

2025年「サントリージン」戦略について

- ジンならではの魅力をお伝えし、ジン市場の創造・拡大を目指す —
- 新たに10億円を追加し、計65億円を大阪工場に投資 —
- さらなる「美味品質」向上と、ものづくりの魅力を「伝える」
新たな「スピリット・リキュール工房」を建設 —



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、創業以来「洋酒文化の創造・発展」に挑戦しています。1936年に「ヘルメスドライジン」を発売し、日本での国産ジンづくり、カクテル文化の伝承と発展等に取り組んできました。現在、ジンならではの魅力をより多くのお客様にお伝えし、さらにジン市場を創造・拡大していきたいとの思いで、ものづくり・マーケティング活動を強化しています。

ものづくりにおいては、「サントリージン」の重要な生産拠点である「サントリー大阪工場」において、生産能力増強および「美味品質」向上に向け、55億円の設備投資を実施しています（ニュースリリース No.14537 参照）。さらに、一般のお客様にも当社のものづくりを体感いただけるよう、新たに「サントリー大阪工場スピリット・リキュール工房」の公開に向け10億円を追加投資し、ジン市場の創造・拡大の取り組みを加速させていきます。

また、国内外でご愛飲いただいているサントリージャパニーズクラフトジン「ROKU 〈六〉」、食中酒というジンの新たな可能性を提案したサントリージン「翠（SUI）」などのブランド育成を強化していきます。

●国内ジン市場について

2024年のジン市場は250億円規模^{*1}と推定され、2019年と比較すると約3.5倍に成長しています。当社は、さらにジン市場創造・拡大への取り組みを強化し、2030年には国内ジン市場を450億円規模に拡大させる目標を掲げ、挑戦を続けています。

※1 小売価格ベース・ジンソーダ缶込み

▼「ジン市場に関するご参考資料」はこちらをご参照ください。

https://www.suntory.co.jp/news/article/mt_items/14758-2.pdf

●2025年「サントリージン」戦略について

1936年から80年以上にわたり、国産ジンをつくり続けてきた当社のものづくりの技術や知見を活かし、「美味品質」向上に取り組みます。さらに、その魅力をお客様に「伝える」場を創出し、ジン市場創造・拡大をけん引していきます。マーケティング活動では、より多くのお客様にジンをお楽しみいただきたいとの思いから、サントリージン「翠（SUI）」ブランドをフルリニューアルとともに、サントリージンの象徴であるサントリージャパニーズクラフトジン「ROKU〈六〉」の魅力を伝える活動に取り組みます。

▼「サントリー大阪工場」のリニューアルについて

当社工場の中で最も歴史ある^{*2}「サントリー大阪工場」は多彩なスピリッツ・リキュールを生産している重要な生産拠点であり、サントリージャパニーズクラフトジン「ROKU〈六〉」、サントリージン「翠（SUI）」にとって欠かせない工場です。

今回、「洋酒文化の創造・発展」への挑戦を体現する工場として、「つくる」と「伝える」両面で計65億円の設備投資を実施します。

「つくる」においては、2024年から2025年にかけて55億円を投資し、敷地内に新たな「スピリッツ・リキュール工房」を建設するとともに、浸漬タンク・蒸溜器などを新設・更新することで、生産能力を2.6倍^{*3}に増強します。

「伝える」においては、当社のものづくりの魅力をお客様に体感いただきたいとの思いから、2026年春頃の公開を目指し、新たに10億円を投資して見学施設等を新設します。

※2 現存する工場において。1919年「大阪工場」の前身である「築港工場」を建設。

※3 大阪工場全体における生産能力において。ジン原料酒は2倍に増強。

〈主な設備投資の内容〉

◎「つくる」に関する設備投資：新たな「スピリッツ・リキュール工房」

建設

- ・浸漬タンク 8 基の新設
- ・蒸溜器 4 基の更新
- ・「スピリッツ・リキュール工房」内に開発担当部署のラボ併設
- ・パイロットディスティラリー新設

◎「伝える」に関する設備投資：ものづくりの魅力を伝えるツアー開始

- ・“旬の素材”をテーマにした「スピリッツ・リキュール工房」へのアプローチ整備
- ・新蒸溜器を見渡せるデッキの新設
- ・360度シアターを備えたセミナールームの新設

▼マーケティング活動について

(1) サントリージャパニーズクラフトジン「ROKU <六>」

2017年に当社とサントリーグローバルスピリッツ社が互いの知見を活かした初の共同開発ブランドです。ブランドコンセプトは「日本の四季が生んだ6種の和素材を使用したジャパニーズクラフトジン」。

日本ならではの6種のボタニカル^{※4}（桜花、桜葉、煎茶、玉露、山椒、柚子）と伝統的なジンの8種^{※5}のボタニカルを使用しています。発売以来、味わいとパッケージにご好評いただいており、約60カ国^{※6}でお取り扱いいただいています。また、海外の販売ボリュームが約9割を占め、世界のプレミアムジンランキングで第3位^{※7}の、世界でも評価の高いグローバルブランドです。日本国内においても2024年の販売数量は対前年134%と好調に推移し大きく伸長しています。

※4 草根木皮（そうこんもくひ）

※5 ジュニパーベリー、コリアンダーシード、アンジェリカルート、アンジェリカシード、カルダモンシード、シナモン、ピターオレンジピール、レモンピール

※6 2024年末時点

※7 2023年IWSR（平均売価30米ドル以上銘柄）

〈プロモーション〉

サントリージンの象徴として「日本の四季が生んだ6種の和素材を使用したジャパニーズクラフトジン」というブランド価値をより多くのお客様にお伝えすべく、マーケティング活動を強化していきます。ブランドの魅力をお伝えする限定品の発売や体験イベントの実施、ブランド初となるTV-CM放映などを通じて、認知向上・体験接点拡大を図ります。

▽限定品の発売

3月には2025大阪・関西万博公式ライセンス商品であるサントリージャパニーズクラフトジン「ROKU〈六〉OSAKA BRILLIANCE EDITION」を、5月には日本の四季のうち“夏”をお楽しみいただける「同 NORYO TEA EDITION」を数量限定発売します。「ROKU〈六〉」の魅力をお伝えすることで、同ブランドのさらなるファン拡大を図ります（ニュースリリースNo.14759参照）。

▽体験イベントの実施

四季に合わせた体験イベントを通じて、「ROKU〈六〉」の新たな魅力をお伝えします。

今春には、「ROKU〈六〉」を構成する和素材の1つである「桜」を五感で感じていただける体験イベントを通じて、日本の四季を楽しむ文化の一つである「花見」と「ROKU〈六〉」の“今だけのマリアージュ”をお届けします。

- ・「MIDTOWN BLOSSOM 2025

ROKU〈六〉 MIDTOWN BLOSSOM LOUNGE

開催期間：2025年3月14日（金）から2025年4月13日（日）

開催場所：東京ミッドタウン

- ・「NAKED meets 二条城 2025 桜」

開催期間：2025年3月14日（金）から2025年4月13日（日）

開催場所：元離宮二条城

▽TV-CM

サントリージャパニーズクラフトジン「ROKU〈六〉」を構成する6種の和素材の一つ、桜花にフォーカスしたTV-CM「ROKU〈六〉美しい桜の匂を閉じ込める物語」を2月22日（土）より全国で放映します。

ひとつひとつ丁寧に手で摘まれた桜花は、新鮮なまま浸漬・蒸溜されます。そして、その香りが「ROKU〈六〉」に閉じ込められるまでを描き、季節の匂が感じられる「ROKU〈六〉」の魅力をお伝えしていきます。また、桜花が収穫から浸漬タンクに入れられる様子等を追ったWEB限定CMも公開しています。

▽ 「The Tabelog Award 2025」における「R O K U <六>」タイアップについて

日本が世界に誇る名店である「The Tabelog Award」受賞店の中から、“旬を愉しむ”をコンセプトに「BEST SEASONAL DELIGHTS by ROKU GIN」として4店を選出。サントリージャパニーズクラフトジン「R O K U <六>」の年間アンバサダーとして「R O K U <六>」の魅力をお伝えいただきます。「The Tabelog Award」では初めてのブランドタイアップ企画賞の設立で、2月18日（火）より約1年間活動いただく予定です。

▼サントリージャパニーズクラフトジン「R O K U <六>」ホームページ

<https://www.suntory.co.jp/wnb/rokugin/>

(2) サントリージン「翠（S U I）」

「ジンはカクテルに使われるお酒」というイメージに加え、居酒屋や自宅で食事とともに気軽に楽しめるお酒としての文化創造に取り組んでいます。柚子の爽やかな香りや緑茶のうまみ、後味に感じる生姜のすっきりとした辛みなどを引き出しました。食事に合う、清々しく爽やかな味わいと香りが特長です。新発売時の2020年に比べ、2024年は翠ブランド計^{※8}で10倍以上の規模、ジンにおける国内トップブランド^{※9}に成長しました。

※8 瓶・缶・ペット計の販売数量。缶・ペットは瓶に含まれるアルコール量を標準単位として換算。

※9 当社推計

〈プロモーション〉

“清々しく、すっきり爽やか”な特長をより一層感じられる中味・パッケージにフルリニューアルしました（ニュースリリース No.14711 参照）。

業務用においても、2024年より「翠オリジナルジョッキ」をご提案するなど、さらなる取扱店の拡大を目指しています。引き続き、飲食店のご協力を得ながら、お客様の飲用時における翠ジンソーダのさらなる品質向上に取り組みます。

また、翠ジンソーダの魅力である、清々しいイメージや爽やかな味わいを「新！翠^{すい}つきりさわやか。」というキャッチコピー・新メッセージジャーとともにお伝えしていきます。

▽新TV-CM

サントリージン「翠（S U I）」「翠ジンソーダ缶」の新メッセンジャーとして、俳優の杉咲花さん、中島歩さんを起用し、新TV-CM「新！居酒屋シリーズ開店！新！翠つきりさわや香」篇（15秒・30秒）を、2月22日（土）より全国で順次放映します。すっきりした味わいと爽やかな香りが楽しめる翠ジンソーダの魅力を訴求していきます。

▽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/>

以上

水と生きる SUNTORY

自然と水の恵みに生かされる企業として、貴重な水資源を守ること。
さまざまな企業活動を通じて社会に潤いをもたらし、社会にとっての水であること。
社員一人ひとりが水のように自在にしなやかに挑戦できる会社であること。
「人間の生命（いのち）の輝き」をめざす想いを、「水」に託して伝えるメッセージです。