

報道関係者各位

2026年8月3日
サントリー株式会社

新発売「角ハイボール缶〈タどき〉」 “大切な人と心が通うベンチ”を設置する 「タどきベンチ」プロジェクトを始動

生活環境の変化を踏まえ、大切な人との豊かな時間を届けるブランドアクションを実施

サントリー（株）は、「角ハイボール缶〈タどき〉」を8月4日（火）より全国で新発売します。あわせて、大切な人との豊かな時間を届けるブランドアクション「タどきベンチ」プロジェクトを始動します。



近年、共働き世帯の増加やリモートワークの普及により、身近な人とのコミュニケーションのカタチも変化しています。サントリー（株）が実施した生活実態調査からも、家族やパートナーなど身近な人と共に過ごす時間は以前より増える一方で、「心が通う本音のコミュニケーションは十分にとれていない」という実態が浮かび上がりました。

そこでサントリー（株）は、夕方からの早い時間帯から気軽に楽しめる新定番「角ハイボール缶〈タどき〉」の発売に合わせ、「夕方から楽しむ、大切な人との豊かな時間」を社会に提案するブランドアクションとして、夕焼けスポットに“大切な人と心が通うベンチ”を設置する「タどきベンチ」プロジェクトを開始します。

■「タドキベンチ」について

「タドキベンチ」は、忙しく過ぎていく日常のなかで、パートナーや親友などの大切な人とゆっくりと会話をしながらお酒を交わす豊かなひとときを届けたいという思いをこめて、座れば自然と相手と向き合い、心が通う角度になるよう設計。「角ハイボール缶〈タドキ〉」の缶を置けるテーブルを備え、街の景観になじむ公共物としてのデザインとしています。



「タドキベンチ」プロジェクトの第一弾として、夕焼けに染まる東京湾とレインボーブリッジが一望できる絶景スポット「デックス東京ビーチ シーサイドデッキ」に「タドキベンチ」を設置しました。ぜひ、大切な人との心通う豊かな時間を「角ハイボール缶〈タドキ〉」とともに楽しみください。

■ブランドムービー

また、本プロジェクトの世界を表現したブランドコンテンツとして、深い絆で結ばれた2人が「タドキベンチ」でゆっくりと語らう特別ムービーをサントリー公式Youtubeアカウントで8月3日から順次公開します。ここでしか聞けない会話を通して2人の特別な絆を感じるひとときをお楽しみください。

なお、8月に公開される特別ムービーに出演するのは、それぞれの「絆のかたち」でつながる以下の方々です。

#01「人生を共に歩む夫婦」あべこうじ × 高橋愛

結婚生活12年以上。人生をともに歩む強い絆で結ばれた2人。

※YouTubeリンク: <https://www.youtube.com/watch?v=4Q0UBzzVyx0>



劇場出演を終えて遅れて到着したあべこうじを、「夕どきベンチ」で待っていた高橋愛。足音だけで「あべさんだ」と分かるほど、結婚12年ならではの阿吽の呼吸を感じさせるシーンから、二人の時間は始まります。

スマートフォンを手放して、改めて向き合って話す時間の大切さを語るシーンや、想定外の人生を楽しむ姿が伺えるエピソードなど、飾らない会話を通して夫婦の絆の深さが映されます。

撮影後、長年仲良く付き合っていく秘訣を二人に伺うと、高橋が「普段夫婦間でなかなか問題は起きないのですが、勝手な思い込みですれ違う事がたまにあるので、その時はしっかり会話して、翌日に持ち越さないことが大切だと思います！」と語りました。

「夕どきベンチ」で過ごした二人の特別ムービーは、サントリー公式YouTubeチャンネルにて公開中です。



#02「同じ夢を語る同志」SU × DJ FUMIYA

10代の頃から続く深い縁。現在もユニット活動にて表現し続ける2人。

※8月10日 17:00、サントリー公式Youtubeチャンネルにて公開



公園で片手に角ハイボール缶〈夕どき〉を握りながら「夕どきベンチ」へ向かう二人、あの時代を思い出すように肩を並べて歩いてきました。

ベンチに座って乾杯をすると、最近ゲームセンターで久々に一緒にプリクラを撮ったという話から、無邪気に遊ぶ二人の日常が次々と語られていきます。デビュー当時、音楽に向き合っていた頃の気持ちや、「FUMIYAにハイボールを教えたのはSU」という懐かしいエピソードも自然と引き出されました。

撮影後、今後二人で達成したい目標を尋ねると、SUは「FUMIYAがF1などレースが好きなので、その世界にガンガン攻めていきたい。モータースポーツの音楽担当は我々だ、と言われる存在を目指したい」と熱く語りました。

そんなお二人の「夕どきベンチ」でのひとときは、8月10日にサントリー公式YouTubeチャンネルに公開されます。

▼（参考）生活実態調査：身近な人との“心が通う時間”の不足

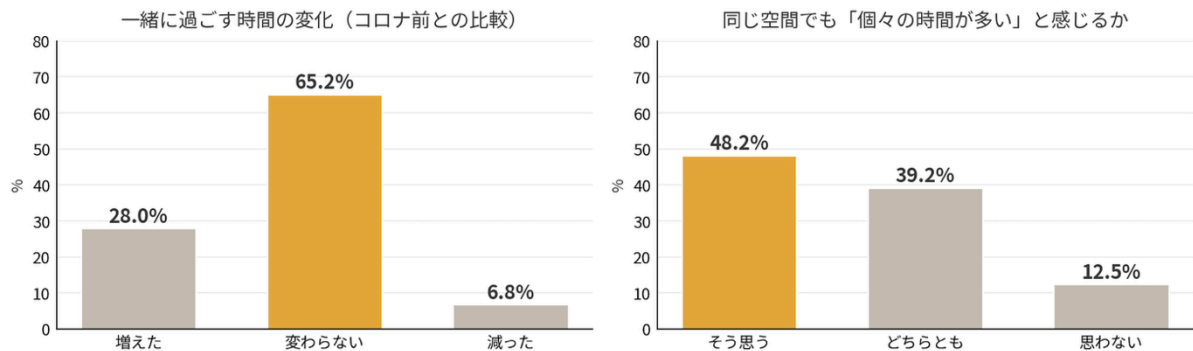
本プロジェクトの開始にあたり、サントリー（株）は身近な人（配偶者／パートナー）との関係や暮らしの状況について生活実態調査を実施しました。主な結果は次のとおりです。

<主な調査結果内容>

- 一緒に過ごす時間は減っていない。なのに、同じ空間にいても“別々”

身近な人と一緒に過ごす時間は「コロナ前と変わらない」と回答した人が**65.2%**（「減った」と回答した人は6.8%）。時間が失われたわけではないにもかかわらず、同じ空間にいても「個々の時間が多い」と感じる人は**48.2%**。その過ごし方は「それぞれテレビ・動画」「それぞれスマートフォン」が上位で、“隣にいるのに別々”の時間が生まれているようです。

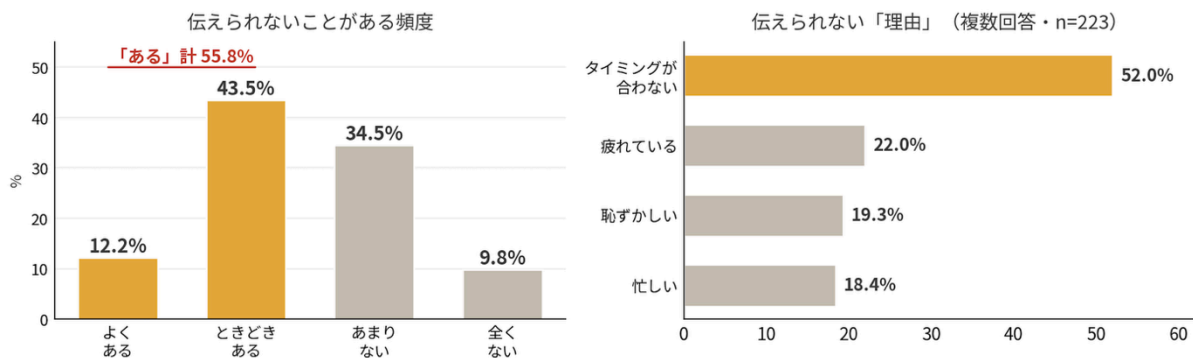
一緒に過ごす時間は減っていない一方、同じ空間でも“個々”の時間が生まれている



● 身近な人に、日頃の感謝の気持ちなどの“伝えたいけど伝えられないことがある”人が半数以上に

配偶者・パートナーに「伝えられないことがある（よくある＋ときどきある）」人は**55.8%**。その理由で最も多いのは「タイミングが合わない」（52.0%）、次いで「疲れている」（22.0%）という結果となりました。伝えたい気持ちがある一方で、日々のすれ違いや余裕のなさで、言葉が飲み込まれている様子がうかがえます。

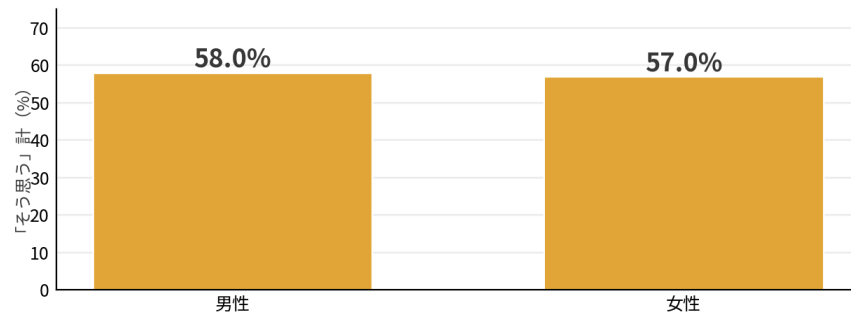
伝えたいけど伝えられないことがある人が55.8%。理由は“すれ違い・余裕のなさ”



● 男女を問わず、約6割が「もっと心が通う時間が欲しい」

「大切な人ともっと心を通わせる時間が欲しい」と考える人は**57.5%**（男性58.0%／女性57.0%）。性別を問わず、多くの人が“心が通う時間”の不足を感じています。

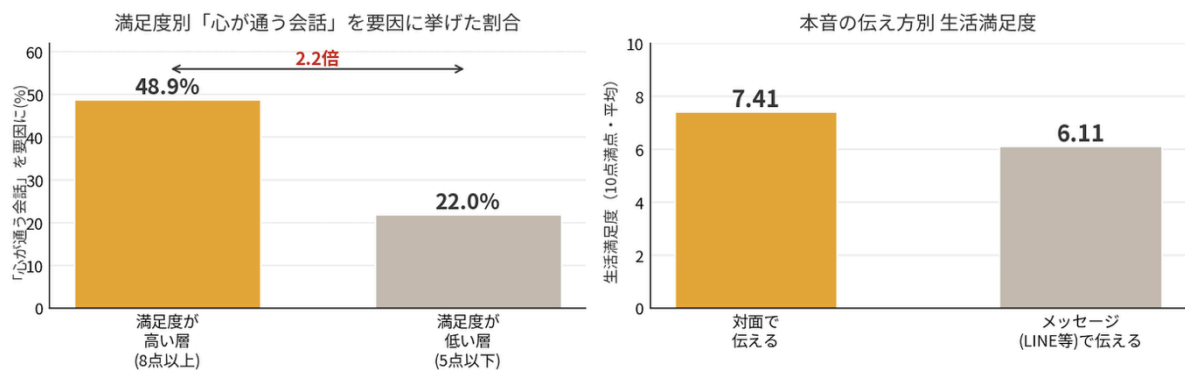
「もっと心が通う時間が欲しい」と回答した割合（男女別）



● 約7割が「コミュニケーションは暮らしの豊かさ・幸福度を高める」と回答

身近な人とのコミュニケーションが「暮らしの豊かさや幸福度を高める要因になる」と考える人は**70.5%**。実際に、生活満足度が高い人ほど、その要因として「心が通う会話」を挙げる割合が高く（満足度が高い層48.9%／低い層22.0%）、本音を対面で伝えている人ほど満足度が高い傾向もみられました（対面7.4点／メッセージ6.1点・10点満点）。

生活満足度が高い人ほど“心が通う会話”を重視／本音を対面で伝える人ほど満足度が高い



これらの結果からは、身近な人と過ごす“時間”はあっても、“心が通う”コミュニケーションがとれている実感は必ずしも伴っていない、という現代の姿が浮かび上がりました。一方で、心が通う会話ができていない人ほど暮らしの満足度が高い傾向もみられ、身近な人とのコミュニケーションを大切にすることが日々の豊かさに繋がっていると考えられます。

【調査概要】

調査名称	大切な人（配偶者／パートナー）との関係と暮らしに関する調査
調査方法	インターネット調査
調査対象	全国の20～59歳・配偶者／パートナーと同居する男女
有効回答数	400名
調査期間	2026年7月8日（水）～7月13日（月）

※本調査結果を引用・転載される際は「サントリー調べ」と明記ください。

■ 商品概要

商品名	角ハイボール缶〈タどき〉
容量／希望小売価格(税別)／アルコール度数	350ml ／ 217円 ／ 5% 500ml ／ 293円 ／ 5% ※価格は販売店の自主的な価格設定を拘束するものではありません。
発売期日	2026年8月4日(火)
発売地域	全国
品目	リキュール
「角ハイボール」ホームページ	https://www.suntory.co.jp/whisky/kakubin/ 

▽本件に関するお客様からの問い合わせ先

サントリーお客様センター <https://www.suntory.co.jp/customer/>