

# アサヒビール(株) パッケージング技術研究所



## パッケージも大切な商品の一部

新商品開発というと「中味が新しい、味が新しい」と思われがちですが、「パッケージ」も大切な商品の一部です。様々な技術を駆使することで機能性やデザイン性を向上させることもでき、容器面から商品コンセプトを高めることもできると考えています。また缶、びん、紙箱などグループ各社で使用される容器包装資材について、評価試験を実施し、お客さまにとって安全・安心な容器の採用を図るとともにリサイクル性の向上、廃棄物の削減にも積極的に取り組んでいます。

### 新しい容器・包装の開発

缶、びん、紙器などグループ各社で使用される容器・包装の開発を行っています。お客さまにとって、使い易く、情緒豊かな容器開発だけでなく、環境負荷軽減を目的とする軽量化も積極的に推進しています。

### 新技術とトレンド調査

お客さまにとって魅力ある新容器開発を目的に、容器に関する国内外の動向を調査解析しています。得られた情報や技術に基づき、新たな価値や社会に求められる価値を持った容器を開発しています。

### 新容器の評価試験

アサヒグループの新商品の容器に対して、評価・試験を実施し、お客さまにとって安全・安心な容器の採用を図るとともに、既存商品のさらなる改良をしています。また、問題が発見された容器に対しては原因究明し、より良くするための改善をします。

### 新しい樽生機器の開発

お客さまおよび料飲店さまに魅力的で新たな価値を生み出す樽生機器の開発に取り組んでいます。お客さまがよりおいしく飲めて、かつ料飲店さまで扱いやすく、環境負荷も低減するような機器を開発しています。

## 研究

### 日本初の体験型パッケージイノベーション「スーパードライ生ジョッキ缶」

「お店の生ビールのきめ細かい泡とジョッキの流入感を缶ビールで届けたい!」そんな想いをパッケージイノベーションで具現化し、スーパードライブランドの活性化に貢献した商品です。普通は「開けると泡が噴き出してしまう缶」は不良品です。しかし「開けるとクリーミーな泡が自然と沸き立つ」のであれば価値になります。この泡立ちを実現するために、特殊な表面構造を持つ缶資材を開発し、不具合を価値に変えることができました。また、ただ泡が出るだけでは消費者価値にはつながりません。フルオープン缶蓋の採用により、ジョッキのような見た目と流入感を味わえるようになりました。蓋の切り口はダブルセーフティー構造で保護されケガの心配もありません。発売前から多くの期待を寄せられた本商品は、2021年4月発売時にはビールの常識を変える歴史的な売上を達成し、多くのお客さまの喜びの声をいただきました。さらなる「期待を超えるおいしさ」を目指して、生ジョッキ缶は進化を続けていきます。



### 累計会員数 2.7 万人突破!

### THE DRAFTERS

### 「本格泡リッチサーバー」の開発

アサヒビールの生ビール新サービス「THE DRAFTERS」で採用されている「本格泡リッチサーバー」は、うまい生ビールを誰でも簡単に楽しめるようにアサヒビールがこれまでの業務用樽生機材開発で培った技術をふんだんに注ぎ込み、高密度のクリーミーな泡と氷点下のうまさを体験できる家庭用ビールサーバーに仕上げたものです。本格的な生ビールを楽しめるプロ仕様でありながら、ご家庭でも使いやすいよう配慮した設計も特長の1つです。2021年5月から展開し、累計で2万人以上の会員さまにご使用いただき、多くの喜びの声をいただきました。さらなる「期待を超えるおいしさ」を目指して、本格泡リッチサーバーは進化を続けていきます。



パッケージング技術研究所 開発第一部  
宮下 裕介 Yusuke Miyashita

2006年入社

### — 私のチャレンジ —

### 飲んで楽しむシーンにワクワク感を提供するパッケージを開発

商品を買っていただくお客さまに、これまでになかった新たな体験や、商品を飲んで楽しむシーンでのワクワク感を提供することで、日々の生活に彩りを添えたい—そんな想いで、生ジョッキ缶の蓋の開発や品質改善、缶ビール用の段ボールケースの開発に取り組んでいます。自身が開発した資材が、工場の製造ラインや物流工程でスムーズに使えるよう、資材の設計を見直したり、製造設備の課題を

見つけ出し、改善策を考えたりするのは難しいところでもあり、やりがいでもあります。工場での製造ライン試験でうまくいった日の帰りに、苦勞をともにしたメンバーと生ビールを飲むのは最高の瞬間です。自分の想いや考えたことが開発品に反映され、それが商品となり世の中に出ていく。それがお客さまの生活や、会社の未来づくりに直結するのが大きな喜びです。