

「サッポロ生ビール黒ラベル」3年連続売上アップを達成！

～発売から 40 周年、明年もさらなる成長を目指します～

サッポロビール（株）の基軸商品「サッポロ生ビール黒ラベル」の販売数量が、2017 年 12 月 29 日の出荷をもって、2016 年の年間販売数量 1,663 万ケース（大びん 633ml×20 本換算）を超え、3 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なか、「サッポロ生ビール黒ラベル」は“旨さ長持ち麦芽（注 1）”を一部使用して「麦のうまみと爽やかな後味のベストバランス」を追求することに加え、「大人の☆生」の世界観を浸透させて若年層や女性からのご支持を拡大しました。

「サッポロ生ビール黒ラベル」は、2018 年も、お客様に「何杯飲んでも飲み飽きないうまさ」を実感いただける品質を提供し続けます。

（注 1）旨さ長持ち麦芽とは：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）



以上