

アルコール分0%でビールのような味わいの「ノンアルコールビール」が進化している。脂肪の吸収を抑える効果があったり、女性に人気のコラーゲンを配合したり、消費者の健康や美容意識に訴える新製品が相次いでいるのが特徴だ。各社はビールに近い味わいを競い合うのに加え、機能面でも工夫をこらした新商品で購買意欲を刺激して、市場を一段と広げようとしている。

世界初、コラーゲン配合

サントリー オールフリー コラーゲン



【特徴】コラーゲンを2000mg配合。すっきりしたうまみに加えて華やかでフルーティーな香りにした。販売目標は15年末までに70万本
【発売日】6月30日
【容量・価格】350ミリ、170円前後

アサヒ スタイルバランス



【特徴】脂肪の吸収や糖の吸収を抑える機能性表示食品。食事にも合うすっきりとした味わい。販売目標は15年末までに200万本
【発売日】6月23日
【容量・価格】350ミリ、147円前後

新製品 バトル

麒麟 パーフェクトフリー



【特徴】脂肪の吸収を抑え、糖の吸収を穏やかにする機能性表示食品。すっきりとした苦味とキレのある後味が特徴。販売目標は15年末までに160万本
【発売日】6月16日
【容量・価格】350ミリ、147円前後

脂肪の吸収抑制うたう

■ 専門家の目 ■ 友田晶子氏=トータル飲料コンサルタント、藤原ヒロユキ氏=イラストレーター・ビール評論家、小林仁氏=食品マーケティング研究所所長

泡は純白でしっかり。色はクリア。ミント、ハーブのような爽やかな香り。ホップのフレーバーの苦味を感じる。後口にミントのような爽快感が長く残る。苦味は一番強い(藤原)	色はゴールドが一番濃い。泡がしっかり。飲んだ第一印象は甘みとわずかな酸味。そしてゆっくりと苦味が訪れる。余韻は割と早く引く(藤原)	色は最も薄い。甘さを連想させる香りを感じる。ミントのような爽やかな香りと白桃のようなフルーティーな香りが広がる。後口にはホップ由来の苦味が残る(藤原)
比較的濃い色合い。麦あめのようなほろりと甘い香り。飲むと中盤には甘さが感じられ、後にビールの苦味が残る。他と比べると甘さを感じた(友田)	色は最も濃い香りが最も穏やか。時間と共にハーブやスパイスのような香りが出てくる。ドライ系が好き人にはすずめやすい香味設計(友田)	味は従来の同社のノンアルコールビール「オールフリー」よりすっきりした味でフルーツの香りが強い。男性よりも女性向け(小林)
他社に先んじてダブルの機能を持つ機能性表示食品を発売したことは評価できる。健康志向に合う(小林)	コンセプトは麒麟とほぼ同じだがサワーテイストの2品を同時発売。男女問わず幅広い飲用が期待できる(小林)	コラーゲンをプラスした商品は女性の新規獲得が狙えそう。他の2社に比べ価格がやや高い(小林)
スムーズに飲めて食事と合わせやすい。糖の吸収を穏やかにし、脂肪の吸収も抑えるダブル効果が期待できる(藤原)	すっきりとした味わいなのでビールの後味が苦手という人にはよさそう。くせがないので毎日飲みやすい(友田)	コラーゲンを配合するという発想がユニーク。コラーゲンのにおいもなく機能とおいしさを両立(藤原)
缶上部の機能の表示は目立つ。緑とゴールドのデザインも機能性のイメージが強く男性向け(友田)	スタイリッシュで涼しげなデザイン。ブルーのラインはウエストを連想させる。やはり男性向け(友田)	ピンクやローズの色使いがまさに女性好み。ゴージャスでかわいい。男性は手に取りにくいかもしれない(友田)
同社の既存のノンアルコール商品「フリー」に似たイメージ。緑のラインと機能表示が目立つ(小林)	白とブルーのデザインは清涼飲料のようなイメージもある。くびれたラインがスリムなイメージ(藤原)	ピンクの模様が華やかではっきりと女性を意識している。「コラーゲン2000mg」のロゴが目立つ(小林)

麒麟ビールの「パーフェクトフリー」は飲料では初の機能性表示食品だ。食物繊維の一種である難消化性デキストリンを含み「脂肪の吸収を抑える」「糖の吸収を穏やかにする」という2つの効果が期待できる。健康維持機能を表示4月に導入された機能性表示食品制度は生鮮食品や加工食品、サプリメントなどで健康維持や増進の機能があることを表示できる。従来の特定保健用食品(トクホ)が国の審査が必要なのに対し、機能性表示食品は企業の責任による届け出で済むのが大きな違いだ。

「ノンアルコールビールを愛飲している人は健康やダイエットへの関心が非常に高い。機能性表示食品制度の活用で機能と味わいを両立させたノンアルコールビールを素早く顧客に提供していく」と川崎篤史マーケティング部商品開発研究所主務は狙いを話す。ノンアルコールビールのパイオニア「フリー」で培った資産を生かし、食事にもぴったり合うすっきりとした苦味とキレのある後味に調整した。カローリーや糖類もゼロだ。アサヒビールの「スタイルバランス」も機能性表示食品。難消化性デキストリンを含み、麒麟と同様の効果が期待できる。味は先行して発売している「ドライゼロ」の製造方法や調合技術を生かし、コクとキレのあるビールに近い味わいに仕上げた。

■ サワータイプも 「スタイルバランス」はレモンサワーテイスト、グレープフルーツサワー。効果が期待できる。同社によるとノンアルコールビール飲用者の約8割が40歳以上。食後の血糖値を気にする中高年にアピールする。独自製法でビールらしい香味や泡を実現、食事と一緒に楽しめるすっきりとした味わいにした。2009年に500万本(1本は20本換算)だったノンアルコールビール市場は、12年には1億6500万本に急拡大した。飲酒運転の厳罰化など社会状況の変化も販売を押し上げた。ただ麒麟ビールの推計では14年は前年比1%増の1億643万本と伸びは頭打ちになっており、各社は飲用者や飲用シーン拡大に迫られている。



初のトクホで サッポロ勝負 中高年取り込む

サッポロビールはトクホで勝負する。5月26日発売の「SAPPORO+(サッポロプラス)」(350ミリ、160円前後)はノンアルコールビール初の特定保健用食品だ。難消化性デキストリンを含み糖の吸収を穏やかにするなどの

日経消費インサイト (8月4日発行) 気になる「オトイ、猛暑・節電で感度高まる」 甘味好き、アルコール選びは軽さで 広がる「同窓消費」、ネットが「学歴」つなぐ 「機能性表示食品」、発売1カ月の出足は?

電動モーターとガソリンエンジンを併用して走行するハイブリッド車(HV)。日本自動車販売協会連合会によると、HVの国内販売は2014年に初めて100万台を超え、乗用車(軽自動車含む)の約2割を占めるようになった。今年1~6月の販売台数を調べたところ、首位はトヨタ自動車の「アクア」だった。

ハイブリッド車

順位	車種(メーカー)	HVの価格
1	アクア(トヨタ)	176万円~
2	プリウス(トヨタ)	223万円~
3	フィット(ホンダ)	168万円~
4	ヴェゼル(ホンダ)	226万円~
5	カローラ(トヨタ)	203万円~

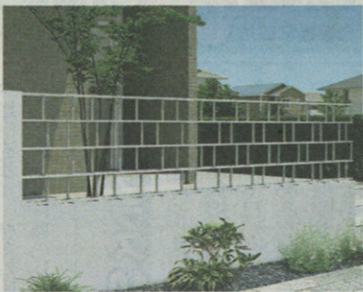
(注)2015年1~6月新車販売。出所は日本自動車販売協会連合会。価格は1万円未満切り捨て

燃費性能最高、「アクア」首位

13年12月に改良して発売したアクアの燃費性能はガソリン1リットルあたり37.0キロと世界最高。HVの中でも価格が200万円のすり落ちを緩和する機能もある。トヨタの「プリウス」はHV

の草分け。今年末の全面改良を控えているが、人気は高く2位に入った。3位はホンダの「フィット」。13年秋に全面改良し、アクアに次ぐ燃費(1リットル36.4キロ)性能を持つ。ホンダ独自の技術によってゆったりとした後部座席を実現した。4位のホンダ「ヴェゼル」は小型多目的スポーツ車(SUV)で初めてHVを設定した。スイッチを操作して作動させると、停車時にブレーキペダルから足を離れていても自動的に停車状態を保持できる「オートブレーキホールド機能」を搭載している。

三協立山のエアブロック



三協立山が6月に発売した「フェンス「エアブロック」(税別9万8千円)は、コンクリートブロック塀をモチーフにしたモダンなデザインが特

気になるデザイン

ブロックの継ぎ目、アルミで再現

微だ。ブロック塀の継ぎ目にあたる目地部分を、スリムなアルミの枠で再現した。通常フェンスは目隠しに使われるが、適度に開放感を確保した。建築家の鈴野浩一氏、禿かむ(真我氏)と共同開発した。ブロック塀のブロックを抜き取ったようなデザインで、奥行きがある。アルミのフレームに植栽を絡ませたり、柵板を設置して小物を飾ったりすることが可能。従来の画一的なフェンスでなく、開放的で斬新なデザインを探り入れて、若い世代の需要を開拓する。