

## 技術士包装物流会 月例研究会 講演要旨

日時	平成 29 年 11 月 22 日(水) ----- 18:00~20:00
場所	日本技術士会会議室 葦手第二ビル5階((フキデダイニビル)東京:田中山ビルの隣)
演題	アサヒスーパードライのヒットの時を今、振り返る～時代の流れの中に何を次代につないでいくべきか～
講師	アサヒグループホールディングス 技術情報室 島田 道雄 氏

内容	
----	--

### 1. 概要

1986年に首都圏でテスト販売されたアサヒスーパードライは、1987年に全国発売、その後他社のドライビール発売による追従を許さずメガブランドへと成長を果たした。そのヒットは当時の世相と味の嗜好の変化等に支えられたお蔭である一方、生産面その他で多くの改革改善をもたらした。時代の変化が激しい今、改めて当時を振り返り、何を次代へ伝えていかなければならないかを考えることについて説明された。

### 2. 会社の成長

1889年11月に朝日麦酒(株)の前身である大阪麦酒会社設立。1971(昭和46年)に日本初のアルミ缶入りビール発売(6月)。1987(昭和62年)日本初の辛口生ビール「アサヒスーパードライ」発売。ビール業界に革命を起こすヒット商品となる(3月)。

### 3. アサヒスーパードライの特徴と包装技術

3-1. 「鮮度」が命であり、醸造工程に起因

3-2. 「デザイン」---瓶ラベルは胴、裏、肩の3枚セットで貼付する等こだわりがあり、ラベルの仕様・ラベル糊やラベルの見え方・貼る位置等に種々の工夫が施されている。

3-3. 缶の巻締---量販化と缶化率のアップ

巻締の基本の調整と整備を行うことで、巻締工程の高速化を実現し、生産効率の向上を図った。

3-4. 製造に関与した経験から数多くの「現場向けの教科書」をまとめ上げられている。

### 4. これからの包装技術

4-1. 少子高齢化:飲酒人口の減少・労働力の減少---無人生産ライン、IOTの導入、AI、ロボットの導入が必要となる。-----IT対応の包装の検討等。

4-2. ビールなどの販売チャネルの変化・種類の多様化-----ECやパーソナライズに対応した包装や、新輸送方式に対応した包装が今後求められる(ドローン等)。

4-3. 個々の要素技術の明確化、可視化し伝承する技術-----現場の技術力とそれを社内向けに翻訳する力、更にICT, AI, ロボットを活用し協働する力が必要と説明された。

配布資料以外に豊富な資料で会社の歴史的な動きと製品の開発の関係を説明された。

以上:文責 研究会担当、住本