



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 GOLD STAR」売上100万ケース突破

～発売から約1か月で達成し、好調なスタート。～



サッポロビール（株）が2月4日に発売した新ジャンル「サッポロ GOLD STAR」は、発売後約1か月となる3月5日の出荷をもって100万ケース（注1）の売上を突破し、2020年の年間販売計画360万ケース達成に向けて好調なスタートとなりました。

当社はこれからも異なる『おいしさ価値』を追求した「サッポロ GOLD STAR」と「サッポロ 麦とホップ」（注2）2つのブランドで、お客様の高まる新ジャンル商品への期待に応えていきます。

（注1）大びん633ml×20本換算

（注2）2020年3月製造分からリニューアルし、ビールにもっともっと近い味わいを実現した新しい「サッポロ 麦とホップ」を順次全国で発売します。[https://www.sapporobeer.jp/news\\_release/0000011755/](https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000011755/)

### 【好調の理由】

#### ① 確かな『おいしさ価値』を追求

当社は独自調査の結果から新ジャンルを購入されるお客様は「おいしいことが、より実感・確信できること」を期待していると推察しています。「サッポロ GOLD STAR」は長い歴史とともに磨き続けてきた当社の二大ブランドである「サッポロ生ビール黒ラベル」と「エビスビール」に採用している麦芽とホップを一部使用し、その技術と信念をつぎ込み理想の“力強く飲み飽きないうまさ”を実現した、確かな『おいしさ価値』を追及してお客様の期待に応えています。

#### ② 「金星」を堂々と配したパッケージ

パッケージの中心には堂々とサッポロらしさを感じる「金星」を配しており、“シンプルで洗練されている”や“インパクトがある。手に取りたくなるデザイン”という声をいただいています。

#### ③ TVCMに窪田正孝さんを起用

『飲み飽きない理想のうまさを求める』という当社の強い「決断」を窪田正孝さんが「すべてのうまさを過去にする」という言葉とともに、堂々と表現しています。

