



「パーフェクトサントリービール」

「糖質ゼロで本格ビールの味わい、が好評」

開発の後押しもなった。当時

また、将来的な酒税改正に伴うビール回復の機運や、健康志向の高まりを受けた糖質オフなどの機能系商品の市場がより拡大することが予想されていたこともあり、

開発は2015年から着手した。背景には、醸造家の強いビール愛がある。ビールを愛飲する方の中にも、糖質を気にして飲用量を抑える方など、ビールに対するモヤモヤを抱える方が多く存在している。そうした状況を知った醸造家が、全てのビール好きに向けて、健康に気を使わずに飲みたいという思いを抱いたことがきっかけだった。

開発のスタートはいつ頃から

開発は2015年から着手した。背景には、醸造家の強いビール愛がある。ビールを愛飲する方の中にも、糖質を気にして飲用量を抑える方など、ビールに対するモヤモヤを抱える方が多く存在している。そうした状況を知った醸造家が、全てのビール好きに向けて、健康に気を使わずに飲みたいという思いを抱いたことがきっかけだった。

開発は2015年から着手した。背景には、醸造家の強いビール愛がある。ビールを愛飲する方の中にも、糖質を気にして飲用量を抑える方など、ビールに対するモヤモヤを抱える方が多く存在している。そうした状況を知った醸造家が、全てのビール好きに向けて、健康に気を使わずに飲みたいという思いを抱いたことがきっかけだった。

サントリーが展開する糖質ゼロのビール「パーフェクトサントリービール」(PSB)が好調。1月から缶製品の中味とパッケージをリニューアルすると、糖質ゼロの特長はそのままに、より本格ビールらしいコクや味わいが感じられると好評だ。3月からは料飲店向けでも展開。これまでの業務



に仕上げるためにはビールを薄める必要があった。しかし、薄めるとアルコール度数も低くなり、ビールらしい飲みごたえも消失して

開発時に最も苦労したポイントには、アルコール5・5%の実現

開発時に最も苦労したポイントには、アルコール5・5%の実現

開発時に最も苦労したポイントには、アルコール5・5%の実現

用にはなかった糖質ゼロの価値と、本格ビールの味わいを両立していることから、高い支持を受けている。発売までの経緯や、業務用での動向、今後についてマーケティング本部プレミアム戦略部の小笠原 禮氏(写真)に話を聞いた。

「サ・プレミアム・モルツ」にも使用される

「サ・プレミアム・モルツ」にも使用される

「サ・プレミアム・モルツ」にも使用される

「サ・プレミアム・モルツ」にも使用される

「サ・プレミアム・モルツ」にも使用される

「サ・プレミアム・モルツ」にも使用される

「サ・プレミアム・モルツ」にも使用される

「サ・プレミアム・モルツ」にも使用される

「サ・プレミアム・モルツ」にも使用される

「サ・プレミアム・モルツ」にも使用される

「サ・プレミアム・モルツ」にも使用される

「サ・プレミアム・モルツ」にも使用される

「サ・プレミアム・モルツ」にも使用される

「サ・プレミアム・モルツ」にも使用される

「サ・プレミアム・モルツ」にも使用される

「サ・プレミアム・モルツ」にも使用される

「サ・プレミアム・モルツ」にも使用される

「サ・プレミアム・モルツ」にも使用される

「サ・プレミアム・モルツ」にも使用される

「サ・プレミアム・モルツ」にも使用される

「サ・プレミアム・モルツ」にも使用される

「サ・プレミアム・モルツ」にも使用される

「サ・プレミアム・モルツ」にも使用される

「サ・プレミアム・モルツ」にも使用される

業務用は6月までに1800店舗で採用

スト販売を実施した。しかし、実施前には店舗側から「ビールなのに糖質ゼロだと、味わいが薄いのではないかな」など、中味に対して懸念する声もあった。

だが、実際に販売が始まるとお客さまや店舗側からたくさん的高評価を頂けた。飲用後にかがった感想の中には、「糖質ゼロだと思わなかった」という声もあり、強い手ごたえを感じることができた。

テスト販売からさらに改良を重ね、21年4月から缶を発売。狙い通り、味わい

「対してお客さまから高い評価を得ることができた。——料飲店で本格的に展開を始めてからの反応はどうか

22年3月から料飲店で展開中で、10の樽詰と、6月からは20の樽詰をラインアップ。発売前から反響があり、取り扱い店舗数の年間目標に掲げていた1000店舗を早々に達成した。6月末までに約1800店舗で採用され、とても好調に推移している。

これまでの業務用にはなかった本格ビールの味わいと糖質ゼロを両立した価値が、高く評価されている。年間目標も、5000店舗と大幅に上方修正。今後も長期的な開拓を狙って取り組んでいきたい。

糖質ゼロによる爽快な後味は食事との相性が抜群で、健康を考えながらも気兼ねすることなく杯数を重ねられることから、免許符的に飲用できるのも強みだ。

スツキリと飲める強みを活かして、メカジョッキで展開している店舗などもあり、幅広い支持を受けている。

今夏は、約3年ぶりに全国各地で開催されているビアガーデンでも取り扱い数が増加している。糖質オフメニューについて全国のビアガーデンを対象にアンケートを行うと、うち約7割が導入を検討していることが分かった。注目度の高さを再認識するとともに、まだまだ伸び代は大きいと実感した。

料飲店での飲用は、家庭用にも繋げやすいというメリットもある。糖質ゼロだとは思えない本格的な味わいや、濃い味の食事との相

性の良さなどをより幅広い世代に発信し、さらなる定着を目指している。

——家庭用のリニューアル以降の状況は

家庭用では22年1月に缶

の中味とパッケージをリニューアル。味わいの骨格はそのままに、ダイヤモンド麦芽の使用量を1・3倍に増量し、ビールらしい飲みごたえをより強化し

た。パッケージも、商品名の愛称である「PSB」のロゴを大きく配して、店頭での視認性を高めて手に取りやすいデザインに仕上げた。

「ポーソー米油シリーズ」のパッケージをリニューアルし、9月から順次発売すると発表した。

ポーソー米油

米油パッケージリニューアル

管理栄養士推奨と記載

ポーソー米油は1日、「ポーソー米油シリーズ」のパッケージをリニューアルし、9月から順次発売すると発表した。

2021年度の米油市場は昨対比125・6%であり食用油全体(昨対比99・6%)と比較して大きく伸

長。米油は酸化に強く、さらっとクセがないのが特徴で、揚げものや炒めものはもちろんのこと、ドレッシングやスイーツといったあらゆる分野で活躍する万能油。近年は、内食需要の高まりと使い勝手の良さが相まって、食用油のなかで特に需要が高まっているが、米油の認知度は59・2%(日本植物油協会調べ)とまだまだ



理由として、「加熱、生食どちらでも扱いやすい」「酸化に強く、おいしく、少ないため、

だほかの食用油と比較して低い状況。米油をより多くの人に知ってもらいたい、試してもらいたいという思いから、全国の医療機関に勤務する管理栄養士に実際に試してもらい、感想や推奨意向を尋ねたところ、全国610名の管理栄養士のうち98%が、「料理のしやすさや健康を意識する人に『ポーソー米油』をおすすめしたい」と回答したことから、パッケージに「管理栄養士推奨」と記載する。

ポーソー米油を推奨する理由として、「加熱、生食どちらでも扱いやすい」「酸化に強く、おいしく、少ないため、

「酸化に強く、料理のしやすさ長持ち」「ビタミンEが摂れる」「国産原料」の順で、米油本来の特徴のほかに、「国産原料」を大きく評価し「揚げものがカラッと揚がる」「学校給食に使われていて安心感がある」「口コミ、一般的な評価、評判が良い」という意見もあった。



管理栄養士推奨を説明したサイト (<https://boosriceoil.com/komeabura/>)も作成した。(T)

順調な推移だが、課題は

現在の「PSB」に対する認知度は、約4割程度と広く浸透していない。加えて、お客さまの中には「糖質ゼロ」おおいしくない」というイメージを根強く持っている方も存在している。

これらの課題解決に向けて、料飲店での展開拡大や、テレビCMの放映などに注力していく。特にCMでは、焼き肉屋との相性が良かったことを考慮して、焼き肉と合わせた訴求を行っている。

——今後の目標について

今後は、機能系のビール

ル」という理由で選ばれるのではなく、新しい時代のおいしいスタンダードなビール」という形で、多くの人から愛飲されるブランドへ育てていきたいと考えている。通常発売されているビールと肩を並べられるような、おいしいビールとしてのイメージを定着させて、当社の第4の柱に育てていきたい。

糖質ゼロならではの中味を追求している「PSB」は、機能系カテゴリーのエントリーにもなっている。今後も高まるのが予想される健康志向の中で、ビール飲用時にモヤモヤを抱え

【名古屋】日清製粉 ウェルナが特別協賛するイルミネーションイベント「青の洞窟 NAGOYA」が7月29日、名古屋市中区栄で始まった。

日清製粉ウェルナ 「青の洞窟 NAGOYA」点灯式



中部エリアを代表する繁華街・栄のシンボリック存在「中部電力 MIRAITOWER」をイメージカラーの青色で染め上げるイベント。新型コロナウイルス

ウィルスによる影響で3年ぶりの開催で、中部エリアでは初めての開催。点灯式では、最新の3Dマッピング技術を駆使した国内タワー初の Illumination Mapping が披露され、幻想的に浮かび上がる「青の洞窟 NAGOYA」に歓声が上がった。点灯は8月7日までの午後7〜10時まで。(亀井和真)

るお客さまに寄り添いながら、本格的なビールの味わいを糖質ゼロで届けていきたい。

<甘口>

<中辛>

<辛口>

<鶏白湯味>

マーボといったら丸美屋

<https://www.marumiya.co.jp>

鍵穴

先週、ニッポン放送の「羽田美智子のいつてらっしゃい」という朝の番組で5日間にわたって取り上げられたテーマが炭酸水。そもそも炭酸水とは…から、天然炭酸水＝鉱泉と、人工炭酸水の違いまでが初回

▼その後、炭酸水の歴史、日本の炭酸水の歴史、炭酸水の雑学と話は進み、最終回は強炭酸水。中には日本に初めて人工炭酸水(レモネード)を持ち込んだのがペリー提督で、これが後のラムネの原型だった説も

▼世はまさにタンサンブーム。直接飲用も当たり前。それも強炭酸が主体となっている。酒類ではチューハイやウイスキーハイボール、そして缶入りの各種RTDの拡大が続き、天然泡のビールを脅かして久しい

▼ベースの酒も本格焼酎、最近では日本酒まで広がる一方だ。直近ではビールを炭酸水で割るという新発想の商品も。そんな中、知人がラジオの電池切れを訴え、「単三2本買っておいで」と伝えたら「冷蔵庫にあるでしょ」と即答が…。