



乾杯を
もっとおいしく。

2021年8月23日
NEWS RELEASE

サッポロビール株式会社

「サッポロ WATER SOUR」が発売前日に 年間販売計画の約4割突破で好調スタート

「甘くない。強くない。今までにない。」炭酸水テイストのRTD



サッポロビール(株)が8月24日に発売する「サッポロ WATER SOUR」の当社出荷数量が、発売前日に2021年間販売計画の約4割にあたる約31万ケース(注1)を突破しました。これは8月月間販売計画の約1.5倍にあたります。

この商品は「無糖」「ALC. 3%」でライトに飲める「炭酸水テイスト」のRTDであり、米国などで人気のRTDである「ハードセルツァー」(注2)に着想を得た、日本生まれのハードセルツァー(注3)です。ターゲットである20-30代の若いお客様の生活スタイル・お酒との付き合い方・味覚の嗜好性にフィットするには、これまでのRTDと一線を画した新しいお酒の価値を提案する必要があると考え、開発しました。この商品を通じて、日常でのリフレッシュや、仕事から自分時間へと切り替えるきっかけとなるような、新しい軽やかなお酒の時間を提案します。

発売前の商品紹介において、多くの販売店様等より「日本版ハードセルツァーとして期待をしている。すっきりしていておいしい。」「さっぱりしておいしい。」という声をいただき、大変好評です。

当社は時代とともに移りゆく若年層のニーズに「甘くない。強くない。今までにない。」炭酸水テイストのRTDで応え、市場のさらなる活性化に貢献します。

<参考>「サッポロ WATER SOUR」新発売リリース

https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000012629/

(注1)250ml×24本換算。

(注2)米国における「ハードセルツァー」は、一般的にサトウキビの糖蜜由来アルコールを使用したフレーバー付きの「アルコール入り炭酸水」の総称です。

(注3)米国で販売されているハードセルツァーをヒントに、日本のお客様のニーズに合わせた商品設計をした「炭酸水のような感覚で楽しめるお酒」であることを、日本生まれのハードセルツァーと表現しています。

以上