



乾杯を
もっとおいしく。

「サッポロ生ビール黒ラベル<缶>」が年間販売数量の 前年超えを達成！

“自分らしく生きる喜び”を提供するビールブランドとして進化し続けます



「サッポロ生ビール黒ラベル」の缶商品の年間販売数量が、2025年12月16日(火)の出荷をもって前年超えを達成しました。

当社は、感情の質を高め、人生を豊かにする“情質価値”^(注1)の創造をテーマに独自のマーケティングアクションを展開し、「サッポロ生ビール黒ラベル<缶>」の売上数量は2025年1月から11月までの累計前年比106%と好調に推移しています。

黒ラベルは「大人の☆生。」をコミュニケーションテーマに“広告”と“体験”的な世界観を表現しています。“広告”に関しては、2010年から放映しているTVCM「大人エレベーター」シリーズで、ブランドメッセージ「丸くなるな、☆星になれ。」を一貫して訴求し、黒ラベル“独自の世界観”を表現しています。“体験”については、黒ラベルの“生のうまさ”と“独自の世界観”を体感いただくためのイベントを2014年から継続して実施しており、本年は4月から全国13カ所で「THE PERFECT 黒ラベル WAGON^(注2)」を開催しました。また、6月に梅田にて「THE PERFECT 黒ラベル BASE^(注3)」をオープンしたほか、7月には銀座の「サッポロ生ビール黒ラベル THE BAR^(注4)」をリニューアルするなど、より多くのお客様に“情質価値”を追求した深い“体験”を届け、熱狂的なファン化の促進と、ビール無関心層へのアプローチに取り組んでいます。

「サッポロ生ビール黒ラベル」は独自の世界観と生ビールのうまさを進化させ続け、今後もさまざまなお客様接点において、大人たちが自分らしいビールを選ぶことができる喜びと大人の自分を表現できる喜びを提供していきます。

(注1) https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000017419/

(注2) https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000017546/

(注3) https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000017695/

(注 4) https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000018130/

■好調の要因

①ブランドメッセージへの共感

TVCM「大人エレベーター」を中心としたコミュニケーション展開で、ブランドメッセージ「丸くなるな、☆星になれ。」を一貫して訴求。お客様に解釈を委ねる“余白”のあるコミュニケーションにより、ブランドメッセージやブランドの姿勢に対する共感を醸成しています。

②ブランド体験によるファン化の促進

「THE PERFECT 黒ラベル WAGON」や「THE PERFECT 黒ラベル BASE」などブランド体験イベントを複数展開しており、ビール関心層のみならず、若年層を中心とするビール無関心層のお客様との接点としてファン層の拡大に寄与しています。

■「サッポロ生ビール黒ラベル」について

「サッポロ生ビール黒ラベル」は、1977年に「サッポロびん生」の名で誕生して以来、多くのお客様に愛され続けてきました。熱処理ビールが主役だった当時、生ビールの時代を切り開いた先駆け的商品です。麦のうまみと爽やかな後味の完璧なバランスと、味や香りを新鮮に保つクリーミーな泡が特長で、何杯飲んでも飲み飽きない、ビール好きの大人たちに愛されるビールを目指しています。黒ラベルは「大人の☆生。」や「丸くなるな、☆星になれ。」をテーマに、大人たちが自分らしいビールを選ぶことができる喜びと、大人の自分を表現できる喜びを提供していきます。また、2019年より東京・銀座に「サッポロ生ビール黒ラベル」のフラッグシップビヤバー「サッポロ生ビール黒ラベル THE BAR」を構え、黒ラベルの世界観とともに、提供品質に徹底的にこだわった生のうまさを味わえる体験を提供しています。

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