



乾杯を  
もっとおいしく。

NEWS RELEASE

サッポロビール株式会社

## 「サッポロチューハイ99.99<フォーナイン>」

### 2019年販売計画を上方修正

～当初計画の2.5割増の500万ケースに～

サッポロビール（株）はRTDブランド「サッポロチューハイ99.99」の販売好調により、8月31日出荷分をもって年間計画の8割である320万ケースを達成しました。

これにより2019年販売計画を当初発表の400万ケース（250ml×24本換算）から、2.5割増となる500万ケース（250ml×24本換算）に上方修正します。

当社は、9月3日からは「サッポロチューハイ99.99クリアアップル」を、11月6日からは「サッポロチューハイ99.99クリアユズ」をそれぞれ限定発売し、「研ぎ澄まされたクリアなうまさ」という新しい味覚体験を幅広いお客様へお届けすることで、RTD市場の活性化に貢献できるブランドとしてさらに育成していきます。

#### 【好調継続の要因】

##### ① 2019年5月に行ったリニューアル

2018年の発売以降、お客様から寄せられたご意見をもとに、原材料の配合を見直し、さらに研ぎ澄まされたクリアなうまさとプリン体ゼロ（注1）を同時に実現しました。これにより、さらにスムーズで上品な飲み口になりました。また、プリン体をゼロ（注1）にすることでプリン体を気にするお客様からの商品魅力度アップを図りました。

（注1）100mlあたりプリン体0.5mg未満をプリン体0としています。

##### ② シンプルでスタイリッシュなパッケージ

ターゲットである30～40代の男性のお客様を中心にシンプルで洗練されたパッケージデザインが引き続き支持を得ています。2019年5月のリニューアル時には、「99.99」のフォント変更、全体のレイアウト変更を行い、全体をマットニス加工にすることで、さらに本格感、上質感のあるデザインに仕上げました。

##### ③ お客様支持の拡大

CMやイベント等によるお客様とのコミュニケーションを通じて、メインである30～40代男性のお客様に加え、20代のお客様からの支持が拡大しています。今後もコミュニケーション活動を強化し、より幅広いお客様からの支持拡大を図ります。

#### ◆ブランドサイト

<https://www.sapporobeer.jp/9999/>



以上