



対照的。今夏のビール類・RTD

今夏(6~8月)のビール類とRTDの販売は、縮小と拡大という対照的な結果に終わった。

本紙が推定した今夏のビール類販売は、2度の減税で割安感が強まったビールが前夏比103%強の約5147万箱(633mlびん×20本換算)と伸長する一方で、エコノミーカテゴリー(発泡酒・旧新ジャンル)は84%弱の3885万箱と低調に終始。3カテゴリー計では94%弱の約9032万箱にとどまった。

一方、今夏の主要6社※RTD販売実績は、前夏比105%弱の約5257万箱(350ml缶×24本換算)となった。高

温を背景に、より爽やかな風味を求める動きも相俟って、2度の増税で価格差が開いたビール系旧新ジャンルからの消費移行も加速。これに炎暑や台風、豪雨などで外出を控える動きが加わり、食中飲用を主体に家庭でのRTD消費が広がった(※サントリー、キリン

ビール、アサヒビール、宝酒造、サッポロビール、合同酒精)。その内訳は、無糖系がけん引したチューハイが105%の約4733万箱。ウイスキーハイボールは8月のマイナスが下押しして102%弱の約524万箱。ただ、「8月のマイ

ナスは一時的」として、気温の落ち着きによる回復を見込む声が多い。こうした中で、双方に

が、今夏に3%強伸長したビールも、そのけん引役は缶だった。同期のびん・樽は3%程度のマイ

かった背景には、炎暑、台風、豪雨、地震などがある。連日の熱中症警戒アラート発出だけでも、外出を控える動きが強まり、これに度重なる自然災害が追い打ちをかけた。また、長期にわたる連休も、外食需要にはマイナスだった。

こうしたことから、今夏のビール類・RTDの消費は、家庭用のビールとRTDがけん引する中で、ビール系旧新ジャンルから、とくに無糖RTDへの移行が加速、業務用はともに不調だった、まとめることができよう。

(石母田健)

白鶴酒造

資料館内にマイクロブルワリー



【大阪】白鶴酒造は、白鶴酒造資料館内にマイクロブルワリー「HAKUTSURU

SAKECRAFT」をオープンした。37㎡の小規模なスペースのなかで、洗米、浸漬、

の発表会を5日に開催し、櫻井一雅専務取締役執行役員生産統括(写真上・中央)は、



これまで使用していない酵母を使った日本酒、日本酒をベースにしたその他醸造酒規格の製造など、白鶴とは異なるオリジナ

蒸米、麹造り、醸造、压榨、瓶詰、火入れまでをワンストップで完結させるコンパクトな設計とした。来館者は、ガラス越しに醸造設備や発酵中の醪を見る

「当社は大規模ロットでの醸造が基本で、数ある酵母や技術から選択して製品を作っている。一方で、470種類以上あるオリジナル酵母を持ち、独自開発の白鶴錦や全国の様々な米を扱う。仕込み方法も100種類以上があり日々データが蓄積されているが、これらの実績や経験、データを活かしていきたい部分があり、小さなスケールで実験・チャレンジをしていきたい。資料館という国内外から

多くの人が来る場所で、見る機会が少ない日本酒の醸造を間近に見て興味を持ってもらい、日本酒の拡大に貢献できれば」と話した。

8月30日に留任込みを行った初任込みは、パイナップル様の甘い香りのある純米大吟醸で、10月5日に行う酒蔵開放で有料試飲と限定販売を行う。

(赤松裕海)