

# アサヒビール(株) パッケージング技術研究所



## 外見も大切な商品の一部

新商品開発と言うと「中味が新しい、味が新しい」と思われがちですが、「外見」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心安全な容器の採用を図ると共に、リサイクル性、廃棄物問題、安全性の向上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、情緒性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心安全な容器の採用を図ると共に、既存商品の更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追及し、より良くするための改善を施します。

### 新しい樽生機器の開発

お客さまおよび料飲店様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、かつ料飲店様で扱いやすく、さらに環境負荷も低減するような機器を開発しています。

## 研究

### 国内ビール業界初の新印刷技術 「複数デザイン印刷缶」

お客さまの消費動向が「モノ」から「コト」へ移行している中、容器も商品価値を向上させる重要な要素になっています。海外の最新技術を調査していくと、「複数デザイン印刷缶」がまさに「コト消費」に繋がる新技術でした。従来の印刷技術では1製造あたり1デザインの製缶しかできませんでしたが、1製造で複数デザインの製缶が可能となる新技術です。この海外新技術を輸入し、国内製缶メーカーと日本仕様にアレンジすることで国内業界初となる新技術を展開致しました。本技術を五輪と連動させたギフト商品の一部に採用し、中味やブランドを変えることなく、「スーパードライ」のような定番ブランドを新鮮に魅せ、お客さまのコト消費に繋げることができました。



### 取扱店舗累計10,000店突破！ 「エクストラコールド」機材の開発

「アサヒ スーパードライ エクストラコールド」は最先端の温度管理システムと独自に開発されたディスペンサーから生み出される氷点下の「スーパードライ」です(通常提供温度帯5~6°C)。これは飲食店様とお約束を結び厳格な管理を持って提供ができていますが、機材開発におけるためめ技術革新も大きな役割を果たしています。実際機材は年々進化を遂げ、現在では展開当初比機材設置面積が1/4になり、最大消費電力を63%削減し省エネを図ることで飲食店様での設置性と取扱性の向上を果たしております。これによってお取り扱いいただける飲食店様が飛躍的に増えたとともに、お取り扱いいただいた飲食店様の売上アップにも貢献しております。



パッケージング技術研究所 開発第一部

樋口 亮 Ryo Higuchi

2013年  
入社

### — 私のチャレンジ —

#### 環境にやさしくて、「これ、いいね」と喜んでもらえる容器を創る

売り上げや利益の増進、環境負荷の低減に寄与する新しい容器包装の研究開発をしています。開発に際しては、まず工場ラインで製造可能であること、輸送中の破損や漏れが発生しないこと、そして流通や消費者によって取り扱いに問題が生じないなど、様々な制約条件を満たす必要があります。製造が容易で、お客さまにも気に入っていただける容器の設計は、大いにやりがいを感じるミッショ

ンであると捉えています。容器包装開発のエキスパートを目指して仕事に打ち込める環境が整った研究所では、マーケティング、生産、工場、調達、物流、品質、容器包装メーカーなどの関係部署や社外の方と接する機会も多く、とても視野が広がりました。これからは、お客さまに「使いやすくなった」「形が面白い」「おいしさがアップした」といわれる斬新な容器包装の開発に挑戦し続けます。