

2015年 国内主要ブランド戦略説明会

2015年1月22日

サントリー食品インターナショナル株式会社

SUNTORY
SUNTORY BEVERAGE & FOOD

水と生きる **SUNTORY**

サントリー食品インターナショナル Our Vision

お客様に提供したい価値

A quest for the best tastes & quality
to bring happiness & wellness
into everyday life.

お客様の生活に幸せと健康をもたらす、
とっておきの美味しさと品質を追い求め続けること

目指す姿

To be the leading global soft drink company
recognized for our premium and
unique brands.

上質でユニークなブランドで認められる
飲料業界のグローバル・リーディングカンパニー

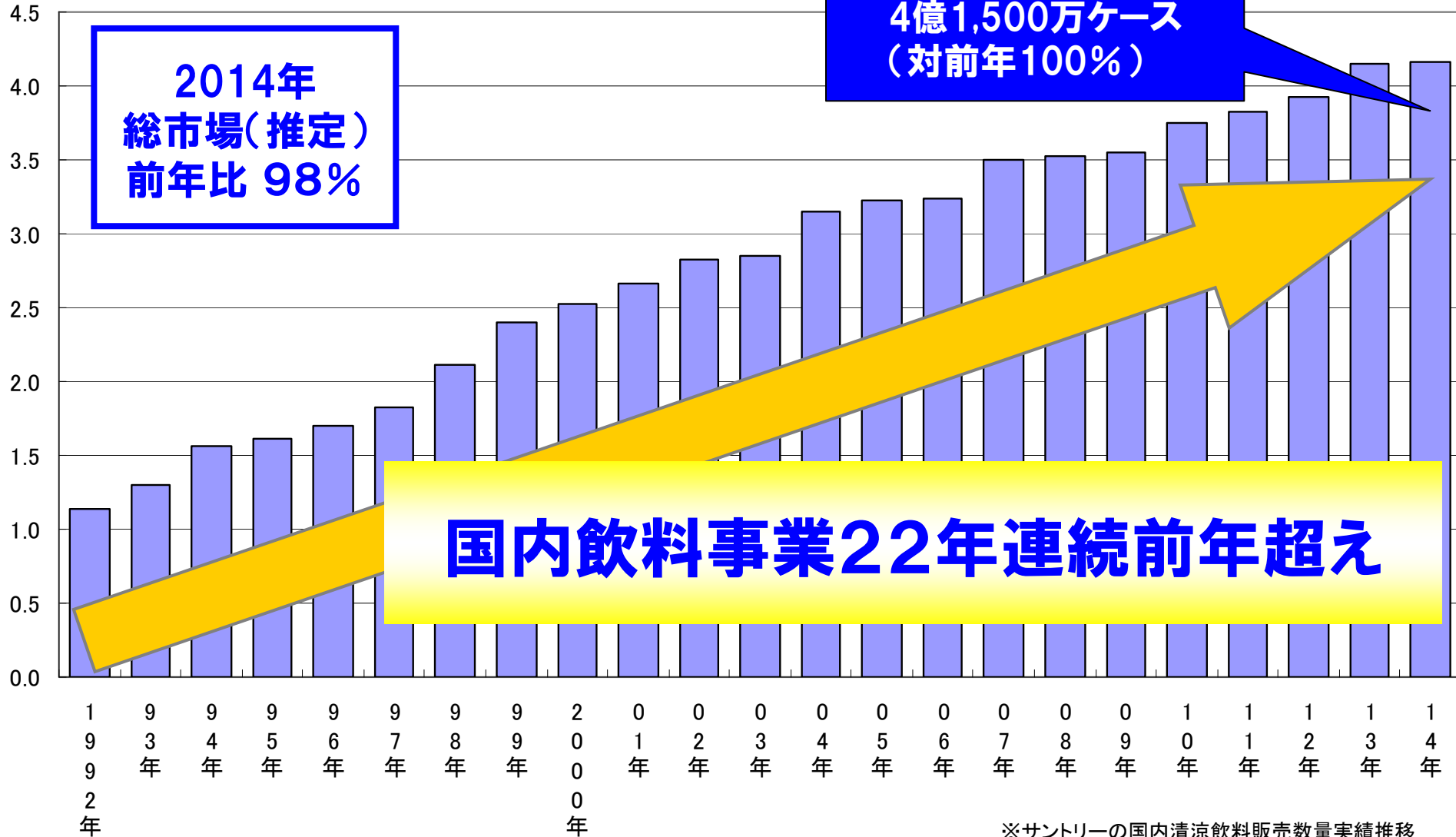
当社国内飲料販売の実績推移

単位:億ケース

2014年実績
4億1,500万ケース
(対前年100%)

2014年
総市場(推定)
前年比 98%

国内飲料事業22年連続前年超え



※サントリーの国内清涼飲料販売数量実績推移

2014年国内主要ブランド実績

単位:万ケース

	2014年 実績	前比 (%)
サントリー天然水	8,300	111
B O S S	8,810	106
伊右衛門	5,260	101
P E P S I	2,990	98
サントリー ウーロン茶	2,950	90
G R E E N D A ・ K A ・ R A	2,360	121
オレンジーナ	950	106
特定保健用食品 計	2,450	145
国内飲料 計	41,500	100

重点ブランド計
前年比 105%

※シロップ製品は
8オンス換算しています。

2015年国内主要ブランド戦略

新規需要の創造

- ◇ 新たな価値を持つ商品の提案
- ◇ 高付加価値商品の育成・拡充

「サントリー
天然水」



「BOSS」 「トクホ」



ブランド & イノベーション 戦略



2015年国内主要ブランド戦略

「高付加価値商品」
の育成・拡充を **加速**

新規需要の創造

中長期的なR&D・ブランドマーケティング・生産設備へ積極投資

<活動継続>

重点7ブランド&トクホ飲料



<最注力>

天然水・BOSS・トクホ



新カテゴリ
新ブランド

新商品

新商品

ブランド & イノベーション戦略

水と生きる **SUNTORY**

2015年国内主要ブランド計画

単位:万ケース

	2015年 計画	前比 (%)
サントリー天然水	8,540	103
B O S S	8,950	102
伊右衛門	5,290	101
P E P S I	3,010	101
サントリー ウーロン茶	2,580	87
G R E E N D A ・ K A ・ R A	2,660	113
オレンジーナ	1,180	124
特定保健用食品 計	2,670	109
国内飲料 計	41,740	101

※シロップ製品は8オンス
換算しています。

「サントリー天然水」ブランド戦略

「清冽でおいしい水」「ナチュラル＆ヘルシー」

天然水

水と生きる **SUNTORY**

との連想強化



南アルプス(水源)の豊かな
自然が育む「天然水」



スパークリングウォーター

美味しさ訴求
+ ライフスタイル提案



フレーバーウォーター

天然素材・製法による
美味しさ訴求徹底



新カテゴリー

新商品

「BOSS」ブランド戦略

「BOSS」ブランド力のさらなる強化とプレミアムへの挑戦

既存領域における
徹底的なブランド強化・育成

主力商品のさらなる強化



新たな成長領域の開拓

プレミアムボス
ブラック新発売

ラインナップ
拡充



新商品

ボトル缶

3月10日発売 プレミアムボス ブラック

PREMIUM BOSS プレボス。



● コンセプト

“最高峰のコク”のプレボスから
プレミアムなボトル缶ブラック

プレボス製法の進化と
焙煎へのこだわりにより開発

● 容器・希望小売価格(税抜)

300g : 130円

400g : 140円

● TVCM

発売日から新クリエイティブ投入予定

トクホ飲料 カテゴリ戦略

「特茶」の更なる育成・「黒烏龍茶」の刷新・カテゴリの拡充
および 様々なマーケティング施策 でトクホ市場をさらに拡大

「特茶」「黒烏龍茶」
の徹底育成・強化



伊右衛門
特茶



黒烏龍茶

商品特性に合わせた
マーケティング施策



胡麻麦茶



ペプシ
スペシャル



ボス
グリーン

カテゴリ
拡充

新商品

「伊右衛門 特茶」コミュニケーションメッセージ

1月 コミュニケーションメッセージ



4月～ 新コミュニケーションメッセージ

減らそう!
ニッポコの
体脂肪!

※スケジュールは変更になる場合があります。

元旦から新広告大量投入！
4月以降も、新コミュニケーションを間断なく展開します。

「黒烏龍茶」3月17日～生まれ変わります！



パッケージ大刷新



宣伝大刷新

Coming Soon

出演者交渉中
のため、決定次第
ご案内致します

味わい進化

- ・爽やかな飲み口の茶葉を新たに配合
- ・後味のキレを強化
- ・脂をサッパリ流す体感をアップ

その他 重点ブランド戦略

「伊右衛門」



「伊右衛門」
進化
「特茶」
徹底育成

「ウーロン茶」



食事との
相性訴求

「PEPSI」



本体刷新
Forever
Challenge

「GREEN DA・KA・RA」



「やさしい麦茶」
徹底育成

「オレンジーナ」



当社R&D技術を
活かした新商品
「レモンジーナ」
世界初ローンチ

3月31日発売「レモンジーナ」



世界初ローンチ！

コンセプト

レモン果実の味わいがすっきりと
楽しめる本格レモン炭酸

独自のピールエキスによって、
レモン果実本来の豊かな香りを実現！

容器・容量

1.2Lペット／420mlペット

希望小売
価格
(税抜)

1.2Lペット:320円
420mlペット:140円

TVCM

発売前から新クリエイティブ投入予定





SUNTORY
SUNTORY BEVERAGE & FOOD