



乾杯を  
もっとおいしく。

2023年1月31日  
NEWS RELEASE

サッポロビール株式会社

## 2023年 サッポロビール RTD 事業方針 挑戦&新市場創造 次世代ニーズの創出

サッポロビール（株）は、経営理念である「新しい楽しさ・豊かさをお客様に発見していただけるモノ造りを」を原点に、RTD（注1）事業では積極的な“新価値・新商品”の提案を通じて次世代ニーズを創出することで、市場活性化の貢献を目指します。そして多彩な RTD 市場に“異彩”を放つ、個性豊かなブランドポートフォリオを確立していきます。

### 1. 2022年の振り返り

新型コロナウイルスの影響で膨らんだ家庭内需要が一服したことを背景に、RTD 市場の総需要はこれまでの成長一辺倒から 15 年振りの前年割れになったと推測しています。一方で、食中需要の拡がりから、RTD が新ジャンルの市場規模を容量ベースで上回り、酒類市場では最大ボリュームを占めるカテゴリーへと成長しました。当社は、「サッポロ 濃いめのレモンサワー」「サッポロ 男梅サワー」を中心に主要ブランドへの集中戦略を展開し、RTD カテゴリーで前年比 103%と総需要を上回る成長となりました。また 2022 年 5 月に発売した「サッポロ 三ツ星グレフルサワー」は、グレープフルーツサワー専門ブランドとして、レモンサワーに次ぐカテゴリー形成に一定の評価を獲得することができ、新しい市場“カイトク”を実現しました。

（注1）RTD：Ready to Drink の略。栓を開けてそのまま飲める低アルコール飲料。

### 2. 2023年の事業方針

RTD 市場はビール類の酒税改正を機に、緩やかな再成長期に入ると考えられます。これからも常に変化と進化が継続し、新たなニーズが生まれる機会が大いにある市場といえます。当社は商品開発や製造体制をさらに強化し、積極的に“新価値・新商品”を継続提案することで、次世代のニーズを創出し、新市場創造による市場活性化に貢献します。そして多彩な RTD 市場に“異彩”を放つ、個性豊かなブランドポートフォリオを確立していきます。

#### (1) 開発・製造体制の強化

・仙台工場に RTD 製造設備を新設し、2023 年 10 月に稼働開始予定です。積極的な事業成長に適した自社製造能力の増強はもとより、新たな開発商品への対応や需給の柔軟性を高めます。

※ニュースリリース：[https://www.sapporobeer.jp/news\\_release/0000014409/](https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000014409/)

・RTD の商品開発 AI システム「N-Wing★（ニュー・ウィング・スター）」を 2022 年 11 月に本格実装しました。これまでの熟練技術と AI の融合による市場創造型新商品開発を進めるとともに、RTD 基軸ブランドでも「N-Wing★」を活用した新商品を 2023 年夏以降に発売予定です。

※ニュースリリース：[https://www.sapporobeer.jp/news\\_release/0000015434/](https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000015434/)

#### (2) 新市場創造による「お酒」の新しい魅力を提案

新市場創造型商品を発売し、新しい競争軸を創造していくマーケティングアクションを次々に展開していきます。第1弾は「日本の新・定番食中酒創造」を戦略テーマに、新・定番食中酒として「サ

ッポロ ニッポンのシン・レモンサワー」を新たに発売します。また主要ブランドでは、個性を強みに新たなブランド体系を構築し、お客様とブランドの関係強化に取り組みます。

#### ■サッポロ ニッポンのシン・レモンサワー【新商品】

お酒のプロであるサッポロビール（株）とレモンのプロであるポッカサッポロフード&ビバレッジ（株）が横断し、協働開発しました。お客様が迷いなく手に取れる“真ん中のレモンサワー”です。レモンを日本の食卓に広めてきた、ポッカサッポロフード&ビバレッジ（株）のレモンのプロ「レモンマイスター」と協働で開発することで、日本の食卓においしさと安心感をお届けします。

※ニュースリリース：[https://www.sapporobeer.jp/news\\_release/0000015612/](https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000015612/)

#### ■サッポロ 濃いめのレモンサワーブランド【リニューアル・新コミュニケーション】

「いつもの、濃いめで。」を新たなテーマに据え、1月製造分からのリニューアルを機にその特長である「レモン味濃いめのしっかりすっぱい味わい」にさらに磨きをかけます。またコミュニケーションも刷新し、いつでも選ばれる定番レモンサワーブランドとしてのポジションを確立していきます。

※ニュースリリース：[https://www.sapporobeer.jp/news\\_release/0000015499/](https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000015499/)

#### ■サッポロ 三ツ星グレフルサワー【パッケージリニューアル】

2月製造分より順次パッケージをリニューアルし、グレープフルーツのジューシーでみずみずしい果実感をさらに訴求します。

※ニュースリリース：[https://www.sapporobeer.jp/news\\_release/0000015613/](https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000015613/)

#### ■サッポロ 男梅サワーブランド

2023年に「サッポロ 男梅サワー」が発売から10周年を迎えます。体験イベントの実施などブランド接点や情報発信を強化し、これからも多くのお客様に楽しんでいただけるブランドを目指します。

※ニュースリリース：[https://www.sapporobeer.jp/news\\_release/0000015423/](https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000015423/)

#### ■サッポロ LEMON' S FREE【パッケージリニューアル】

クエン酸の働きで疲労感を軽減できる機能性表示食品のノンアルコールRTDです。1月製造分から味わいと機能の両立をよりわかりやすくお伝えするパッケージにリニューアルします。

※ニュースリリース：[https://www.sapporobeer.jp/news\\_release/0000015614/](https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000015614/)

<2022年実績および2023年計画>

RTD	2022年実績	前年比	2023年計画	前年比
RTD合計（含むノンアル）	12,188	103%	14,434	118%
サッポロ 濃いめのレモンサワーブランド	-	-	6,440	100%
サッポロ 男梅サワーブランド	-	-	2,380	101%
サッポロ ニッポンのシン・レモンサワー	-	-	1,760	-

単位：千ケース。250ml×24本換算。

以上