

「サッポロサワー 氷彩 1984」好調

売上 1,000 万本を突破

知る人ぞ知るサワーが“ついに自宅で楽しめる”と、SNS でも話題に



サッポロビール（株）が2月18日（火）に発売したRTD（注1）商品「サッポロサワー 氷彩 1984」の売上数量が 1,000 万本を突破（注2）しました。

本商品は、1984 年に発売した「サッポロホワイトブランデー 氷彩」をルーツにワインを蒸留したホワイトブランデー仕立て（注3）のプレーンサワーとして、繁盛店で長年愛されてきました。シンプルな味で食事にも合いながら、飲みやすく、満足感の高い味わいが特長です。現在放映中の鈴木京香さんが出演するCMも、多くのお客様から好評いただいています。

さらに4月15日（火）から、ブランド初の限定品「サッポロサワー 氷彩 1984 晴れやかライム仕立て」（注4）を全国で数量限定発売します。

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）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）350ml 換算

（注3）ホワイトブランデー一部使用。ブランデー香料を使用しホワイトブランデーの味わいを表現しています。

（注4）https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000017540/

■好調の理由

- ・食中酒としてのニーズと、幅広い味わいの楽しみ

食中酒へのニーズが高まる RTD 市場において、繁盛店で長年提供されてきたという確かな味が、新しいお酒の提案として広くお客様に受け入れられたと考えています。

また、果実を使った多彩なアレンジなど、ホワイトブランデー仕立て（注3）のプレーンサワーの楽しみ方の幅広さも多様なお客様のニーズにマッチした要因になったと考えます。

- ・これまでの“氷彩ファン”からのご支持

発売日には、SNS で長年、氷彩サワーを愛飲していただいている方から「お店の味が自宅でいつでも飲めるようになって嬉しい」「待ちに待ちました！」など多くの喜びのお声をいただきました。

X のトレンドにはプロモーションと合わせて「#氷彩サワー解禁」がランクインしました。

・コミュニケーション展開

鈴木京香さんが、昭和から令和へと時代を越えて 一人二役に挑戦した TVCMをはじめ、新商品ながら、数あるサワーの中でも長年繁盛店で愛された歴史を持つ、氷彩ならではの「個性」と「物語」を表現したコミュニケーションが、お客様に期待感と興味を持って頂くきっかけになったと考えます。

■サッポロサワー 氷彩1984について

1984年に発売した「サッポロホワイトブランデー 氷彩」をルーツとする、繁盛店で長年愛されてきた知る人ぞ知るまろやかな味わいのプレーンサワーです。2025年2月から全国で販売を開始しました。シンプルながら完成された、これだけで満足できる味わいが特長です。

ブランドサイト：<https://www.sapporobeer.jp/hyosai1984/>