



乾杯を
もっとおいしく。

SAPPORO

2020年12月10日

NEWS RELEASE

サッポロビール株式会社

「サッポロ GOLD STAR」年間計画を達成

サッポロビールの本気のうまさが口コミで広がり新規トライアルを獲得

サッポロビール（株）が本年2月に発売しました「サッポロ GOLD STAR」の販売数量が、2020年12月10日の出荷をもって上方修正した年間販売計画数量である460万ケースを、12月末日を待たずして達成しました。

当社は2020年初より「サッポロ GOLD STAR」と「サッポロ 麦とホップ」2商品による新ジャンルの「ツートップ戦略」を進めてきました。そのひとつである「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2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んだ理想の“力強く飲み飽きないうまさ”により、2月発売直後より好評をいただきました。その後、発売1か月で100万ケースを達成し、6月には年間計画を上方修正いたしました。

2021年は、年初に中味・パッケージともにリニューアルすることで“確かなおいしさ”を追求し、お客様においしさ価値を提供していきます。

■好調の要因

①サッポロビールの技術と信念

本商品は、サッポロビールの技術と信念を注ぎこんだ商品です。サッポロ生ビール黒ラベルの麦芽とエビスビールのホップを一部使用し、さらに両ブランドの仕込方法であるダブルデコクション製法も採用しています。

力強く飲み飽きないうまさにより、リピート購入が継続しています。

②“おいしい”というお客様の口コミ

真夏のゴールドスター キャンペーンをきっかけにしたSNSでのお客様の味覚に対する好意的な口コミで新たなお客様のトライアルも継続して獲得しています。

③企業の本気が伝わるパッケージ

堂々と配置した金星のマークから「目立つ」「メーカーの自信が感じられる」などの評価を得ています。

なお、GOLD STARは『日経トレンド』2020年12月号「2020年ヒット 酒類部門」に選出されました。

※リニューアルの詳細は12月10日のリリースをご覧ください。

https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000012322/



※写真是リニューアル前の商品です。