

アサヒビール株式会社

東京統括支社 新宿支店

高橋昌宏様(営業担当課長)、酒井哲郎様(副課長)

櫻井正史様(副課長)、大河原由美子様(副主任)

竹内彩稀様、池田みなみ様、金 貴美様

■企業プロフィール

本社所在地	東京都墨田区吾妻橋 1-23-1
支店所在地	東京都新宿区下落合 2-3-18
代表取締役	平野伸一
設立	1889年(明治22年)創業。1949年(昭和24年)の大日本麦酒株式会社の分割により設立
社員数	3161名(2015年度)
事業内容	・ ビールをはじめ発泡酒、焼酎、チューハイ、洋酒、ワイン等の製造・販売

■訪問日・2016年10月27日(木)

■インタビュアー 東京富士大学 山川 悟ゼミナール(経営学科)
小川 愛(2年)、工藤正光(2年)、林 涼介(2年)、菊入ゆず(2年)
卯月寛治(2年)、山上海晴(2年)、グエン フー ソン (2年)



～若者のビール離れ、アルコール離れといった状況が続いています。ビールシェア NO1 企業の立場から、若年層向けの対策として、どのような試みをされておられますか？また、私たちが試食店や自宅でビールを美味しく飲み続けることができるコツを教えてください。

アサヒグループ総売上の 52.4%（売上高 9729 億円）が酒類事業であり、そのうち 8 割近くがビール、発泡酒、新ジャンルのビール類となります。従いまして、ビール離れという現象は当社にとっては死活問題であり、危機感を抱いています。

若者のビール離れ、アルコール離れが進んでいる理由のひとつは、甘いアルコール飲料を好む人が増え、苦いと感じるビールを敬遠する若者が増えているからと考えています。これに対してはテイストに工夫をしたり、ビアカクテルなど、ビールの多様な飲み方を提案したりすることで対応しております。

理由の二つ目は、ビールの本当の美味しさを知らない若者が多いことです。一度品質の良いビールを最高の状態で飲む体験をして頂ければ、ビールファンになってくれるはずです。

ご家庭でビールを美味しく飲むコツをいくつか紹介しましょう。まず缶のままではなく、グラスに注ぎ、泡を立てて飲むことです。注ぐ際はグラスを少し傾け、泡と液体部分に絶妙なバランスをとるようにします。クリーミーな泡を立てるためには、グラスは内部に凹凸のないものを選んでください。またグラスは、油ものと一緒に洗わないほうが良いですね。冷凍室でグラスを冷やすのも、あまりお勧めできません。

～クラフトビールやオクトーバーフェスタの流行もあり、ビールの楽しみ方は増えてきたように思われます。こうした「こだわり派への対策として、お考えになっておられることはございますか？

クラフトビールはいま飲食店でも、アンテナを高くしているところですが。当社には、アサヒスーパードライという強いブランドがあり、そこに集中したい気持ちもあるのですが、こうした多様性の動きにも対応していく必要があります。

当社では、海外のブランドビールもたくさん取り扱っています。レーベンブロイ、ヒューガルデンホワイト、バスペールエールなどの名前はどこかでお聞きになったこともあるかも知れません。甘酸っぱいチェリービールや、ベルギーの修道院ビールなどもあります。クラフトビールは、それを生んだ土地の食生活に合わせた味になりますので、食事との組み合わせでベストな飲み方を提案するなどの工夫も大切です。このように食文化・お酒文化の浸透に努めていきたいですね。

～輸入ワイン「サンタ・ヘレナ アルパカ」が好調と伺っておりますし、昨年の NHK 連ドラで話題になったニッカなど、ウイスキー市場も再度注目されてきました。ビール以外の商品でいま、力を入れられておられる分野について教えてください。

当社ではアサヒスーパードライだけでなく、日本酒以外の全カテゴリーで市場シェア No.1 を獲得しようとチャレンジしています。チリワインの輸入量がフランスを抜いて 1 位にな

りましたが、それを牽引したのが「アルパカ」で、昨年は 100 万ケース販売を達成しました。ウイスキー部門では、業務用ではまだこれからなのですが、「ブラックニッカ」が家庭用販売で 1 位になりつつあります。他にも、低アルコール飲料部門、焼酎部門、アルコールテイスト清涼飲料にも力を注いでいるところです。

当社の営業マンに対しては、WSET®（ダブリューセット・Wine & Spirit Education Trust）という国際的なワイン評価の認定資格を奨励しています。これはワインソムリエのように、味を識別するテイスティング技術だけでなく、ワインビジネスについての総合的知識を判定する資格ですので、飲食店のお客様にさまざまな提案する際に役立っています。

**～東京統括支社新宿支店様のカバーするエリアの特性をどのように捉えておられますか？
他の地域とは異なる営業上の課題はどのようなものでしょうか？**

本支店では、新宿、池袋、渋谷という、日本を代表する激戦区の街を担当しています。人口の多さ、外国人比率の多さ、土地の高さ、流行への感度の高さ、といった面では群を抜いているエリアだと思います。

チェーン店ばかりではなく、意外と個店が多いのも特徴です。店長さんもよく勉強されていて情報量が多いわけですが、私たち営業はそれ以上にトレンドを早く知って提供するなど、さまざまな知識を準備しておく必要があります。新規のお店も多いですが、この競争の激しい地域で 3 年経営を続けるのは至難の業です。人材育成やプロモーションツール作成など、単独のお店ではなかなか対処しきれない作業を当社でサポートするなどして、飲食店経営者の方のビジネスを支えています。

～待ちの営業ではなく、提案営業が大事だと伺っております。新宿支店様として現在、飲食店のお客様に提案されているテーマはどのような内容でしょうか？

「常連客が定着しない」「アルバイトが集まらない」「外国人対応が難しい」など、お客様のさまざまな課題に対応した、課題解決型の営業を心がけています。

メニュー提案なども試みっていますが、例えばカウンターのお店ですと、現実には店長が時間をかけてドリンクを作るのは難しいわけです。そこで二手間以上をかけずに簡単作れるメニューなどを提案し、商材に工夫を施したりしています。

最近では生ビール 2 種類のサーバを用意して、季節限定の味を楽しんでいただくような提案を行い、店長さんに大変喜ばれました。

また、モノではなくコト消費を意識した提案も試みています。バレンタイン、ハロウィン、クリスマスだけでなく、父の日のウイスキーギフト、母の日のワインギフトなど、タイミングを合わせてさまざまな販促テーマを提案するようにしています。

～ビール会社の営業というと、夜遅くになるとか、忙しい店長さんになかなか話を聞いてもらえないようなイメージを持っているのですが、こうした仕事は女性でもできるもので

しょうか？また、営業としてやっていくには、どのような資質が必要でしょうか？

もちろん営業は女性でもできますし、特にこの営業所では女性比率が高いのが特徴です。きめ細かく丁寧、というだけでなく、飲食店のオーナーさんは男性が多いので、自分とは異なる視点から物事を指摘されて、気づきをもたらすことがあるようです。女性がよく行く店ほど繁盛しているわけですから、女性消費者としての眼も大事ですよ。

営業に行く際には事前に店長のスケジュールを確認し、忙しい時間帯は避け、逆に機嫌の良さそうなタイミングに訪れるようにしています。また、店長の性格や好きな野球チーム、趣味を調査することで話をスムーズにしたり、一度断られてしまっても、後日また営業に行くようにしたりして、ずっとお客様と向き合うように努力しています。

営業をやっていくには色々な資質がありますので、こういう人が向いているとは断言できません。私たちは仕事柄、お酒を飲みながらの商談ということもあるわけですが、お酒を飲めないトップセールスマンの人もおります。人それぞれの個性や長所を生かした営業をすればよいわけです。

～2020年東京オリンピックのゴールドパートナーとなりました。新宿地区にもたくさん外国人や観光客が訪れると思います。オリンピックに向けて、新宿支店さんとして、取り組まれようとしていることはございますか？

今年のリオデジャネイロ五輪・パラリンピックでは「アサヒスーパードライ 樽生乾杯キャンペーン」と称し、1リットルにつき1円をJOCとJPCに寄付するキャンペーンを開催しました。ビール需要の回復とともに、企業イメージを向上させる効果もあったと思います。

担当エリアのお店には外国人のお客様も多く訪れます。現在でも、旅行代理店と提携して、観光客向けに取引店の紹介をしてもらったり、外国人向けにメニューや店内ポスターを多言語化するお手伝いをさせていただいたりしています。こうしたインバウンド支援策は、今後ますます増えてくるものと考えております。

■インタビュー所感

今回山川ゼミでは、ビールのシェア No.1 のアサヒビール東京統括支社新宿支店様へ訪問させて頂きました、インタビュー時には女性を含む営業の方、7名からお話をお伺いする事ができました。新宿支店は高田馬場駅から徒歩5分程の距離にあり、本学からもすぐ近く。まさに地元企業と呼ぶにふさわしい距離感にあります。

アサヒビールはアサヒスーパードライなどビールの分野で有名ですが、他にもブラックニッカなどのウイスキーや、アルパカなどのワイン事業を含め、様々な分野に力を注いでおられることがわかりました。そして、営業の心構えやノウハウ、お酒の美味しい飲み方など、とてもタメになる話を聞く事ができて良かったです。この度は貴重なお時間を割いていただきありがとうございました。また機会がありましたら、どうぞよろしくお願いします。

(経営学部経営学科2年 林 涼介)