



サントリー R.T.D. 商品戦略 酒税改正後も 酒類缶拡大予測 構成比拡大予測

サントリーは、今年10月に酒税改正が予定されている「R.T.D」の取組... 中野景介ビル・R.T.D. 部長は「R.T.Dは、リキュールや焼酎、ウイスキーなど様々な「酒類」のベネフィット、果汁や炭酸、茶系など様々な飲料のベネフィット、さらには時代の嗜好の変化や社会トレンドが加わった「自由度(FREEDOM)」「創造性(CREATIVITY)」及び「バラエティ性(VARIETY)」を備えた多数展開していることが大きな魅力となる。魅力ある多くの商品が20代から中高年まで幅広い層から支持を獲得している」と説明する。

「世界有数の多様な原酒」と「高度なブレンド技術」を保有するのが大きな強みだ。これらのノウハウや技術力を活用し、多様な消費者ニーズに対応する商品を生み出してきた。これらの取組により、サントリーは日本のR.T.D市場におけるリーディングカンパニー、市場を牽引する存在となっている。「中野部長。さらにR.T.Dは、生活者との接点が多く、とりわけ将来の顧客となる「若年層との接点」がビールなどと比べ高いこと、酒類缶商品での割合が年々上昇し25年は約3分の1となっていること、食中酒ニーズの高まりや健康意識の高まりなどを受けて「無糖」商品が急

イオン アジア大会パートナーに

イオンは、公益財団法人愛知・名古屋アジア・アジアパラ競技大会組織委員会と第20回アジアパラ競技会におけるパートナーシップ契約を締結した。今回のアジア競技大会(9月19日~10月4日)及びパラ競技大会(10月18日~24日)は、アジアの45の国と地域が参加し、名古屋市の瑞穂陸上競技場をメイン会場にして行われる。イオンは東海エリア発祥の企業として今回のパートナーシップ契約を決定、Tier1(プレステージパートナー)として協賛し大会を支える。スポンサーとなることで大会期間中、選手や大会を支える人々に向けて飲料や軽食などのリフレッシュメントの提供及び運営、ビール・ワイン・PETボトル飲料水(プライベートブランド商品に限定)の提供を行う。また、大会開催に向けてオリジナル商品の企画や国内外のイオングループの商業施設内で実施する「イオンdeプラス」の開催などで大会への機運を高めていく。6月8日には締結式が行われ、アジア・オリ



「こたわり酒場」などの縮小するがR.T.Dの価格優位性は継続すると分析。酒類缶のR.T.D構成比は今後さらに拡大する。拡大していること、「ビール類とR.T.Dの併飲層」は拡大を続け7割強となることなども発表された。今後のR.T.D戦略 今年10月の酒税改正でR.T.Dは増税となるが「当社の店頭売価予測で」と予測する。「中野部長。今回、さらなる消費者の支持獲得やR.T.D市場全体の活性化を目指し3つの柱を策定。1つ目は約3400万ケースを販売する「19%」や約2100万ケースを販売する「Dを購入しないエコノミ

「タイプビールのユーザーは約700万人と推定する。今後、効果的な商品、販促施策で新たなR.T.Dユーザーを取り込む」と中野部長は、3つ目は「若年層から圧倒的に支持される「ほろよい」「JJ」など無炭酸R.T.Dで、将来の酒類人口を支える存在となる若年層の取込み、需要創造に注力する。「既存商品の強化に加え、魅力ある新商品の発売も実施。当社R.T.D群のさらなる拡販のほか、マーケティングの盛り上げを進める」と中野部長は、

「豆乳×お茶づけ」提案 永谷園は、同社「お茶づけ海苔」1袋に豆乳150mlを加え仕上げた「投入お茶づけ」とした新TVCM「ほんとに合うの？」篇を6月1日より投下している。今回の「豆乳でお茶づけ」は、簡単調理で炭水化物や水分、塩分、たんぱく質を摂ることができる。身体にもうれしく、お茶づけの抹茶と昆布の旨みに豆乳のやさしいコクが加わることでさらさらまろやかでおいしい味わいが楽しめる。同社分析で猛暑の影響などから夏場にお茶づけを食べる生活者が増加傾向を示している。同社は

「味変」商品の市場活性化 丸美屋食品工業は、人気商品の「とり釜めしの素」五目釜めしの素「五目釜めしの素」各2合用の企画品として、商品箱の中に釜めしの素1袋と味変韓国風オイル1合分×1袋入りとした「韓国風オイル付き釜めしの素 2合用」とり釜めしの素 2合用(とり釜めしの素)を6月17日から7月末までの期間限定で発売している。同社

「トマト加工工業会 会長に奥谷氏」 全国トマト加工工業会ならび全国トマト加工工業会公正取引協議会は、通常総会を6月4日に東京都内で行った。総会は総会の議案を審議、原案どおり議決して閉会。懇親会では、全国トマト工業会の会長に新任された奥谷晴信会長(カゴメ社長)の「日本の人口減少問題は食品業界の将来を切り開くことが重要」と挨拶した後、トマト加工品の消費動向について、物価上昇に伴い消費者の節約志向が高まるなかでも比較的堅調に推移している。トマト

「日清製粉ウエルナ」 家庭用製品の価格を、8月1日納品分より改定する。改定の内容は▽小麦粉製品Ⅱ約1.9%の値上げ▽ミックス、その他製品約3.18%の値上げ▽パスタ、パスタソース製品Ⅱ約2.24%の値上げ▽乾麺製品Ⅱ約7.14%の値上げ▽冷凍食品Ⅱ約3.9%の値上げ。約7.22%の値上げ。▽ミックスⅡ約3.12%の値上げ▽パスタ、パスタソースⅡ約2.7%の値上げ▽家庭用食品Ⅱ約1.10%の値上げ▽乾麺Ⅱ約6.7%の値上げ。昭和産業 家庭用製品の価格を、8月1日納品分より改定する。改定の内容は▽小麦粉Ⅱ約3.4%の値上げ▽家庭用ブレミックスⅡ約3.13%の値上げ▽家庭用パスタⅡ約2.5%の値上げ▽家庭用乾麺Ⅱ約4.6%の値上げ▽その他家庭用製品Ⅱ約2.8%の値上げ。業務用商品の価格を、7月1日出荷分より改定する。10%以上の値上げ。