



乾杯を  
もっとおいしく。

2026 年 1 月 16 日  
N E W S R E L E A S E

サッポロビール株式会社

## 2026 年 サッポロビール事業方針

創業 150 周年、製造業から創造業へ  
「個性」「物語」「資産」を活かした“情質価値”創造と体験価値向上に挑戦

サッポロビール(株)はビジョンである「誰かの、いちばん星であれ」のもと、創業 150 周年という節目を契機に製造業から創造業への変革を図り、“新・体験創造”カンパニーを目指します。独自の「個性」「物語」「資産」を活かした体験価値向上によるビールの魅力化と新しい“お酒”の創造を通じて、ビール市場の活性化に貢献してまいります。

### 1. 2025 年の振り返り

2025 年は物価高の影響により消費行動は合理化・節約志向が強まる一方、自分のこだわりにはお金を使うメリハリ消費の傾向が一層顕著になったと捉えています。

このような市場環境の中、当社は体験価値を重視したマーケティングに取り組み、ビールカテゴリーの販売数量は前年比 103%と着実な成果を収めることができました。「サッポロ生ビール黒ラベル」と「エビスビール」がともに前年の年間販売数量超えを達成したことに加え、「サッポロラガービール」瓶が前年比 121%と大幅に伸長し、北海道限定ビール「サッポロ クラシック」は過去最高売上を達成しました(注 1)。

RTD(注 2)カテゴリーは、個性的なブランド展開と新商品提案により販売数量は前年比 108%となりました。主要ブランドである「サッポロ 濃いめのレモンサワー」が好調に推移してカテゴリー全体を牽引し、「サッポロ 男梅サワー」も全体の売上に貢献したほか、2025 年 2 月に発売した新商品「サッポロサワー 氷彩 1 9 8 4」を通じて市場活性化を図りました。カテゴリー全体では 5 年連続の前年超えを達成し、サッポロ史上過去最高売上を達成しました(注 3)。

(注 1) [https://www.sapporobeer.jp/news\\_release/0000018224/](https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000018224/)

(注 2) Ready to Drink の略。栓を開けてそのまま飲めるアルコール飲料。

(注 3) [https://www.sapporobeer.jp/news\\_release/0000018157/](https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000018157/)

### 2. 2026 年のマーケティング戦略

2026 年は、酒税税率改正による「ビールカテゴリー回帰の流れ」がビール市場活性化の大きな機会となります。嗜好品であるビールの魅力をさらに進化させていくため、“情質価値”の創造に挑戦します。“情質価値”とは、感情の質を高め人生を豊かにすることを意味しています。

ブランドの姿勢を表現する広告を通じてお客様の共感・共鳴・共創を創出するとともに、体験の場を通じて偶発的な出会いと新たな気づきを醸成し、お客様とブランドの間に生まれる物語を紡いでいきます。

また、グループ会社である(株)サッポロライオンが所有・運営する銀座ライオンビルにおいて、「サッポロ生ビール黒ラベル」および「エビス」の新ブランド体験拠点を 10 月に開業(注 4)することで新たなビール体験も提供してまいります。

(注 4) [https://www.sapporobeer.jp/news\\_release/0000018260/](https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000018260/)

## ■ビール

### ・黒ラベルブランド

「丸くなるな、☆星になれ。」をテーマに“憧れと共感”を醸成します。「THE PERFECT 黒ラベル WAGON」(注5)はじめ、黒ラベル史上最大級の25か所での体験イベントを全国で開催するとともに、大阪・梅田に「サッポロ生ビール黒ラベル THE BAR OSAKA」(注6)を夏頃に開業して西日本での顧客拡大を図り、ブランド体験を拡大することでビール関心層の拡大を目指します。

(注5)詳細決まり次第ご案内します。

(注6)[https://www.sapporobeer.jp/news\\_release/0000018253/](https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000018253/)

### ・エビスブランド

「たのしんでるから、世界は変えられる。」をテーマに“共鳴&共創”を創出します。エビスブランドの共鳴者との新たなアクションとして、漫画家矢沢あい氏とコラボレーション(注7)を実施します。また、4月に開業2周年を迎えるYEBISU BREWERY TOKYOでは、ここでしか体験できない特別なコンテンツを拡充します。さらに、毎年夏に恵比寿ガーデンプレイスで実施している「YEBISU BEER HOLIDAY (エビスビアホリデー)」を進化させるなど、エビスによる情質価値を体験できる場を創造し、新たなファンの獲得を目指します。

(注7)[https://www.sapporobeer.jp/news\\_release/0000018262/](https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000018262/)

### ・その他ビールブランド

「サッポロラガービール」「サッポロ クラシック」「サッポロ SORACHI1984」など、当社独自の「物語」「資産」を有する個性豊かなビールブランドにもより一層の磨きをかけるマーケティングを展開します。また創業150周年を記念し、海外で販売している「SAPPORO PREMIUM BEER」の150周年記念デザイン缶を、日本と世界各国で数量限定発売し(注8)、サッポロブランドを世界で輝くブランドとして強化していきます。

(注8)[https://www.sapporobeer.jp/news\\_release/0000018252/](https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000018252/)

## ■RTD

既存ブランドの強化に加え、新ブランドを発売し市場活性化に貢献します。

※新ブランドの詳細については後日ご案内します。

## ■「Healthier Choice (より健康的な選択肢の提供)」(注9)への取り組み

適正飲酒の啓発において「BETTER DRINKING EXPERIENCE ～自分にいい乾杯、見つけよう。～」をスローガンに掲げ、多彩な乾杯のカタチに応える、お客様一人ひとりに適した飲用体験を提案します。ホームページやSNS等での周知に加え、外食の場で楽しみながら学べる体験型セミナーを開催するなど、適正飲酒の啓発に取り組みます。

また、ビールの代替品ではなくノンアルコールビールの新オケージョン提案に挑戦する商品として、ミズノ株式会社と協働開発した新たなノンアルコールビール「サッポロ SUPER STAR」を2月25

日(水)に近畿エリア限定で発売します(注10)。運動後にノンアルコールビールを提案することで、運動の習慣化、ひいては健康寿命の延伸という社会課題解決に取り組みます。

(注9) サッポログループの中長期成長戦略([https://www.sapporoholdings.jp/news/items/20250214\\_sh\\_mlt\\_ja.pdf](https://www.sapporoholdings.jp/news/items/20250214_sh_mlt_ja.pdf))における骨子の一部。

(注10) [https://www.sapporobeer.jp/news\\_release/0000018178/](https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000018178/)

また、サッポログループは持続可能な社会の実現に向けて「環境との調和」「社会との共栄」「人財の活躍」を目指し、サステナビリティ経営を推進します。具体的には環境負荷を低減する原材料開発や配送への取り組み、多様な人材が活躍できる環境づくりなど、事業活動を通じて人々と地域社会のWell-beingに貢献します。

<2025年実績および2026年計画> (注)2025年実績およびそれに基づく前年比はすべて速報値。

ビールテイスト・RTD	2025年実績	前年比	2026年計画	前年比
ビールテイスト合計 (④+⑤)	3,958	98.8%	3,901	98.6%
④ビール	3,220	103.2%	3,351	104.1%
黒ラベルブランド計	1,786	103.8%	1,843	103.2%
「サッポロ生ビール黒ラベル」※1	-	103.7%	-	103.3%
エビスブランド計	627	98.6%	671	107.0%
「エビスビール」※1	-	100.1%	-	109.2%
⑤発泡酒 (含む発泡酒②)	738	83.5%	550	74.5%
「サッポロ GOLD STAR」※1	384	81.3%	313	81.6%
ビールテイスト飲料合計※2	74	113.8%	75	102.0%
RTD合計	1,170	108.3%	1,230	105.1%

※1 商品ブランド単体

※2 ビールテイスト飲料には、ノンアルコールビールテイストおよび微アルコールビールテイストを含む。

単位：万ケース (ビールテイスト、ビールテイスト飲料は633ml×20本換算。RTDは350ml×24本換算)

ワイン・スピリッツ	2025年実績	前年比	2026年計画	前年比
ワイン合計	74	99.1%	71	95.1%
スピリッツ合計	337	92.7%	341	101.3%

単位：億円 金額は1,000万円の桁を切り捨て。