

「サッポロチューハイ99.99(フォーナイン)」 発売1週間で60万ケース売上達成！

～ “クリアなうまさ”が止まらない”スタイリッシュなパッケージも人気～

サッポロビール(株)は「サッポロチューハイ99.99(フォーナイン)」2フレーバーの販売数量において2018年9月3日の出荷をもって、年間販売目標の200万ケースの30%を超える60万ケース(250ml×24本換算)を発売1週間で達成しました。

この商品は、純度99.99%の高純度ウォッカ(注1)を使用した透明感のあるクリアな味わいで、飲み飽きないスムーズな飲み口が特長の新しい本格チューハイです。

調査(注2)の結果から顕在化したRTDに対する新たなニーズ「飲み飽きない美味しさ」「上品な口当たり」「本物感」や「高級感」にお応えした商品です。「研ぎ澄まされたうまさ」というコンセプトのもと中味、パッケージ、コミュニケーションすべてを一気通貫した新たなブランドマーケティングを展開しています。

(注1) エタノール以外の有機物割合が0.01%未満のウォッカを純度99.99%と当社として規定

(注2) 当社調べ

サッポロチューハイ99.99(フォーナイン) 好調の理由：

1. “飲みごたえはありながらも飲み飽きないスムーズな飲み口”

純度99.99%の高純度ウォッカを使用した透明感のあるクリアな味わい。

2. “なんかカッコイイ、スタイリッシュなパッケージデザイン”

中味と同様に徹底的に研ぎ澄まし、シンプルにこだわったデザイン。

シンプルだからこそ、商品棚での目立ち度は抜群です。

3. ブランドの世界感を体現するTVCM

俳優の長谷川博己さんをCMキャラクターに起用し、一口飲んだ瞬間にスーとしみわたっていくクリアなうまさ、そこからもたらされる高揚感を水面のゆらぎや激しい水しぶきで演出しました。



以上