナル用途での直飲みのしやすさ、1日の水分量としての計測しやすさなどの価値が向上し、さまざまなお客様にとって、それぞれのパーソナルな飲用シーンにおいて“ちょうどよい”点を評価いただいています。

このような新たな価値のご提案を通じて、今後も「サントリー天然水」シリーズをより一層ご愛飲いただくべく、マーケティング活動に注力し、24年は「サントリー天然水」ブランド計で、過去最高実績を更新する1億3,950万ケース（前年比101%）を目指します。

▽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

自然と水の恵みに生かされる企業として、貴重な水資源を守ること。
さまざまな企業活動を通じて社会に潤いをもたらす、社会にとっての水であること。
社員一人ひとりが水のように自在にしなやかに挑戦できる会社であること。
「人間の生命(いのち)の輝き」をめざす想いを、「水」に託して伝えるメッセージです。