

「ノンアルでワインの休日」
2022年販売計画を80万ケースに上方修正



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。

サントリーワインインターナショナル（株）は、ノンアルコールワインティスト飲料「ノンアルでワインの休日」の2022年販売計画を当初の20万ケース*から80万ケースに上方修正します。

*1ケース = 350ml × 24本

3月に発売した「ノンアルでワインの休日」は、ワインを蒸溜しアルコール分を取り除いてつくったワインエキスなど、当社のさまざまなものづくりの知見を活かし、ノンアルコールでも本格的なワインのような味わいを実現しました。

同商品は、3月末までの販売数量が20万ケースに達し、今後も拡大が見込ることから、今回、2022年販売計画を当初の4倍である80万ケースに上方修正します。

さらに、4月26日（火）から「ノンアルでワインの休日（赤）」「同（白）」を2缶ずつ詰め合わせた「同 4缶アソートパック」を全国で数量限定新発売とともに、TV-CMを追加放映するなど、積極的なマーケティング活動を展開します。

●好調の要因について

(1) 本格的なワインのようなおいしさを感じられる中味

果実味あふれる香り、ワインエキスによる味わいの厚み、飲み終わりの余韻など、アルコール0.00%とは思えない本格的なワインのような中味にご好評をいただいている。

(2) ノンアルコール飲料の選択肢、飲用シーンの拡大

本格的なワインのような味わいが楽しめる新商品の登場により、ノンアルコール飲料の選択肢、飲用シーンが拡大し、今までノンアルコール飲料を飲んでいなかったお客様にもご支持をいただいたと捉えています。

(3) TV-CMへの共感・期待

ワインに造詣が深い稻垣吾郎さんが出演するTV-CMにおいて語られる、アルコール0.00%でもワインのような味わいを楽しめることにお客様が魅力を感じ、購入を後押ししたものと捉えています。

サントリーグループにおけるノンアルコール飲料の1~3月販売数量は、対前年114%と大きく伸長しました。

なお、「のんある酒場」が4月28日(木)~5月5日(木・祝)の期間限定で、東京駅一番街2階 東京グレメゾン内(東京都千代田区)にオープンします。「ノンアルでワインの休日」ほかさまざまな当社ノンアルコール飲料に加え、ここでしか味わえないオリジナルドリンクや、ノンアルコール飲料にぴったりのお食事を提供します。

「のんある酒場」期間限定オープン: (ニュースリリース No.14093 参照)

▼「ノンアル」ホームページ

<https://www.suntory.co.jp/non-al/>

▼「ノンアルでワインの休日」ホームページ

<https://www.suntory.co.jp/wine/original/kyuujiutsu/>

▽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/>

水と生きる SUNTORY

以 上

「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。