



乾杯を
もっとおいしく。

NEWS RELEASE

サッポロビール株式会社

「サッポロ生ビール黒ラベル」缶商品

5年連続売上アップを達成

～完璧な生ビールを目指しこれからも進化し続けます。～

サッポロビール（株）を代表するブランド「サッポロ生ビール黒ラベル」の缶商品の販売数量が、2019年12月25日の出荷をもって、2018年の年間販売数量を超え、5年連続で売上アップを達成しました。

ビールの総需要が減少する中、当社は2016年以降「ビール強化」を事業方針に掲げ、一貫した取り組みを継続してきました。

この商品は「完璧な生ビールを、実感・体験」をテーマに「大人の☆生」という独自の世界観や品質への徹底したこだわりで今年も多くのお客様にご好評をいただきました。すでにご愛飲いただいているお客様に加え、特に20代・30代の支持が高まっていることが好調要因の一つとなっています。

「サッポロ生ビール黒ラベル」は2020年も、お客様に「完璧な生」を実感いただけるよう、品質の向上とお客様接点の拡大による体験の機会提供に努めます。

【好調の要因】

①独自の世界観を一貫して訴求

「大人の☆生」をテーマに2010年よりスタートしたCM「大人エレベーター」は、2019年も妻夫木聡さんを起用し、独自の世界観を構築しています。

②品質への徹底したこだわり

「旨さ長持ち麦芽(注)」を一部使用して「麦のうまみと爽やかな後味。味や香りを新鮮に保つクリーミーな泡。何杯飲んでも飲み飽きないバランス。完璧な生ビール」を追求しています。

(注)ビールの風味を劣化させる成分(LOX-1<ロックスワン>：脂質酸化酵素)を持たない大麦から生まれた麦芽(LOXレス麦芽=旨さ長持ち麦芽)

③リアル体験イベントの実施によるブランド接点の拡大

「完璧な生」を体現した良質な飲用体験として「THE PERFECT DAYS」「THE PERFECT WAGON」を全国13ヶ所で開催しました。また、2019年7月、銀座にオープンした「サッポロ生ビール黒ラベル THE BAR」は、7月～11月で見込みを大きく上回る28,000人の来店数を記録しました。



以上