

# SUNTORY

NEWS RELEASE – No.14079 (2022.1.26)

## サントリースピリッツ（株） 国産ジンの2022年戦略について



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。

2021年の国内酒類市場において、ジンカテゴリーの伸長率はさまざまな酒類カテゴリーの中で最大<sup>※1</sup>となりました。また、同年のジン市場では、販売金額で国産ジンが輸入ジンを上回り、国内酒類市場における国産ジンの存在感は一層高まっています。

サントリースピリッツ（株）は、「翠（SUI）」発売から5年となる2024年に、国産ジンの売上高として100億円を目指すという中期計画を掲げています。当社はこれからも「翠（SUI）」「ROKU（六）」など国産ジンのマーケティング活動を強化し、ジンをソーダで割って楽しむ新しい飲み方を提案します。ハイボール、レモンサワーに次ぐ第3のソーダ割りとして、新たなお酒の魅力を国内外のお客様に発信し、新しい市場の創造を目指します。

※1 当社推計

## ●国産ジン 2022年戦略

### ▼「翠（SUI）」

2021年の国内販売数量は、日常の食事に合う「翠ジンソーダ」という新たな価値がお客様に引き続きご好評いただき、対前年236%と大きく伸ばしました。

2022年も、「居酒屋メシ」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知っていただくべく、マーケティング活動を続けていきます。

家庭用では、「翠ジンソーダ」のすっきり飲みやすい味わいを缶容器で気軽にお楽しみいただける「翠ジンソーダ缶」を3月に発売します。発売にあたっては桜井ユキさんと東京03の角田晃広さん出演の新TV-CMを投入し、お客様に幅広く発売を告知します。4月には、全国のコンビニエンスストア限定で「翠（SUI）」350ml瓶を新発売します。現在販売している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。

業務用に対しても、メニュー提案や飲用時品質の向上に向けた活動を継続します。

料飲店での高品質な「翠ジンソーダ」の一杯や、缶容器で気軽に楽しめる「翠ジンソーダ缶」でお客様との接点を大きく拡大し、「翠（SUI）」をソーダで割って楽しむ飲み方の定着を目指します。

また、今年4月を目標にアジア各国に対する輸出を開始予定です。日本を越えアジアにおいても新しい食中酒の魅力を提案し、新需要創造に挑戦します。  
「翠ジンソーダ缶」新発売：(ニュースリリース No.14078 参照)

### ▼「ROKU（六）」

2021年の国内販売数量は、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う外出自粛等により前年を下回りましたが、グローバルでは60カ国以上に展開し、販売数量は発売年である2017年の約19倍となる40万ケース<sup>\*2</sup>となりました。展開各国で、日本ならではの素材を用いた繊細かつ調和のとれたジンという点にご好評をいただき、高価格帯ジンにおける世界2位のブランドへと成長<sup>\*3</sup>しています。

2022年は、引き続きグローバルにお客様との接点拡大を図りつつ、国内においても、四季のある日本ならではのボタニカルでつくられた「ROKU（六）」の魅力を伝えていきます。家庭用では、700mlに加えご好評をいただいている200mlについても、引き続き活動を強化します。業務用では、和食業態やバーを中心に、「ROKU（六）」の魅力を訴求します。

※2 9 L換算、当社輸出実績と国内販売実績（免税込み）の合算数量

※3 当社推計

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。