SUNTORY VS Asahi

- ① 市場・顧客
  - サントリー
    - 「ご褒美」需要（週末・ハレの日）
    - 香り・コクを楽しみたい層
    - ギフト市場（お中元・お歳暮）



  - アサヒ
    - 「リフレッシュ」需要（日常・仕事終わり）
    - 喉越し・キレ重視（ゴクゴク飲む）
    - 食事と一緒に楽しむ層
- ② 競合
  - 共通の脅威
    - 若者のビール離れ
    - RTD（缶チューハイ等）の台頭



  - それぞれの競合
    - サントリー
      - クラフトビールメーカー
    - アサヒ
      - キリン（一番搾り）、食事に合うサワー類
- ③ 自社
  - サントリー
    - 「ザ・プレミアム・モルツ」のブランド力
    - 水へのこだわり（天然水醸造）
    - 神泡（提供品質への啓蒙）



  - アサヒ
    - 「スーパードライ」の圧倒的認知
    - イノベーション（生ジョッキ缶等）
    - 鮮度管理とサプライチェーン