

酒販ニュース

醸造産業新聞社

■昭和35年4月15日第3種郵便物認可 ■《旬刊》毎月1、11、21日発行／購読料1カ年15,400円(消費税込)／郵便振替口座00110-5-14639【本社】〒101-0044 東京都千代田区鍛冶町2-5-5神田駅前SKビル／電話03-3257-6841／FAX03-3257-4939【関西支局】〒530-0044 大阪市北区東天満2-9-4千代田ビル東館／電話06-6356-0325／FAX06-6356-6909●E-mail:shuhan-news@jsnews.co.jp●URL:http://www.jsnews.co.jp●



Bヌーヴォー盛り上がるか

21日、今年のボジョレ・ヌーヴォーが解禁となる。店頭予約受注は追い込みに入った。写真は10月23日、羽田空港に到着した最大手銘柄ジョルジュ・デュブッフ社のヌー

ヴォーの第1便だ。今年の出来は「口中で踊るような生き生きとした果実感に仕上がった」という。販売するサントリーは新施策で若い世代の需要喚起を狙う。関係記事9面

■主な記事■

2「無糖」「ジン」「低アル」
3 RTD、今年の新定番の切り口

6 ビール類やRTD
アサヒ4月値上げ

特集 本格焼酎の大商圏
東京どう立て直す

11月1日
2024年(令和6年)
第2209号

切り口は無糖・ジン・低アル

RTD 今年の新定番ブランド

RTD主要メーカーの今年発売の新定番ブランドが出揃った。切り口は「無糖」「ジン」「低アルコール」が目立つ。これらのうち二つに該当するブランドもある。いずれも、ニーズの拡大や変化に対応した提案だ。

拡大する食中需要に無糖

●無糖 需要拡大が続く無糖（甘くない）。その要因として「コロナ禍を経て家飲みが定着し、食中酒需要が拡大。すっきりと食事に合わせや

すい商品が選ばれるようになった」（メーカー筋）との指摘は多い。この消費者ニーズへの対応と同時に、食中は「最も量が見込める」（同）ため、主要社間の競争は一層激しくなった。

（350ml 28円→35円）を見据えた重点施策「主軸銘柄の強化」は一定の成果を感じている社が多い。レモンサワー一辺倒で飲み手が飽きて減少した22年時と比べ、今年はバラエティ化が進んだ。

サントリーは春に「196 無糖」を投入。1〜9月は2.6倍（昨年発売した「196℃瞬間凍結」との比較）で、すでに年間目標の45.8万箱

（4.8換算を超えた。「想定以上の売れ行き。間口・奥行きともに拡大した。無糖は最注力すべき領域だ」（同社））

コカ・コーラは5月から「甘くない檸檬堂」（第1弾は無糖レモン）を発売。ヘジャックダニエル&コカ・コーラゼロシュガーも4月投入した。無糖市場を開拓・牽引するキリン（氷結無糖）の1〜9月販売数量は前年同期比12%増。9月に刷新し、10月8日からは「ウメ」を加えた。

2年連続のプラス 確実 今年の市場

RTD市場は1〜9月累計で前年同期比5.4%増（主要6社計）。10月以降は「昨秋の新分野の増税値上げに伴う需要流入が

一巡。9月までより前年比は鈍化しそう」（メーカー筋）だが年間で2年連続のプラス着地は確実だ。▽無糖系素材が堅調。▽例年より多い秋の新商品の上乗せもある。2026年の酒税増税

2024年月別のRTD出荷推移

	数量 (万箱)	前年比 (%)
1月	1,175	109.3
2月	1,506	115.0
3月	1,577	93.1
4月	1,646	107.9
5月	1,662	108.9
6月	1,604	98.8
7月	1,829	108.2
8月	1,814	106.6
9月	1,673	104.8
累計	14,486	105.4

《注》1箱＝8.4ℓ換算。主要6社合計



●ジン 流通するRTD

ベース酒でジンが存在感

Dの多くはウォッカがベース酒だが、今年はジンを使った商品が増えた。背景は嗜好の多様化や未充足ニーズへの対応だ。キリンビールは8月末に「プレミアムジンソーダ杜の香」を投入した。

「甘くないRTDユーザーは2500万人以上いるが「原酒ソーダ」（ウイスキーやジン、焼酎など特徴のある原酒のソーダ割り）キリンの定義）ユーザーは159万人にとどまる。味の種類やプ



KAVALAN
SINGLE MALT WHISKY

豊富な天然水と
高温多湿な気候から作られる
高品質ウイスキー

ほのかな甘いマンゴーの香りとスパイシーな板煙味。
シルクのように滑らかに優しい口当たりが特徴。

Kavalan Classic
カバラン クラシック

1～9月650件 過去最多

飲食店倒産 年間も最多か

「酒場・ビヤホール」160件

信用調査会社の帝国データバンクが発表した今年1～9月の「飲食店倒産動向」によると、飲食店の倒産件数は前年同期比16・5％増の650件で過去最多だった。このまま推移すると、通年でも過去最多の2020年(780件)を上回り、870件前後となる見通しだ。

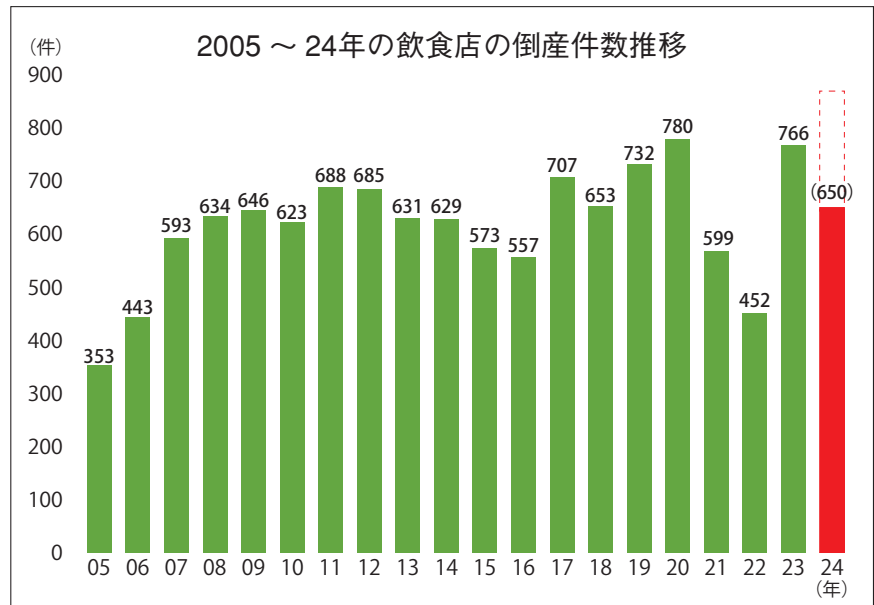
業態別には、居酒屋を主体とする「酒場・ビヤホール」が160件で最も多い。ラーメン店などの「中華料理店・その他の東洋料理店」が117件、「西洋料理店」90件、「バー・キャバレー・ナイトクラブ」70件、「日

本料理店」53件と続く。「酒場・ビヤホール」と「バー・キャバレー・ナイトクラブ」を合わせると230件で、全体の35・4％を占めた。

20年はコロナ禍で外食需要が激減し、年間倒産は780件と、過去最多だった。その後、21・22年は短縮営業への協力金などのコロナ関連支援で倒産件数は減っていたが、23年からは各種支援の打ち切りが影響して、再び増加に転じた。

●小規模業者中心に倒産・廃業増の見込み

1～9月の倒産650件のうち、10億円以上の倒産は5件、1億円未満の小規模倒産は562件。帝国データバンクは「小規模事業者が多い飲食業界は、引き続き食料・光熱費の高騰や人材の確保・維持のための賃上げなどで収益が圧迫されている。アフターコロナで競争が激化するなか、中小クラスを中心に倒産や廃業の増加は避けられない」としている。



から全国拡大した。「飲用満足度が高く、リピートにつながる。狙いどおり30～50代男性を多く獲得」(同社)。7月に年間販売目標を当初比3割増の286万箱に上方修正。9月末時点で7割の約200万箱を販売した。引き続きCMや店頭キャンペーンなどを通じて飲用喚起を図る。

酔いたくない人に低アル

●低アル RTD市場で1割程度を占める低アル分野(4%以下)。顕在化した「飲みたいけれど酔いたくない」ニーズをつかもうと、複数の新商品が発売された。既存の低アルは甘い商品が多いのに対して、味わいが「甘くない」「すっきり」との共通点が多い。

宝酒造は9月上旬、アル分3%の「発酵蒸留サワー」を発売。「例えば家事が残っていたり、子どもと過ごしたかったりで、お酒を飲みたいけど酔いたくないニーズがある。低めのアル分で甘くなく食事には合い、お酒を

飲んだ満足感もある同品で応える」(同社)。

キリンは9月下旬、3%の「華よい」を投入した。「飲みやすさと、程よいお酒感が楽しめる」(同社)。年内販売計画は80万箱。初めで5割に相当する約40万箱を販売したもようだ。

サントリーは10月8日から、4%の「へー196

無糖レモン」(既存品は6%)を定番に加えた。

◇◇

今年は「無糖」「ジン」「低アル」が目立ったRTD市場。「いかに潜在ニーズを捉え、迅速に商品化できるかが重要」の声は共通だ。開発自由度が高い酒類だけに、今後さまざまな切り口の商品が投入されそうだ。

OAK SMOOTH

BELL'S

Arthur Bell & Sons

ESTD 1825

ORIGINAL

英国で最も有名な ブレンドッド・スコッチ

ラベルに英国の国旗をあしらった
人気のある「ユニオンジャック」デザイン

ベル スコッチ オリジナル
ユニオンジャック

商品に関するお問い合わせ先: 0120-866-023 (平日9時～17時30分)

お酒は20歳になってから。飲酒は適量に。飲酒運転は法律で禁止されています。

妊娠中や授乳期の飲酒は、胎児・乳児の発育に影響を与える恐れがあります。

日本酒類販売株式会社