

常温の缶から樽生ビール品質 業務用新サーバー「ノミーゴ」



サントリーが10月5日からテスト展開している缶専用の生ビールサーバー「nomigo(ノミーゴ)」。21年3月に立ち上げたイノベーション部の第三弾は、樽生を導入するほど杯数が多い飲食店の活性化を狙う機材だった。今回は、ビールカンパニーマーケティング本部イノベーション部の伊藤優樹氏(写真)に、その開発の経緯などについて聞いた。

(石母田健)

—初の缶専用サーバー誕生のきっかけは？
伊藤 イノベーション部設置当初から、業務用における改革を使命としていたが、ビールを主語に業務用市場をみると、サントリーのDNAのひとつでもある業家運動の重要さを再認識。特に「ザ・プレミアム・モルツ」のメインエリアでのシェアの高さは飲食店様に支えられているからこそ、という思いが強まった。

—そうしたことを背景に、飲食店様の繁盛のお手伝いを強化することが最も重要との観点から、ビールを飲む時、せっかくなら樽生ビールを飲みたい、というお客様が多いことを改めて認識。
その一方で、ハイボールやチューハイなどいろいろなアルコールメニューが増えた今、「とりあえずビール」に代表される、ビール主役の立ち位置も変わりつつあることを痛感した。

—そうした背景と、ビールの今後を考えると、ビールの杯数がそれほど多く出ない飲食店様でも、樽生導入店と同じ生ビールを提供できることが、外食でのビール活性化、飲食店様の活性化につながる可能性が大きいことを見出した。

—缶に着目したのは？

伊藤 樽生もびんも缶も、すべて中味は同じ。飲食店様では樽生とびんが主力で、缶はほとんどない。缶でも樽生ビール品質が楽しめるれば、必ずお客様と飲食店様の喜びに

「中味は一緒」の発想で開発

つながると考えた。
そして、そのための機材に焦点が当たった。機材の開発に着手したのは21年6月頃。当初は、「ザ・プレミアム・モルツ マスターズドリーム」で採用している5ℓ樽や、研究を進めていたPET容器での対応も考えたが、5ℓ樽はコスト面で、PET容器は繊細な「プレモル」との相性面で、それぞれ課題が多いことに悩んでいた。それが缶容器の優秀さを再認識することにつながり、缶から樽生品質の生ビールを抽出できる機材の開発が始まった。

—ゼロからのスタートだったわけだ？

伊藤 当初は懐疑的な意見も少なくなかったが、キャンペーンで提供した神泡サーバーを使った「プレモル」と、樽生の「プレモル」をプラインドテイティングしたところ、ほとんど差はなく、きめ細かいクリミーな泡と、温度(3〜4℃)をキッチリ押さえれば、樽生と同等の「プレモル」が飲めることが判明。機材開発の意義と将来への確信につながった。
ビールの新機材導入は何十

年ぶりだったが、コロナ禍で苦悩する飲食店様のことを考えると、開発は待ったなしの状況だった。そもそもイノベーション部に課せられた使命は、矢継ぎ早に新しい提案をすること。その意志を貫き、想定外の短期間で開発に漕ぎ着けた。
2つの機材メーカーによるコンペだったが、良きライバル同士が切磋琢磨することで開発の速度が予想外に速まったうえ、満足できる機材が生まれた。
—セールスポイントは？
伊藤 中心となるセールス

ポイントは、樽生ビールと同等の品質。しかも1缶1杯の開けたて使い切り。さらに、簡単なオペレーションで清潔、ビール液のロスがほとんどない、など。開発当初は樽生との比較による賛否両論が入り混じっていたが、どれも新機材が定着すれば解決できる課題だった。
—10月5日から、いよいよテスト

展開が始まった

伊藤 現在、ファストフード業態を主

体に「試したい」との声を多くいただいている。常温でも対応可能という特長も評価されている。
—導入の効果の声は？

伊藤 杯数増は間違いのない。導入店様の中には、樽生ビールを扱った方が良いと思われるレベル近くまで杯数が増えた店もある。ある意味、そういった隠れた宝を掘り起こすための機材として使われるのも望むところで、その辺りを商談でもキッチリ説明している。システム上は(色々な調整が必要だが)、例えば「サントリー生ビール」や

一杯一杯あけたてのうまさを



「オールフリー」にも応用は可能で、その分、将来の可能性は予想外に大きい。また、樽生ビールサーバーとの併用という手もある。
……………
取材の最後に伊藤氏は、「機材自体は、まだまだ進化していくことができる。飲食店様と二人三脚でノウハウを蓄積し、それに沿った改善を重ねていく」とし、「何よりも、おいしい！の声が飲食店様に返ってくるのが理想。その積み重ねが飲食店様の繁盛につながり、ひいては家庭での缶需要につながっていく。こうしたサントリーが得意とする業家運動の波が起きることを期待している」と締め括った。