



乾杯を
もっとおいしく。

NEWS RELEASE

サッポロビール株式会社

新しいおいしさで「サッポロ クラフトスパイスソーダ」好調

発売1か月を待たずに早くも売上1,000万本を突破

シソンヌさんが夫婦役を演じた食卓シーンのTVCMも話題



サッポロビール（株）が9月12日に発売した「サッポロ クラフトスパイスソーダ」の売上数量が発売1か月を待たずに早くも1,000万本を突破しました。（注1）

これは当社のRTD（注2）ブランドの発売時売上としては平均を上回るペース（注3）であり、期待を超える好調な販売状況です。

本商品は「食事の邪魔をしないお酒」から「食事をもっとおいしくするお酒」を目指し、「食事を引き立てる」甘くないおいしさを実現した新しいお酒です。レモンピール、ジンジャー、コリアンダーなどを漬け込み、爽やかな風味を丁寧に引き出した「スパイススピリッツ」を一部使用し、炭酸の心地よい刺激による無糖での新しいおいしさを目指しました。現在放映中のお笑い芸人シソンヌさんが出演するユニークなコミュニケーション展開も、多くのお客様から好評いただいています。

当社は今後も「お酒」の新しい魅力を提案し、お客様の食中酒ニーズにお応えしていくとともに、新たな市場を創造していきます。

（注1）250ml換算。

（注2）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。

（注3）当社発売の全国通年型RTDブランドにおける発売から3週までのブランド1商品あたり平均売上数量比較。

■好調の理由

- ・「新・食中酒」RTDへのニーズ

食中酒へのニーズが高まるRTD市場において、これまでになかった甘くないおいしさの新しいお酒として、広くお客様に受け入れられたと考えます。

- ・「食事を引き立てる」おいしさへの期待

「食事の邪魔をしない」ではなく「食事を引き立てる」というコンセプトにお客様のニーズがマッチし、「スパイス」に着目した新しいご提案に期待いただけたと考えます。

- ・ユニークなコミュニケーション展開

シソンヌの長谷川さんとじろうさんが夫婦役を演じた TVCM。

妻役のじろうさんが夫のおいしそうなお表情を見ると恍惚を覚えるという、シソンヌらしいクセのある裏設定により、商品の魅力が引き立ちお客様の興味に繋がったと考えます。

<参考>サッポロ クラフトスパイスソーダ ブランドサイト

https://www.sapporobeer.jp/craft_spice_soda/

以上