

新たな切り口で市場活性化

安川哲二の今月一品 銀座神谷の十二ヶ月



一億層「炭酸好き」日本の今、
ハイボールの次に来るのは、ワインサワー！
懐かしの「赤玉パンチ」だ!!

お酒の全体消費が下げ止まらない
平成から令和にかけてであるが、ワ
インの消費は比較的好調。平成30年
間でワインの消費は約3倍になった。
平成スタート時のバブル経済やボジ
ヨレー人気、赤ワイン血液さらさら
ブームが懐かしい。

最近では日欧EPA発効を機にチ
リワインに押され気味だった欧州ワ
インの人気もちょっぴり復活してい
る。

しかしもっと注目なのは、国産カ
ジュアルワインの好調さだ。サント
リーインターナショナルの発表によ
れば、直近10年で国産カジュアルワ
インの販売は2.7倍、10年連続完
上更新中だ。国産カジュアルワイン

とは、スーパーやコンビニで見かけ
るペットボトルやパックに入った
「酸化防止剤無添加のおいしいワイ
ン」とか「デリカメゾン」などのア
レですよ。飲食店では取り扱えない
から関係ないと思いかもされない
が、ちょっと待った。

国産ワインファンが輸入ワインを
飲まない理由として、輸入ワインは
「濃い」「酸っぱい」「味わいが想像
しにくい」「コルクが苦手」だから。
特に酒離れの若者はこの傾向が強い。
ここ、クリアしないと、お酒売れな
いんですよ。

もう一つのチェックポイントは、
スパークリング。酒類輸入通関統計
によれば、ここ8年で1.5倍の輸

入増加。炭酸に対する好意度も、若
者層ミドル層ともにほぼ右肩上がり。
現に、皆さんの店舗・会社のスパー
キング、ハイボール、チューハイ、
サワーの注文率、上がっているんじ
やないですか？ 飲食店を見回せば
みんな泡もの飲んでるもんなあ。私
も、冷蔵庫にソーダボトル、欠かせ
ないし。もはや、日本総炭酸好き、
総泡好き民族と化してしまった。

国産カジュアルワインが好調で、
泡ものが好調となれば、飲食店の皆
さん、次に売るのはこれ、「ワイン

サワー」ですよ。とくに歴史あるブ
ランドとしてはシニア層に受け、甘
酸っぱい味わいは若者層にも受ける
であろう「赤玉パンチ」が注目。ワ
イン風味を壊さない爽快で心地いい
ソーダ感、ビザやハンバーグはも
ちろん、唐揚げ、焼き鳥、チゲ鍋、も
つ煮なんかにも合う。ロゴ入り専用
グラスを使用すれば、彩りも鮮やか。
「若いやつは飲まない」とお嘆き
のシニア層から若者へストリーご
と勧められるお酒だとも思う。お取
り扱いまだの方、見逃すべからず。

「赤玉パンチ」
350ml缶 オープン価格



問い合わせ▼サントリー
TEL:0120-139-310