



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 麦とホップ」リニューアル新発売後 10 日で早くも 3,000 万本 (注1) 突破！

～ビールに近い味わいの新ジャンル「サッポロ 麦とホップ」が大好評！～

サッポロビール(株)が8月27日にリニューアル新発売した「サッポロ 麦とホップ」(350ml 缶・500ml 缶)は、2019年9月6日の出荷をもって、発売後2週間を待たずに早くも3,000万本(注1)の売上を突破しました。この商品は、麦とホップだけ(注2)でつくる素材への徹底したこだわりや長期熟成に加え、当社の新ジャンルで初めてビールの伝統的な仕込方法である1回煮沸法(注3)を採用しました。麦本来のうまみはそのままに、大麦由来の雑味を低減し、飲み飽きないビールらしいうまさを実現した新ジャンル商品です。同商品のリニューアル新発売の好調により、麦とホップ缶商品(350ml 缶・500ml 缶)の8月単月販売数量(注4)は前年比132%となりました。

今後も“ビールに近い味わい”を求められるお客様の声に応える商品として、新ジャンル市場での更なるブランド確立と、市場の活性化を図ります。

(注1) 350ml換算。8月27日発売の新麦とホップの弊社出荷実績において。

(注2) 麦芽、大麦、大麦スピリッツを使用した麦100%の商品です。

(注3) 仕込釜において、煮沸を1度行うことで麦のうまみを引き出す、ビールで用いられる伝統的な仕込方法。

(注4) 大びん 633ml×20本換算。

◆サッポロ 麦とホップ 好調の理由

1. “ビールに近い味わい”の新ジャンルを実現
飲みごたえのコクと飲み飽きない後味。
2. びんビールのラベルを想起するビールらしいパッケージデザイン
ビールらしさを表現し、本格感あるデザインで店頭目立ち度が向上。
3. 店頭からコミュニケーションまで一貫通貫した展開
ビールが似合うタレント香川照之氏を新たに起用し、黄色のキーカラーを軸に店頭とコミュニケーションが連動した施策。



以上