



乾杯を  
もっとおいしく。

SAPPORO

2021年12月7日

NEWS RELEASE

サッポロビール株式会社

## 「サッポロ生ビール黒ラベル<缶>」7年連続売上アップ達成 完璧な生ビールを目指しこれからも進化し続けます



サッポロビール（株）を代表するロングセラーブランド「サッポロ生ビール黒ラベル」の缶商品の販売数量が、2021年12月7日の出荷をもって、2020年の年間販売数量を超え、7年連続で売上アップを達成しました。

本商品は「大人の☆生」という独自の世界観や「完璧な生ビール」を追求し続けてきたことにより、本年も多くのお客様にご好評をいただきました。すでにご愛飲いただいているお客様に加え、昨年に引き続き20代・30代の支持が高まっていることも好調要因のひとつとなっています。

「サッポロ生ビール黒ラベル」は2022年も「完璧な生ビール」を追求し、品質の向上と独自価値の訴求を継続し、お客様の自分らしいビール体験の機会提供に努めます。

### 記

#### ■好調の要因

##### ①高品質な飲用体験の拡大

「完璧な生ビール」を追求するため、飲食店様とともに「パーフェクト黒ラベル」活動（注1）に注力してきました。コロナ禍により外食の機会が減る中でも“せっかく外で飲むなら質の高い生ビールを楽しみたい”というニーズに応えることで、家飲みにおける“自宅で飲む時も飲食店で飲むようなおいしい生ビールを楽しみたい”という想いが喚起され、黒ラベル<缶>の売上にもつながったと考えています。また、家庭用向けにグラスやオリジナルビヤサーバーキャンペーンを実施するなど、家飲みの充実を促進してきたことも、お客様の支持につながっているととらえています。

##### ②一貫したコミュニケーション

2010年よりスタートしたTVCM「大人エレベーター」で独自の世界観を一貫してきました。味だけではなく飲むことで得られる時間・空間も含めた“おいしさ”を提供し、飲むたびにその人らしさを後押ししたいという黒ラベルの姿勢が、お客様に共感いただくことができ、近年は特に20代・30代の購買率の高まりにつながっています。

##### ③独自テーマのマーケティング施策

2021年は、年初からコロナ禍の影響で行動制限を受けたことを背景に、無料オンラインLIVEイベント(注2)を開催するなど、黒ラベル独自の新たな施策を展開しました。また「サッポロ生ビール黒ラベル エクストラモルト」(注3)に代表されるような特長的な限定商品の発売により、20代・30代の支持が高まるのみならず、ボリューム層である40代・50代の飲用機会増に繋がっています。

(注1) パーフェクト黒ラベル公式ページ <https://www.sapporobeer.jp/beer/perfect/>

(注2) 大人の第一歩を踏み出す若者たちを応援すべく「成人の日」に合わせ開催した1月に続き、音楽フェスや花火大会などの中止が相次いだ7月「七夕」などの催事に合わせて開催しました。

(注3) サッポロ生ビール黒ラベル エクストラモルト [https://www.sapporobeer.jp/news\\_release/0000013833/](https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000013833/)

<参考> 「サッポロ生ビール黒ラベル」ブランドサイト <https://www.sapporobeer.jp/beer/>

以上