

# ノンアルコールビール

アサヒ

## ドライゼロ

【特徴】麦汁を使わずにビールの成分を再現。余分な甘味や雑味を抑えた。ろ過前の一定期間、0度に近い温度で貯蔵して後味をすっきりさせた。原材料は糖類、大豆ペプチド、食物繊維、ホップ、香料など。デザインはシルバー中心の色でドライなのをごしをアピール。赤の帯でアルコール分0.00%と記載した。【発売日】2月21日【実売価格】350ミリで143円前後



キリン

## フリー

【特徴】麦芽100%の麦汁を使い、麦芽とホップのうまみが生きたやわらかな飲みごたえとさわやかなのごしに。リニューアルでは、人工甘味料、合成香料、酸化防止剤を使用せず、より自然なうまみを引き出した。原材料は麦芽、砂糖類、ホップ、香料など。デザインは白を基調に洗練された雰囲気を出した。【発売日】1月中旬【実売価格】350ミリで143円前後



サッポロ

## プレミアム アルコールフリー

【特徴】麦芽100%の麦汁を使い、ビールに近い苦味やコクがあるしかりとした味を実現。リニューアルでは、一部にファインアロマホップを使用、原材料の配合バランスを最適化して、爽快な後味にした。原材料は麦芽、水あめ、ホップ、酸味料、苦味料、香料など。デザインは金色を使い高級感を出した。【発売日】2月15日【実売価格】350ミリで140円前後



ノンアルコールビールの市場が急速に拡大している。発売当初は車の運転などでお酒が飲めないときの代替品としての需要がほとんどだったが、最近は普段あまりお酒を飲まない若者や女性にも消費層が拡大。各社は市場がさらに伸びるとみて、新製品の発売やリニューアルで品質や味の向上を競っている。

アサヒビールが2月に「イセロ」。同社が得意と

一般的ノンアルコールビールはビールの原料になる麦汁を利用し、発



### サッポロ 苦み・コクしつかり

「サッポロプレミアムアルコールフリー」をリニューアル発売した。開発方針は「ビール好きが納得できる、ビールに近い味わいを実現する」(同社営業本部サッポロブランド戦略マネージャー・桑原敏輝氏)。

「幅広い生活シーンで楽しむ人が増え、市場が急速に拡大している。自然なおいしさを追求し、素材のうまみを生かすため、米やスターチ

### 専門家の目

麦汁を使わずにつくるという思い切った製法を使っている点は評価できる。雑味を抑える氷点貯蔵も爽快感重視のコンセプトに合致(藤原)	人工甘味料など無添加、自然素材使用がPRポイント。リニューアルで雑味や甘味を抑え、飲みやすさやすっきり感を前面に出した(友田)	前作を踏まえ「苦味」と「コク」のしかりした飲みごたえというコンセプトを貫いている。ファインアロマホップの使用で香りもよい(藤原)
麦汁発酵後の成分を麦汁を使わず再現し、さらに氷点貯蔵することによって、アサヒらしい「キレ」や「ドライさ」をうまく表現している(友田)	「無添加」という言葉がもたらす安全・安心なイメージが、健康に気遣う世代や女性への大きなアピールになっている(園田)	麦芽100%で2回の煮沸を行うことにより、飲みごたえやコク、芳醇(ほうじゅん)な味わいを表現している。コクタイプを好む人向け(友田)
麦汁を使っていないが香りには麦っぽさを感じられる。飲みやすくクリアな爽快感はよいが、もうすこしコクがあればもっとよい(園田)	ホップの香りがとても華やか。泡も豊かなので、グラスに注いで飲みたい。ホップの香りや苦味に関しては最もビールに近い(藤原)	麦の香りがしつかりあり、ほんのり花のようなホップの香りもある。泡持ちもよく、ビールを飲んでいるような感覚になる(園田)
非常に軽やかな味わい。麦芽の魅力はないが後味のかすかな苦味がビール風味。炭酸の刺激がよく、のどの渴きを癒すのによい(藤原)	香りはややキャンディーのようでノンアルコール独特の違和感もあるが、味わいは爽快でナチュラル。ホップというよりハーブの風味が感じられる(友田)	ファインアロマの心地よい爽快な香り、麦芽の香ばしい香りがある。ノンアルコール特有の甘味も少し感じられるが、バランスはよい(友田)
つや消しのクールなイメージで、全体の雰囲気「スーパードライ」と似ている。それがビールを飲んでいる気分につながっている(園田)	白を基調にやわらかさ、やさしさなどが想起されるデザイン。裏面でコンセプトもしっかり主張しており手に取ってみたい(園田)	麦の穂が大きく書かれており麦芽の芳醇さを連想させる。ゴールドを基調にしたデザインやロゴに高級感がある(藤原)
スーパードライと似ていると物議を醸したが、缶の場合つや消して光沢も違う。握った感触も違うので間違えることはない(藤原)	ホップやハーブ、自然をイメージさせるグリーンは、甘い香りや優しい爽快感の味覚と合わせてどちらかというとな女性向き(友田)	ゴールドを基調とし、麦の穂も大きく「プレミアム」感がある。全体の色合いはやわらかく、思わずほっこりしてしまう雰囲気もある(園田)

園田智子氏・千葉県浦安市の地ビール「ハーヴェスト・ムーン」醸造責任者  
藤原ヒロユキ氏・イラストレーター。ビール評論家。日本ビアジャーナリスト協会会長  
友田晶子氏・酒類・飲料全般を扱うトータル飲料コンサルタント。日本料飲ビジネス研究会会長

## キリン 自然なおいしさ追求

ノンアルコールビールで現在シェアトップのサントリー酒類「オールドフリー」も昨年12月下旬製造分からリニューアル。アロマホップの配合比率や製法を見直し、ビールらしい味わい「すっきりとした後口の両立を目指した」という。各社とも新製品の発売やリニューアルに合わせ、大規模な試飲イベントやキャンペーンを実施している。販売競争は一層激化しそうだ。(安部修一)

### アサヒ 麦汁使わず爽快感

「新製品」は木曜日に掲載します。「日経消費ウォッチャー」オンライン・データベース(www.nikkei-cfm.net/watcher/)で関連情報が見られます。