SUNTORY

NEWS RELEASE －№14968（2026.1.13）

２０２６年 サントリー（株）ビール事業方針

－　主要４ブランドのマーケティング活動を強化　－

－　「金麦」をビール化し、エコノミー需要を喚起　－

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（株）は、“最高のうまさで、ワクワクさせたい。”をビジョンに掲げ、ビール事業を展開しています。

２０２５年は、主要４ブランドのリニューアルなど、年間を通じてバリューアップに取り組みました。発売３年目の「サントリー生ビール」では、業務用の瓶・樽取扱店舗数が増加し、販売数量が対前年１０４％と好調に推移しました。「パーフェクトサントリービール」では、リニューアル後のパッケージや中味にご好評いただき、販売数量が対前年１１８％と伸長しました。

２０２６年は、１０月の酒税改正を見据え、主要４ブランドのマーケティング活動を強化します。特に「金麦」では、中味のビール化により、エコノミー需要を喚起します。引き続き、高品質なものづくりと最高のおいしさを真摯に追求するとともに、新たな価値の創出に挑戦します。

●２０２６年ビール事業方針

１０月の酒税改正を見据え、９月までは引き続き“ビールカテゴリーとエコノミーカテゴリーの両輪”で取り組みます。ビールカテゴリーでは「ザ・プレミアム・モルツ」「サントリー生ビール」「パーフェクトサントリービール」、エコノミーカテゴリーでは「金麦」のマーケティング活動を強化します。

１０月以降は、「ザ・プレミアム・モルツ」「サントリー生ビール」「パーフェクトサントリービール」で「プレミアム」「スタンダード」「機能」といったお客様のニーズにお応えするとともに、「金麦」のビール化によりエコノミー需要を喚起し、市場の活性化を図ります。

▼「ザ・プレミアム・モルツ」ブランド

「ザ・プレミアム・モルツ」「同 〈ジャパニーズエール〉香るエール」「同 マスターズドリーム」の中味・パッケージを刷新し、今の時代によりふさわしいプレミアムビールを目指します。

特に「ザ・プレミアム・モルツ」は、さらに“深いコク”と“心地よい余韻”を実現した中味へと進化するとともに、パッケージのベースカラーを金から紺へと大幅に刷新。新たな装いの「ザ・プレミアム・モルツ」として、お客様のニーズにお応えしていきます。

「ザ・プレミアム・モルツ」３種リニューアル新発売：
（ニュースリリース No.14952 参照）

▼「サントリー生ビール」ブランド

「沁(し)みわたるのどごし」の生ビールとして中味・パッケージを刷新し、さらなる成長を図ります。

中味は、“グッとくる飲みごたえ”を進化させ、心と身体に爽快感が沁(し)みわたるような味わいを目指しました。

パッケージは、新たなベースカラーとして爽やかな青色を配したほか、「沁(し)みわたるのどごし」の文言をあしらいました。

また１月１３日（火）より、Ｊリーグ（公益社団法人日本プロサッカーリーグ）と、「明治安田Ｊリーグ百年構想リーグ」トップパートナー契約を締結し、同リーグと連携した情報発信やキャンペーンを展開することで、お客様接点の拡大を目指します。

「サントリー生ビール」リニューアル新発売：（ニュースリリース No.14954 参照）

▼「パーフェクトサントリービール」ブランド

今後も高まる機能系のニーズに、本格ビールのおいしさと機能を両立した「パーフェクトサントリービール」でお応えしていきます。健康意識が高まる時期の集中的なコミュニケーションや、キャンペーンの展開を通じ、さらなるファン拡大を図ります。

▼「金麦」ブランド

「金麦」は、“日々、家で飲むのに一番ふさわしいビール類”を目指し、マーケティング活動を強化します。９月までは、ご好評いただいている季節のワンシーンに着目した限定品の発売や、食卓との相性を訴求するキャンペーンなどにより、さらなるファン拡大を図ります。

１０月には、「金麦」ブランド３種の中味をビール化し価値を高めることで、お客様のエコノミー需要を喚起し、市場を活性化します。

発売２０年目となる今年、「金麦」ブランドを進化させ、将来的には中期目標として販売数量３,５００万ケース※を目指します。

※６３３ml×２０本換算

以　上