



乾杯を
もっとおいしく。

NEWS RELEASE

サッポロビール株式会社

RTD カテゴリー3年連続で 前年の年間売上超え達成！ サッポロ史上過去最高売上を更新中 「新・定番食中酒の創造」をテーマに開発・製造強化



サッポロビール（株）が販売するRTD（注1）カテゴリー商品の2023年の年初累計販売数量が、販売好調により前年の年間販売数量超えを達成しました。3年連続での前年超えとなり、サッポロ史上過去最高売上（注2）を更新中です。

近年は様々な社会的背景により価値観の多様化が進行し、お酒の飲用シーンやニーズにも変化が生まれています。当社は、本年「新・定番食中酒の創造」をRTDカテゴリーのテーマに掲げ、商品開発・製造体制を強化し“新価値・新商品”を積極的に提案することで多彩な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の確立を目指してきました。主要ブランドである「サッポロ 濃いめのレモンサワー」や「サッポロ 男梅サワー」の売上が拡大しカテゴリー全体を牽引したことに加え、本年新発売した「サッポロ ニッポンのシン・レモンサワー」や「サッポロ クラフトスパイスソーダ」も好調な販売状況です。

RTDカテゴリーにおいては、日本アイ・ビー・エム株式会社と共同開発したRTD商品開発AIシステム「N-Wing★（ニュー・ウィング・スター）」を活用し、人間とAIが協調した新価値提案に挑戦しています。（注3）また10月にはサッポロビール仙台工場内でRTD製造ラインが稼働し（注4）、事業成長に適した自社生産能力の増強と、新たな開発商品への対応や需給の柔軟性を高めています。

当社はRTDカテゴリーの強化を推進し、2024年も成長著しいRTD市場のさらなる飛躍を見据え、各ブランドの独自価値の創造に磨きをかけながら魅力向上を図っていきます。

（注1）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2）サッポロビールのRTD年初累計売上実績が、2022年までの各年のRTD年間売上実績を上回っています。

（注3）https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000015908/

（注4）https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000016286/

■好調の要因

① 酒税税率改正を起点としたビールテイストからのお客様流入への対応

酒税税率改正をきっかけとした、新ジャンルから RTD カテゴリーへのお客様の流入やビール代替としての RTD 需要の高まりを想定し、2023 年は「新・定番食中酒の創造」を RTD カテゴリーのテーマに掲げました。食事と一緒に楽しめる新しいお酒の提案が、広くお客様に受け入れられたと考えます。

② 「サッポロ 濃いめ」ブランドの伸長

「サッポロ 濃いめ」ブランドは、2023 年 1 月以降「サッポロ 濃いめのレモンサワー」をリニューアルし「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した。また数量限定 RTD 商品「サッポロ 濃いめのグレフルサワー」など新たな商品展開や RTS (注5) 商品「濃いめのレモンサワーの素」や「濃いめのグレフルサワーの素」などとの連動により、これまで以上に幅広く多くのお客様に「濃いめ」ブランドを楽しんでいただくことができました。11 月 9 日には RTD のブランド計で前年の売上を超え、前年比約 120%の伸長を見込んでいるとともに、RTS のブランド計でも前年比約 110%の伸長を見込んでいます。これからも RTD と RTS の両輪で「居酒屋系サワー」の定番ブランドとしてさらなる飛躍を図り、市場の活性化に貢献していきます。

(注5) Ready to Serve の略。氷やソーダなどで割るだけで楽しめるお酒。

③ 「サッポロ 男梅サワー」ブランドの唯一無二の味わいと世界観の好評

「サッポロ 男梅サワー」ブランドは、「しょっぱい旨さ」にさらなる磨きをかけた梅干しサワー専門ブランドとして魅力を高めてきました。おかげさまで、唯一無二の梅干し感が楽しめる味わいと独自の世界観をご好評いただき、ブランド計で前年比約 110%の伸長を見込んでいます。本年は、本ブランド展開の起点である「サッポロ 男梅サワー」が 10 周年を迎え、AI システム「N-Wing★」を活用して開発した「サッポロ 男梅サワー 通のしょっぱ梅」の発売(注3)など、新しいチャレンジを通じてブランド活性化を図りました。これからも RTD と RTS の両輪で「しょっぱい旨さ」の魅力と独自の世界観を伝えていきます。

④ 「サッポロ ニッポンのシン・レモンサワー」ブランドの販売好調

レモンサワー市場において「商品の種類が多すぎて何を選べばよいのかわからない」というお客様課題を解決すべく発売した「サッポロ ニッポンのシン・レモンサワー」は、飲み飽きない“真ん中”のおいしさ、飲み進めるほどにおいしくなっていく味わいが特長で、高い評価をいただいています。7 月には発売 3 か月で売上 2,000 万本を突破しました(注6)。引き続き、“迷わず選べる「シン・定番」レモンサワー”として、RTD 市場のさらなる活性化に貢献していきます。

(注6) https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000016083/

⑤ 「サッポロ クラフトスパイスソーダ」ブランドの販売好調

「食事を引き立てるお酒」を目指し発売した「サッポロ クラフトスパイスソーダ」は、これまでになく甘くないおいしさの新しいお酒として、高い評価をいただいています。9 月 12 日の発売以降、発売 1 か月を待たずに売上 1,000 万本を突破しました(注7)。引き続き“新・食中酒”として、新たな市場を創造していきます。

(注7) https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000016259/

<参考>

- ・「サッポロ 濃いめのレモンサワー」ブランドリニューアル発売

- https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000015499/
- ・「サッポロ 濃いめのグレフルサワー」数量限定発売
https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000016082/
- ・「濃いめのグレフルサワーの素 ペット1.8L」新発売
https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000015628/
- ・商品開発 AI システム「N-Wing★」を活用した初の商品
「サッポロ 男梅サワー 通のしょっぱ梅」数量限定新発売
https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000015908/
- ・「サッポロ ニッポンのシン・レモンサワー」新発売
https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000015612/
- ・「サッポロ クラフトスパイスソーダ」新発売
https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000016130/
- ・「サッポロ 濃いめのレモンサワー」ブランドサイト
https://www.sapporobeer.jp/koime_lemon_sour/
- ・「サッポロ 男梅サワー」ブランドサイト
<https://www.sapporobeer.jp/otokoume/>
- ・「サッポロ ニッポンのシン・レモンサワー」ブランドサイト
https://www.sapporobeer.jp/shin-lemon_sour/
- ・「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