

「酒パッケージ研究」

さけ・器（うつわ）研究... 酒パッケージ研究... つくり手の気持ちをもっと積極的に伝えるパッケージ表現、新しいマーケットを創造するためのパッケージコンセプト、柔軟でありながら雄弁なパッケージデザイン、従来にはない商品価値を生み出すことのできるパッケージの企画。

編集発行：喜多産業株式会社

"Sake Utsuwa (Package) Research"

Package, which is expressing the message from the manufacturer, Package concept to create new market, Package design by elastic way however eloquent styling, Package planning for making different value.

from Kita Sangyo Co., Ltd.

清酒、焼酎、泡盛、ワイン、ビールなどのパッケージの企画やデザインの研究誌です。商品計画にお役立てください。

03 / II



Build In !!

従来地ビール醸造家の皆様にお送りしていた「地ビールパッケージニュース」は2003年から「酒器研究」に統合いたします！！

「SHIZUKU (雫) 300」びん。
勾玉型と円形の凹みを記した、
女性的なやさしいシルエット。

Kita Sangyo Co., Ltd.

Sake Utsuwa Research / 03 II



地ビールパッケージ

NEWS

CRAFT BEER PACKAGING NEWS LETTER FROM KITA SANGYO CO., LTD. / Free Issue.

Sienna's Watching - シーナズ・ウォッチング

「日本酒、ますますローカルブランド流行か」

"Local brand, small but hot!"

年末に本屋さんに立ち寄って、日本酒特集の雑誌が多いのに驚きました。最近、なんだか申し合わせたように日本酒の記事が多いですね。去年は女性誌にも小特集を時々見かけましたし、日経新聞でも「飲みたいお酒のランキング」、などという記事をカラーで企画していました。

これらの記事の内容は、例外なく「幻の酒」の企画。かつて清酒の「越の寒梅」に始まり、最近では焼酎の「森伊蔵」に代表される流れですね。かつてない経済不況の中でも、より高品質のお酒、他とは異なった価値のお酒がほしい、という消費者嗜好は動かしがたいようです。

(text : シーナ K. エミリ 喜多産業・企画開発 G)

Right now at a bookstore, you can find a lot of magazines picking up SAKE for their special issues. Last year I also found SAKE articles even on fashion magazines and Nikkei Shinbun. SAKE seems to be one of the hottest topics in Japan.

But the contents of such SAKE stories are always focused on "MABOROSHI-NO-SAKE", rare items produced at local & small SAKE breweries. Not only SAKE but SHOCHU, Japanese traditional spirits, has become a major target for "local brand hunters." Even in this hard time of Japanese economy, there are still many consumers who long for local brands with better quality and/or vivid uniqueness.

(text : Sienna K. Emiri, Planning & Development G. / Kita Sangyo Co., Ltd.)



ちょっと古いですが、昨年5月の日経新聞に掲載された日本酒ランキング。「専門家・愛好家16人のアンケート」というだけあって、相当マニアックな「幻(まぼろし)度」の高い銘柄と言えますね。東京では有名でも全国区では知られていないお酒が多いようですが、あなたは何銘柄飲んだことがありますか？ 11銘柄のうち3銘柄以上飲んだことがあれば「セミプロ級」、5銘柄以上飲んだことがあればズバリ「プロ級」に認定しましょう。

(日経新聞 NIKKEI プラス1 / 2002年5月25日)

この4冊の雑誌はすべてお正月休みに本屋さんで買ったもの。「幻の酒」、「幻の焼酎」、「蔵元紹介」など、タイトルこそ違えど、言わばすべて「ローカル日本酒の紹介」企画です。昔からこの類の企画記事はありましたが、最近取材レベルが上がってる感じ。哲学を持って酒作りに取り組んでいるつくり手、新しい日本酒の文化を切り開こうとしている蔵元、酒と食に関する伝統文化と蕩蕩などなど、なかなか濃い内容でした。

(「サライ」、「自遊人」、「一個人」、「DIME」、すべて2003年1月号)





今年になって、長野県・榎一市村酒造場のセーラ・マリ・カミングスさんが日経新聞一面に大きく取り上げられていました。蔵元紹介でなく「ビジネス最前線の女性」の企画記事ですが、ステンレスタンクではなく「木桶(きおけ)を使ってお酒を造る」ことにチャレンジされるとのこと。

私、シーナ・K・エミリの故郷イタリア北部でも、ステンレスタンクを使わず醗酵は「木製タンク」、熟成は「バリック(樽)」にこだわっているワイナリーが多くあります。世界に冠たる「シャトー・マルゴー」(ボルドーの1erグランヴァン。渡辺淳一著の「失楽園」で最後に二人が飲んだ、あのワイン)も、ステンレスタンクは頑として拒否、フルボディーの味わいを醸すために、殺菌・洗浄の労を厭わず「木製タンク」にこだわっている、というのはワイン技術者の方に聞いた話。

日本古来の木桶醸造という「温故知新技術」で、日本酒の新しい道が生まれると期待しています。セーラさん、がんばってね!!

(日経新聞/2003年1月4日)



昨年11月の日経新聞の焼酎ランキング。左ページの「清酒ランキング」と同じくマニアックですが、焼酎・泡盛は清酒に比べて「より幻(まぼろし)度、高し」という感じ。「エンスー度高し」と言ったほうがいいのかも。(注: エンスー: enthusiastic) 12銘柄中2銘柄以上飲んだことがあれば「セミプロ級」、5銘柄以上飲んだことがあれば「エンスー級(?)」、に認定いたします。8銘柄以上飲んだことがあれば「ブルジョア級(?)」だなぁ、挑戦してみたい。

(日経新聞 NIKKEI プラス 1 / 2002年11月9日)



「こだわりの焼酎あります」の広告、されど酒屋にあらず、東急ハンズ(江坂店、新大阪駅の近く)のCMなり。若者とDIY中年のお店、東急ハンズにしてローカル焼酎発掘のマーケティングとは、恐れ入谷の鬼子母神、状態デスネ。実は、最近シーナも焼酎に凝っておりまして、「九里四里ウマイ十三里」方面(意味わかります?)の焼酎を研究しています。

なお、その上には「量り売り始めます」も。(喜多産業では量り売りシステムに力を入れております。広告写真にある「バルーン・ボトル」-本誌8ページ参照-なども直輸入で販売しておりますのでご照会ください。)



近刊の新書三点。

その1: 「本格焼酎を楽しむ」。あのソムリエ田崎真也にして、「僕が日常的に一番多く飲むお酒は焼酎です」とのこと、知りませんでした。沖縄サミットで、先進国主催の夕食会の食後酒としてコース(泡盛の古酒)をセレクトしたエピソードなど。

その2: 「泡盛はおいしい」富永麻子著。泡盛は急速に全日本的市民権を得つつあるように感じますね。泡盛を女性が語る、と言うのが時代の変化を暗示しているように感じます。

その3: 「純米酒を極める」上原浩著。「日本酒は完全純米酒に帰結すべし」、「アル添で発酵をとめると喰い切りが悪い酒になる」、「完全醗酵に近い純米酒は切れがよく貯蔵にたえる」。業界人にとってはさうとう過激ですが含蓄深い著作と思いました。



シーナの私的分析

ロンドンやパリでもちょっとした日本料理店では、ナショナルブランドのお酒ばかりでなく、ローカルブランドまたは幻ブランドの日本酒を取り揃える時代になりました。全日空のビジネス&ファーストクラスが、機内食の「幻の焼酎」を売り物にする時代です。(機内誌で知っているだけ、ですが)

「幻の酒」、と言ってしまふとなんだか軽いですが、これは単なるブームではなく、ローカルで一途に品質とキャラクターを追求してきた蔵元の努力が、より高品質のお酒、他とは異なった価値のお酒を求める、という消費者嗜好と、マッチしたと言うべきでしょう。極端なプレミア価格は困ったものですが、幻人気を作り手の日本酒技術向上にフィードバックされるような好循環になれば「幻ブーム」も悪くないと思います。苦戦の伝えられる地ビールも、こういったマーケティングができれば繁栄するのでしょうか。

「人気が出てよく売れば出荷量を増やし、より大きな企業体に成長していく」というパターンが資本主義の原則ですが、幻の蔵元では人気が出たからといって増産することなく、管理できる生産量しか出荷しない、というところも多いようです。ワインでいえばボルドーやピエモンテのワイナリーが、「自社ヴィンヤード(せいぜい数十ヘクタール)で取れたブドウの分だけを醸造し、その中でも優秀な製品だけをファーストブランドで売り、ランクの落ちるものはセカンドブランドにする、新技術にはそれほど関心を持たず確立された伝統的醸造法に磨きをかけて、数量を増やすことはマツタク考えない」、といった事情に近いのかもしれませんが。嗜好品たるお酒の産業では、このやり方がひとつの生き方でしょう。

清酒は全体として減少傾向、焼酎乙類は微増傾向、アルコール飲料産業全体が再編の嵐、という潮流の中でも、幻の日本酒ファンは確実に増えているようです。ナショナルブランドや大規模なお酒メーカーには厳しい環境といえるのですが、最後に残るのは品質、です。幻ブランドの品質と大手メーカーの品質がっぷり四つに組み合せて、より優れた品質の日本酒に成長し、日本酒が世界にはばたいていくことを望んでおります。(text: Sienna K. Emiri)

おまけの調査です!

「ブランド知識チェックシート」

前2ページ掲載の新聞雑誌等の記事で紹介されているブランドをリストにしてみました。あなたの知っているブランドをチェックしてみてください!。
(ご注意: 紙面の都合で、新聞雑誌に掲載されていた全てのブランドを網羅できていないわけではありません。ご諒解ください。)

清 酒						焼 酎・泡 盛		
ブランド名	蔵元	チェック	ブランド名	蔵元	チェック	ブランド名	蔵元	チェック
田酒	西田酒造店 青森		舞姫	舞姫酒造 長野		兼八	四ッ谷酒造場 大分	
吾妻嶺	吾妻嶺酒造店 岩手		磯自慢	磯自慢酒造 静岡		天草	天草酒造 熊本	
いわてっこ	あさ開 岩手		開運	土井酒造場 静岡		鳥飼	鳥飼酒造場 熊本	
南部美人	南部美人 岩手		喜久酔	青島酒造 静岡		武者返し	寿福酒造場 熊本	
両関	両関酒造 秋田		志太泉	志太泉酒造 静岡		六調子	六調子酒造 熊本	
一ノ蔵	一ノ蔵 宮城		満寿泉	舛田酒造店 富山		幸蔵	宮崎県酒造 宮崎	
浦霞	佐浦 宮城		菊姫	菊姫 石川		月の中	岩倉酒造場 宮崎	
伯楽星	新澤醸造店 宮城		宗玄	宗玄酒造 石川		中々	黒木本店 宮崎	
羽前白梅	羽根田酒造 山形		天狗舞	車多酒造 石川		藤の露	藤本店 宮崎	
十四代	高木酒造 山形		一本義	一本義久保本店 福井		朝日	朝日酒造 鹿児島	
上喜元	酒田酒造 山形		雲乃井	吉田金石衛門商店 福井		伊佐美	甲斐商店 鹿児島	
奥の松	奥の松酒造 福島		黒龍	黒龍酒造 福井		いも麴芋	国分酒造 鹿児島	
大七	大七酒造 福島		醸し人九平次	萬乗醸造 愛知		佐藤	佐藤酒造 鹿児島	
飛露喜	廣木酒造本店 福島		義左衛門	若戎酒造 三重		田倉	高良酒造 鹿児島	
花薫光	須藤本家 茨城		梅乃宿	梅乃宿酒造 奈良		長雲	山田酒造 鹿児島	
東薫	東薫酒造 千葉		月の桂	増田徳兵衛商店 京都		富乃宝山	西酒造 鹿児島	
澤乃井	小澤酒造 東京		秋鹿	秋鹿酒造 大阪		なかむら	中村酒造場 鹿児島	
神亀	神亀酒造 埼玉		龍力	本田商店 兵庫		魔王	白玉醸造 鹿児島	
亀の翁	久須美酒造 新潟		賀茂鶴	賀茂鶴酒造 広島		萬膳	萬膳酒造 鹿児島	
菊水	菊水酒造 新潟		竹鶴	竹鶴酒造 広島		村尾	村尾酒造 鹿児島	
麒麟	下越酒造 新潟		鷹勇	大谷酒造 鳥取		森伊蔵	森伊蔵酒造 鹿児島	
越乃寒梅	石本酒造 新潟		李白	李白酒造 島根		夢鏡	植園酒造 鹿児島	
越州	朝日酒造 新潟		東洋美人	澄川酒造場 山口		春雨	宮里酒造所 沖縄	
メ張鶴	宮尾酒造 新潟		鳴門鯛	本家松浦酒造場 徳島		まさひろ	(資)比嘉酒造 沖縄	
八海山	八海醸造 新潟		土佐鶴	土佐鶴酒造 高知		瑞泉	瑞泉酒造 沖縄	
緑川	緑川酒造 新潟		美丈夫	濱乃鶴酒造 高知		瑞穂	瑞穂酒造 沖縄	
吉乃川	吉乃川 新潟		三井の寿	井上 福岡		菊之露	菊之露酒造 沖縄	
白金	柘一市村酒造場 長野		東一	五町田酒造 佐賀		請福	請福酒造 沖縄	

知っているブランド数が、..

● 65 個以上・・・達人級!

● 45 個以上・・・業界のプロですね!

● 25 個以上・・・業界人として標準!

● 25 個未満・・・今後見聞を広めましょう!

K²

シャトル300 SHIZKU (雫) 300 ドレス300



プレミアム商品のための300mlびん、女性にアピールする300mlびんのご紹介です。



シャトル300

SHIZKU (雫) 300

ドレス300

※ご注文：マキシキャップまたはコルク栓、色はベネチアンブルーです。プレミアム商品にご検討ください。



300mlは「新しいお酒のシーン」を開拓できる容量です。色々な300mlびんを提案できます。ご照会ください。

株式会社 藤原産業株式会社
 東京本部：東京営業部
 Tel: 03-3857-5191 Fax: 03-3854-9137
 e-mail: tokyo@kitasango.jp.com
 大阪本部：大阪営業部
 Tel: 06-6737-0251 Fax: 06-6712-6023
 e-mail: osaka@kitasango.jp.com

K² 日本ガラスびん工業会
 K² DESIGN - creating a new world in packaging

表紙のびん

しずく型の新型びん、「SHIZKU (雫) 300」。下部に円形の凹み、上部には勾玉型の凹みを設けています(表紙の写真 - 正面方向と、正面から90度方向で撮影 - を参照ください)。ただし最大径部は凹みが無いので、連続してびんを流してもびんのピッチは不変、したがって自動びん詰めラインにも対応可能です!

キャップはマキシキャップまたはコルク栓、色はベネチアンブルーです。プレミアム商品にご検討ください。



www.moongarden.net (月桂冠のインターネット) のオンライン販売商品「:(コロ)」にご採用いただいています。

「ドレス300」: 女性に人気のあるカタチです。従来は半人工びんでしたが、自動型に移行してアサギ色で近日吹製予定。

ご好評いただいている「ドレス180」は300mlクラスのポリウムがありますが、この「ドレス300」は500mlクラスのポリウム感があります。口部は一升壺と同じフィニッシュなので、キャップは一升壺用替栓、コルク栓、または30mm王冠が適合します。

「SYAREボトル180」: 「新規料飲店攻略用のパッケージ」+ 「180mlの高付加価値商品のためのパッケージ」+ 「お燗びんのリプレース」、という多目的の設定で作ったびんです。

正面を斜めにカットした、独特の「シャレ(SYARE)た」形状が特徴です。キャップはマキシキャップまたは27mm王冠、色は透明とアサギ色で、プリントも承ります。

K²

SYARE ボトル 180

200ml用と300ml用、両用可能な180ml用



株式会社 藤原産業株式会社
 東京本部：東京営業部
 Tel: 03-3857-5191 Fax: 03-3854-9137
 e-mail: tokyo@kitasango.jp.com
 大阪本部：大阪営業部
 Tel: 06-6737-0251 Fax: 06-6712-6023
 e-mail: osaka@kitasango.jp.com

K² 日本ガラスびん工業会
 K² DESIGN - creating a new world in packaging

「シャトル300」: シンプルな造形、リーズナブルな価格設定、30mmPPキャップ口。色は透明で、プリントも承ります。300mlびん商品のリニューアルパッケージとしてご検討ください。



お客様各位

喜多産業株式会社
営業部

「アート150びん」の製品化に関するアンケート

拝啓 貴社ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。平素は格別のご高配を賜り、厚くお礼申し上げます。

新型「アート150びん」



(註：写真はアクリル型で、色はあさき色です。)

さて、弊社では、ご好評いただいております既存型アート300びんのシリーズ型といたしまして、デザイン性をそのままに容量を半分の150mlにしたアート150びんの販売を計画しております。

そこで、誠にお手数ではありますが、生産計画の参考とさせていただきます。下記アンケートにご記入の上、お返送いただきますようお願い申し上げます。

今後ともどうぞよろしくお願い申し上げます。

既存型アート300 (左) とアート150 (右) の比較



(註：写真はアクリル型です。)

「高品質のお酒がほしい、だが少量でよい」という消費傾向はますます拡大。CVSだけでなく、料飲店でも、おみやげ物マーケットでも、「少容量のプレミアム商品需要」は増えてきます。当社では150mlの新型びん「アート150」を計画中です。既存型の「アート300」を半分カットしたイメージ。キャップはマキシキャップまたはコルク栓、アサギ色で吹製予定です。営業担当にご照会ください。

アート150びん・アンケート用紙

※ファックス番号：06-6712-6023

●ご採用について	<input type="checkbox"/> 是非採用したい	<input type="checkbox"/> 採用を検討したい	<input type="checkbox"/> 採用しない
●容量について	<input type="checkbox"/> 150mlが適当	<input type="checkbox"/> 180mlの方が良い	<input type="checkbox"/> その他()
●ご採用いただく場合の見込本数	約 本		
●ご採用いただく場合の色	<input type="checkbox"/> あさぎ (薄いブルー)	<input type="checkbox"/> ろり (濃いブルー)	<input type="checkbox"/> 緑系 <input type="checkbox"/> 透明
●その他ご質問、ご要望等ございましたら、ご記入ください。			
●貴社名	●ご担当者名	●TEL	

※ アンケートへのご協力ありがとうございました。



パッケージ・印刷・包装・造り
Kachi Kaihatsu: creating a new value in packaging

Web: <http://www.kitasangyo.com>
大阪: Tel. 06-6731-0251 Fax: 06-6712-6023 E-mail: osaka@kitasangyo.com
東京: Tel. 03-3853-5191 Fax: 03-3864-9137 E-mail: tokyo@kitasangyo.com



アート300びん

シンプルなお酒びんで、オンチーフシリーズがインテリアにマッチする300mlびん。



お問い合わせ先
喜多産業株式会社
〒595-8501 大阪府守口市美帆町1-1-1
Tel. 03-3853-5191 Fax. 03-3864-9137
E-mail: tokyo@kitasangyo.com
〒595-8502 大阪府守口市美帆町1-1-2
Tel. 06-6731-0251 Fax. 06-6712-6023
E-mail: osaka@kitasangyo.com

ご好評をいただいている「アート300」。「ニュートラルな形状」なので、清酒・焼酎・ワインなど、酒類を問わずご採用いただいています。キャップは、びんの色と統一感を持たせた「スケルトン替栓」のほか、通常の一升罎用替栓、またはコルク栓が適合します。

K²

じょうりり720、360

人形浄瑠璃(じょうり)からヒントを得た、
伝統的な寸法バランスで親しみやすい形のびん。

キャップは専用プラスチックネジで、720mlと360mlがあります。



じょうりり720
全高: 237.0(±2.0) mm
胴径: 83.0(±1.5) mm

じょうりり360
全高: 187.5(±1.8) mm
胴径: 69.0(±1.2) mm



プリントやカラーコーティングも
ロットで対応いたします。

販売先: 藤子産業株式会社
東京営業部: 東京営業部
Tel: 03-3851-5197 / Fax: 03-3884-9137
e-mail: tokyo@kitasanyo.com
西日本営業部: 大阪営業部
Tel: 06-6731-0251 / Fax: 06-6712-6023
e-mail: osaka@kitasanyo.com

K² パッケージの新しい価値を創出!
Kaohi Kachitsu... creating a new value in packaging

じょうりり 720,360 and 02 / 02.11.12 / 03.01.23 / mac

新型びん、「じょうりり720」と「じょうりり360」です。保守的で伝統的な形状の円形びんで、ジンやウォッカなどのスピリッツを連想させますが、実は人形浄瑠璃からモチーフを得た日本的バランス感覚のびんです。

焼酎・泡盛・ブランデー・ウィスキー・ワイン・清酒など幅広くご利用いただけます。キャップは専用のプラスチックネジ栓。ネジ栓ゆえに、量り売り販売の容器にもご採用いただけると思います。営業担当にご照会ください。

当社ではドイツのKefla社のびんをはじめ、ヨーロッパのユニークなガラスびんをパレット単位で輸入販売しています。当社営業部にご照会ください。



「見ザル(猿)、言わザル(猿)、聞かザル(猿)」:
これは日本のびんではなく、ドイツのKefla社の製品。このほかにも思わぬユニークな製品があります。総合カタログは www.kefla.de でご覧になれます。

K²

お酒のための、色々な輸入場



KEFLAをはじめ、ヨーロッパのユニークなガラス樽やボトル単位で輸入いたします。東京営業部の営業部にご照会ください。(KEFLAの製品は少ロットでもご注文いただけます。)

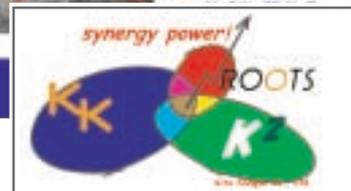
透明なガラス樽は、
品質の良いビールや
ワインに最適です。



透明なガラス樽は、
品質の良いビールや
ワインに最適です。

透明なガラス樽は、
品質の良いビールや
ワインに最適です。

Kita Sangyo Co., Ltd.
http://www.kitasanyo.com / e-mail: osaka@kitasanyo.com / tel:0667310251





10リットル Glass Baloon

上部フィルターつき。液面が下がってもゴミの通り込みがありません。

透明なのでお酒の色も見えるし、洗浄確認も容易。焼酎やワイン、リキュールなどに最適。(瓶外壁に長い内容物は瓶両端間を越かぬに!) 12個以上、6個の個数単位の受注になります。10リットルのほか、5、15リットルもあります。

注ぎ口は蛇口式より洗浄性のよい、「チューブ&ピンチロック式」スベアチューブも準備しています。

清潔に量り売りの店舗で使用されている様、ヨーロッパで人気です!

ハンドリングやディスプレイに便利な専用「木枠」もあります。

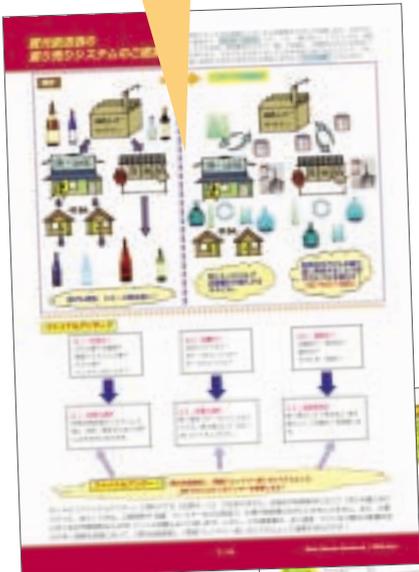
量り売りに最適なカラフルな透明ステンレス製容器もあります。

Kita Sangyo Co., Ltd.
<http://www.kitasangyo.com>
 e-mail: osaka@kitasangyo.com takyo@kitasangyo.com

10L Glass Baloon 4/14/02/1002 / E.N. Mar.
 07-6614-0000 / 07-6610

ヨーロッパの量り売りシーンでおなじみの「10リットル・グラスバルーン」。お酒やワインばかりでなく、酢（ビネガー）やオイルなどの量り売りにも最適。また、観光蔵・観光ワイナリーでの試飲販売、料飲店での差別化販売ツールなどにも活用してください。直輸入で、在庫を確保しています。

当社では、ステンレス樽やフレッシュな状態を保つための窒素置換システム、また、量り売りに最適なカラフルなガラスびんなども含めて、「**エコロジカルな循環販売システム**」としてご提案しています。量り売りのことは喜多産業にご照会ください。



ECO!!
 環境に優しい
 循環販売システム!



缶詰め設備のことなら、ルーツ機械研究所にお任せください。特に中・小規模生産用設備や試験巻き締め用設備で多くの実績を持っています。代表的な機種をご紹介します。

1 「モデル：SNIG-SF」：500-700cph。アンダーカバー・ガッシング付き。液体窒素滴下も搭載可能。小規模生産や試験目的の連続巻き締めに。

2 「モデル：モノトロン33」：清酒、焼酎、ジュースなど熱充填または常温充填の飲料のための充填・巻き締めのモノブロック機。1500-2000cph。

3 「モデル：SNIG」：スタンドアローン型（マニュアル）缶巻き締め機。アンダーカバー・ガッシング付き。

4 「モデル：SMB-ROOTS 6L/2S」：ビールや炭酸飲料のためのカウンタープレッシャ充填・巻き締めのモノブロック機。1000cph。



Roots Machinery Labs., Inc., an engineering subsidiary of Kita sangyo Co., Ltd. is a specialist of canning machines. 1: Model 'SNIG-SF' 500-700cph can closer with under cover gassing device. LN2 dosing unit is optional. 2: Model 'MonoTron33' 1500-2000cph, filler-can closer monoblock, for Sake and non-gas beverage. 3: Model 'SNIG' Stand-alone can closer with gassing device. 4: Model 'SMB-ROOTS 6L/2S' 1000cph, filler-can closer monoblock, for beer and gas beverage. 5: 'Zahm&Nagel Series 14000' Digital CO2 gas volume tester for canned/bottled products.

5 ガス入りの缶詰め製品・びん詰め製品のデジタル式ガスボリューム測定装置、Zahm&Nagelの14000シリーズ。

2

3

4

5

(缶詰め機械に関するご照会は喜多産業またはルーツ機械研究所まで。
株式会社ルーツ機械研究所は、喜多産業株式会社の機械・エンジニアリング部門担当の関連会社です。)



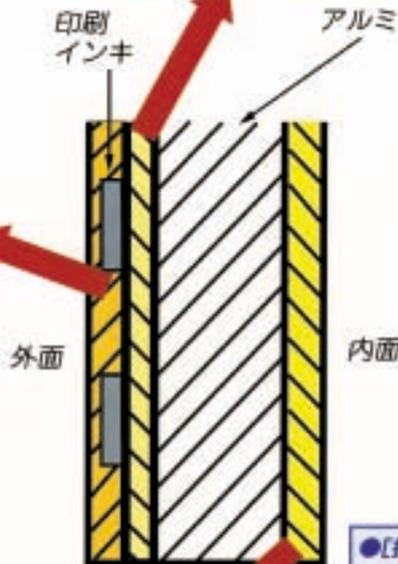
PP キャップ塗装のポリエステル系への仕様変更 ... 環境問題へ

ベースコート

ビニール系→
ポリエステル系塗料

トップコート

ビニール系→
ポリエステル系塗料



内面コート

ビニール系*
ポリエステル系塗料

*インシエル・モールディングPPキャップの場合はエポキシ系からポリエステル系に変更



- PPキャップは、プレス加工性や開封時の破れ防止のために、従来のビニール系（一部エポキシ系）塗料から、
- 当社では、内・外面塗装をポリエステル系塗料に変更し、環境問題や環境ホルモン問題などへの対応として、PPキャップを商品化しています。
- 30mmスタンダード（ライナー入り）タイプから順次切り替え中。ライナー入りタイプの両方）サイズから順次切り替え中。社名入り指定印刷用のポリエステル系塗料への仕様変更は、お客様のご要望に応じて実施しております。詳細は営業担当までお問い合わせください。

●【技術解説】ビニール系塗料は低温で乾燥させた場合にダイオキシン類が生成する可能性があります。また、ビスフェノールA（環境ホルモン）はエポキシ樹脂から溶出する可能性があるといわれています。ポリエステル系塗料はより安全で環境に優しい材料です。

●アルミキャップが精製炉で燃やされるケースは少ないですが、取り上げられた金属缶などの場合と異なり、キャップの塗装は溶出するリスクも少ないと言えます。

●しかしながら弊社では、可能な限り食品に対する安全性を確保すべく、とろえ開発をすすめているものです。

ポリエステルコート

PM PP キャップ
(ポリエチレン・インシエルモールディングPPキャップ)

PMキャップとは... PMキャップは、アルミのキャッププレートの中心に、加工で打ち込まれた内面シートライナーを挿入して製造されます。PM (Polyethylene In-sheet Molding) PPキャップは、従来のポリエステル系PPキャップと異なり、「圧縮成形 (Compression Molding)」という方法でライナーに成形するものです。

PMキャップのメリット... 最終工程が高温 (PMインシエルは高圧加熱) で、ポリエステルは熱安定性で、その結果熱分解されないので衛生性、ライナーが裏面にあり密封性を確保するため、一般的に密閉性が優れています。 (特に内面の密閉性) 従来のPPキャップに比べて、密閉性が優れています。 従来のPPキャップが10分程度以上でしたが、PMキャップは約5分で完了が確認されました。

PP キャップ
(After Proof Cap)

新仕様！ ポリリンタルスコープ採用で安全性アップ！

品名	規格	材質	色	備考
PPキャップ	30mm	PP	白	
PPキャップ	30mm	PP	黒	
PPキャップ	30mm	PP	赤	
PPキャップ	30mm	PP	青	
PPキャップ	30mm	PP	黄	
PPキャップ	30mm	PP	緑	
PPキャップ	30mm	PP	紫	
PPキャップ	30mm	PP	銀	
PPキャップ	30mm	PP	金	
PPキャップ	30mm	PP	透明	

より環境に優しいキャップ！



への対応！



封トルクの面から従来は...
が多用されていました。
トル系塗料に順次変更し、
の対応適性を高めたPP

リとインシェル・モール
替を進めています。従来
刷キャップなどのポリエ
様とお打ち合わせの上、
にご照会ください。

オキシシンが発生することが指摘さ
ボキシ系だけでなくビニール系が
系塗料はこれらのリスクが少ない

しれません。また、新聞等で良く
面は内容液と常時接触するわけで

確保し、また環境負荷の少ない仕

ed.02 / 020225/0921 / E.H. Mac

Product information sheet for PP caps, including a table of specifications and technical details.

品名	単位	価格
PPキャップ	100個	18.00

ECO!!

30mmサイズのPPキャップは従来、ビニール系やエポキシ系の内外面塗料が用いられていきましたが、喜多産業では「ポリエステル系」に塗料を切り替えたPPキャップを開発しています。従来技術では、プレス加工性や開封性の面からポリエステル系塗料が用いにくかったのですが、この問題を克服して製品化したものです。

ポリエステル系塗料は、**廃棄時の環境負荷の面（塩素を含まない）**や、**環境ホルモンの面**からもより優れた塗料です。より安全性の高い仕様としてお勧めいたします。

Technical documents and data sheets related to the product, including diagrams and tables.

ポリエステル化に関する技術資料や、
巻き締め管理に関する資料を準備しています。
営業部宛て照会ください。

Additional technical documents and product images, including a stack of caps and a logo with 'synergy power!' and 'ROOTS'.

地ビール・地発泡酒用にケース単位で「脱酸素王冠」の販売を計画しています！
関心のある方はこのページをコピーしてアンケートご記入のうえファクスで返信ください！！

Dearest craft beer brewers, O2 scavenging crown is now available. Contact us!



ビール用「脱酸素王冠」に関するアンケートのお願い

拝啓 貴社ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。平素は格別のご高配を賜り、厚くお礼申し上げます。

さて、地ビールメーカーの皆様におかれましては、ビン詰めビールのシェルフライフ向上に関して日頃から深いご関心をお持ちのことと存じます。そこで弊社では、ビン詰めビールのシェルフライフ向上のための新しい技術で、欧米ではすでにポピュラーとなっておりますが、日本では初登場の脱酸素王冠の販売を計画しております。これは、ヘッドスペース中の酸素と外部からの侵入酸素を吸収することにより、酸素とビールの接触が引き起こすビールの酸化を抑えて、シェルフライフの向上に寄与する画期的な王冠です（下記「製品の概要」をご覧ください）。

生産計画の参考にさせていただきますので、下記のアンケートにご記入の上、FAXにてご返信いただきますようお願い申し上げます。

敬 具

製品の概要

デザイン	機能とご注意	価格や生産予定
 <p>既存の汎用王冠と同じです。 (側部に「OBL」の文字が入りますので通常の王冠と識別可能です。)</p>	<ul style="list-style-type: none"> * 脱酸素剤を含んだライナーが、ヘッドスペース中の酸素と外部からの侵入酸素を吸収します。 * ビン詰め時にビン内の高温環境下に反応して酸素吸収を開始し、23℃で一日あたり0.005cc程度の酸素吸収能力を持ちます。 * 王冠の使用期限は6ヶ月間。それ以降は通常の王冠としてご使用いただけます。 * 既存のビン詰め設備および手順でご使用いただけます。ただし、保管時は完全に密封して高温多湿環境を避けてください。(温度25℃以下/湿度60%RH以下) 	<ul style="list-style-type: none"> * ケース単位(6,000個入り)で受注いたします。 * 価格は、通常の王冠に比べて一個あたりプラス数十銭(1円未満)を予定しております。 * 2003年2月頃に供給開始予定です。 * 日本クラウンコルク株式会社に製造を委託します。

脱酸素王冠・アンケート用紙

●脱酸素王冠へのご関心について	<input type="checkbox"/> 大変興味がある	<input type="checkbox"/> 多少は興味がある	<input type="checkbox"/> 興味がない
●ご採用について	<input type="checkbox"/> 是非採用したい	<input type="checkbox"/> 採用を検討したい	<input type="checkbox"/> 採用しない
●ご採用いただく場合の比率	<input type="checkbox"/> すべての王冠を移行 <input type="checkbox"/> 特定の製品用に限定 <input type="checkbox"/> その他		
●ご採用いただく場合の見込数量	年間 約 個		
●その他ご質問、ご要望等がございましたらご記入ください。			
●貴社名	●ご担当者名	●TEL	
		●FAX	

研究職の方・ビール業界以外の方へも：この機会に、脱酸素機能に関してビール以外の用途の利用もお試ください。

返信ファックスは、

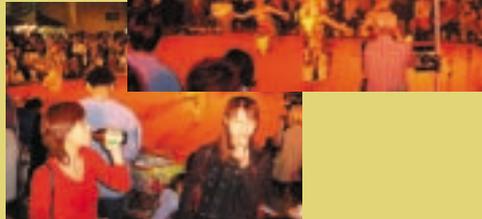
06-6712-6023までお願いします！

地ビールニュース&トピックス



朗報！！ JBA (全国地ビール醸造者協議会) の努力が実り、地ビールが減税に！ 醸造量100klの地ビールプルフリーの場合、年間444万円の減税になります。写真上は2003年1月20日、東京で行われたJBA総会で経過を発表される宮下会長。総会後は、一番の楽しみ、全国地ビール飲み放題パーティー。久しぶりに全国の地ビール関係者の皆さんと懇親が深まりました！

2002年10月11～13日、大阪・新梅田シティーワンダースクエアにて恒例のインターナショナルビール&ワインサミットが開催されました。地ビールのほか、世界のビールがブースを出展。延べ4万人の来場者が世界各国のビール&料理と多彩なアトラクションを満喫しました。写真はバリ島から来た伝統演舞団。



地ビール業界ノ皆サン、久シブリデス。数年前まで、地ビールパッケージニュースに「ニッポン地ビール壺詰め講座」を連載していたゲリー (Gerry Melliwol, ワシントン州シアトル在住) です。今回から「酒器研究」が「地ビールパッケージニュース」と合体して、地ビール業界の方にも配信されると聞いてます。この、「ガス入りのお酒」というタイトルのコラムは主に清酒やワインを念頭に置いたもので、ツネオ (喜多常夫) といっしょに執筆しています。今までにすでに7回連載して、今回は8回目。今後は、ビール醸造家の方にも参考になる内容を意識して連載を続けます。地ビール・ブルワーには、ガス入りなんてアタリマエ、でしょうが、新しい発見もあると思いますよ。ヨロシクオネガイイタシマス。



12. 壺内醱酵の実際、、、

ガス入りのお酒の中でも、「壺内醱酵の清酒、ビール、ワイン(シャンパンなど)」は高付加価値商品としての地位を確立しています。すでに以前、このコラムでは壺内醱酵の事を取り上げました(第6章: 実例としてシャンパン、ベルギービール、自家醸造ビールの3つの



<壺内醱酵ワイン>

最近世界的に大々的CMキャンペーンをはじめている「モエ・エ・シャンドン」(ドンペリとシャンドン・ロゼ)と「ヴーヴ・クリコ」。もちろんシエルライフは非常に長い。数年を経て飲み頃がやってくる。パワーのあるシャンパンの場合には、飲み頃がたとえ8年後と18年後、など二回やってくるケースもある、とのこと。



<壺内醱酵ビール>

博石館ビール「スーパービンテージ」、ベルギービール「オルヴァル」、「ブーン・グース」、「ヒューガルデン」、「セント・セバスチャン」。壺内二次醱酵ビールの場合、賞味期間を2年から5年など、きわめて長期間に設定している。酸素はビールの大きな品質劣化要因だが、壺内醱酵を行うと容器内の酸素がほとんどゼロになる事が効いている。

2004年!



<壺内醱酵清酒>

奥の松「FN」、一ノ蔵「すす音」、東北銘醸「微泡吟醸初孫」、喜多屋「あいのひめ」。壺内二次醱酵清酒の場合、賞味期間が短いケースが多いようです。



こちらは壺内醱酵ではないガス入り清酒。左3つは日本の清酒トップブランド、月桂冠、白鶴、大関の3社の製品。その次は「COOL SHOT」(喜多酒造、奈良)、「TSUNAMI」(なんとオーストラリア!!)

壺内醱酵の醸造工程を簡単にまとめたもの)が、そのこともあってか最近「シャンパンは実際のところどんな設備で作るの?」という照会を受ける事があります。ワイン醸造家ばかりでなく、清酒メーカーの方からも質問を受けます。

シャンパンについては日本ではほとんど技術的文献がありません。筆者らも、欧米の何箇所かのシャンパン、ゼクト、スプマンテの醸造所で見聞した体験しかないので、その知見をもとに資料をまとめましたので、本稿に掲載します。(注:「伝統的シャンパン製造法 - methode traditionnelle または methode Champenoise」で作っていても、ドイツではゼクト、イタリアではスプマンテと称する。一方、ちょっとややこしいが、ゼクト、スプマンテには伝統的シャンパン製造法で作っていないものもある。さらにややこしいことに、新世界のアメリカやオーストラリアでフランスのシャンパンメーカーが作っているものは堂々とシャンパンと称している。)



次ページへ続く

Text: 渡邊拓也 / ビール醸造コンサルタント

※本稿は2002年10月発行の『地ビールパッケージニュース』に掲載の「ブルワーズ・ティップス：ノンアルコールビールの製造方法について」というコラムに新しい話題を盛り込んで再編集したものです。連載回数は地ビールパッケージNEWSからの通算回数です。

「飲酒運転禁止！」

飲酒・酒気帯び運転への罰則が大幅に厳しくなった昨年6月の道路交通法の改正により、ドライバーは当然ですが、その同乗者の人も外、特に郊外型飲食店での飲酒を控えるようになってきているようですね。実際多くの郊外型飲食店が酒類の売上激減に苦しんでいると聞きます。もちろん、酒類メーカーの売り上げにも具体的な影響が出ているわけですが、そんな中で順調に売上を伸ばしている製品があります。その代表が、ノンアルコールビールです。

単に車の運転との関係だけではなく、近年の健康志向の中、アルコールの摂取量を能動的に自己管理する人も増え、ビール以外にもノンアルコールワインやシャンパン（スパークリングワイン）も注目を集めています。これらのほとんどは海外で生産された輸入品でしたが、元来郊外型店舗を併設しているところが多い地ビールメーカーの中からノンアルコールビールの生産を開始するメーカーが現れはじめ、また最近ではサントリー、サッポロのビール大手2社が国内での製造販売を開始しています。さらに、昨年の暮れにはついにノンアルコール清酒を発売する蔵元まで登場しました。消費者の関心も高く、今後しばらくは成長が予想される分野だと言えるでしょう。そこで、このコラムではノンアルコール醸造酒の製造プロセスの概要をご紹介します。

「ノンアルコールビール」

まずは、ビールの場合を例にして、ノンアルコール化の方法を分類してみましょう。ノンアルコールビールといえども、ビールと同様の味や香りを消費者が期待する以上、アルコール以外のものだけを調合して造る、つまり酵母によるアルコール発酵を完全に排して製造することは困難です。ですから、酵母によるアルコール生成（もしくはそれに準ずる代謝活動）がおこなわれるという前提で、その代謝プロセスに大きく手を加えるかどうかというのが一つのポイントとなります。手を加える場合には、発酵する原料液（麦汁）、酵母、発酵工程のおおのほかに検討の余地があります。また手を加えない場合は、アルコールの除去方法が問題になります。それら製造方法の分類とその概略を示したのが下のチャートです。

もちろんこれがすべてではありませんし、実際にはいくつかの方法を組み合わせておこなうことが普通ですので、あくまでもおおまかなイ

メージとしてご理解ください。

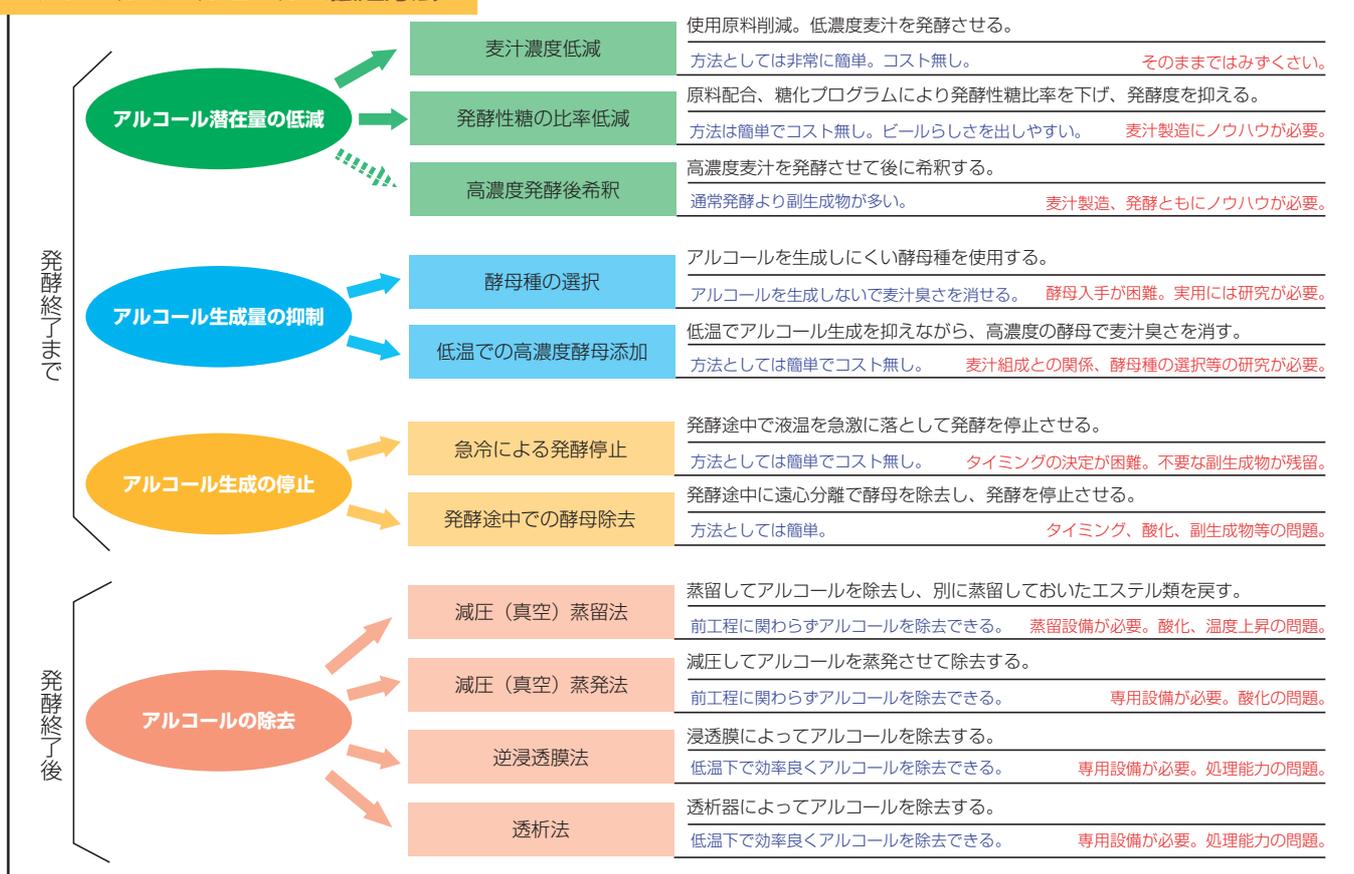
さて、製品の味や香りをよりビールに近いものにするという観点からすると、通常通り発酵させたのちにアルコールだけ除去する方がうまくいきそうな気がします。コンセプトとしてシンプルですし、新たな製造工程が一つ加わるだけです。製造現場での混乱も最小限で済むと考えられます。以前は蒸留等に伴う温度上昇や酸化によって品質的に問題があるケースが多かったようですが、近年では減圧蒸留法や逆浸透膜法といった低温下で選択的にアルコール除去が可能な方法が普及しており、かなり品質は向上していると言えるでしょう。タカラ・バービカンを筆頭に、多くの輸入ノンアルコールビールがこの方法で造られています。また、欧米で盛んなノンアルコールワインの多くもこれらの方法によって製造されています。

しかし、国内でこの方法によりノンアルコール醸造酒を製造するには大きな問題があります。一つは設備に大きな費用がかかることです。一つは目をつぶったとしても、「一度造ったアルコールを除去してノンアルコール製品にする」という行為自体が法的に認められない可能性が高いことがより深刻です（具体的な点に関しては所轄税務署にお問い合わせください）。ですから、事実上国内での製造はアルコールを1%以上にしないように発酵させるより他はないということになります。そこで、こちらの方法、すなわち酵母によるアルコール発酵を積極的に管理する方法をもう少し詳しく見てみましょう。

「1%未満に発酵を抑える」

はじめに、最も単純なものがアルコールになるものを減らす方法です。簡単にいえばビールの場合は使用原料を減らして原麦汁濃度を下げ、発酵してもアルコールが1%以上にならないようにするわけです。「手づくり麦芽飲料キット」として販売されている、モルトエクストラクトを使用したノンアルコールビールの製法と基本的に同じです。しかし、造って見たことがある方はお分かりでしょうが、そのままではやはり水臭く、一般に販売する勇気はなかなか持てないのが実情です。つまり、いかにある程度の「コク」や風味を持たせるかが課題になります。そこで有効だと考えられるのが、次の「発酵性糖の比率の低減」です。これは原料配合や糖化プロセスの工夫によって麦汁中の発酵性糖の比率を下げるもので、発酵後の残エキスが多くなる分、「コク」や風味が出

ノンアルコールビールの醸造方法





続々登場するノンアルコール地ビール。写真左上から、二軒茶屋餅角屋本店（三重）、日本ソフトビール（埼玉）、モクモク（三重）、博石館ビール（岐阜）、南信州ビール（長野）、島根ビール（島根）。



国内大手ビールメーカーもノンアルコールビールを販売開始。写真左からサントリー・ファインブリュー、タカラ・スーパーバービカン（九州地区限定）、サッポロ・スーパークリアー。輸入品もブランド増加。バックラー（オランダ）、クラウスターラー（ドイツ）。

ノンアルコール・ビール



左の写真の右3本の缶は、「ノンアルコールビールの元祖」タカラ・バービカン、テキサスセレクト（アメリカ）、ウェストエンド・エキストラライト（オーストラリア）。



55年(!)の歴史を持つホッピー。焼酎で割るスタイルで根強い人気を誇りますが、そのまま飲むノンアルコールビールタイプのホッピーゴールドも発売中とのこと。

しやすいといえます。それでもアルコール1%未満というのは味のことを考えるとかなり厳しい値ですね。

その避けがたい「薄ぺらさ」をカバーする方法として考えられるのが、発酵途中での発酵の停止です。チャートでは2種類の手法を挙げていますが、いずれにしても人為的に発酵を停止させ、アルコールを1%未満に留めつつエキスを多く残そうというものです。コンセプトとしては非常にシンプルなことあって、地ビールメーカーの中にもこの方法をおこなっているところがあるようです。しかし、狙ったアルコール度数になるようにきっちり発酵を停止させるのはなかなか難しいですし、麦汁の濃度と組成を十分に研究しなければ、肝心の味や香りが甘ったるかかったり、生臭かったりしてしまいます。

これらのどちらかといえば麦汁にウェイトを置いた方法と異なるものとして、酵母自体に着目する方法も研究されています。上記の発酵停止のケースのように発酵が不十分な場合、本来酵母が代謝して消失するはずの物質が残留し、それが「麦汁くささ」などと呼ばれる独特の不快感風味を製品に与えてしまいます。かといって完全に発酵させてかつアルコールを1%未満に抑えるには通常の酵母では水臭いものしかできません。そこで考えられたのが「麦汁くさを消しながら、アルコールを生成しにくい」酵母、および発酵方法です。酵母の種類としては、糖を選択的に代謝するものやアルコール以外の物質を生成するもの、また発酵方法としては低温で高濃度の酵母を添加する方法等が研究・発表されています。大手メーカーはともかく、小規模な醸造所で実用レベルまでそれらを研究することは極めて困難ではありますが、アイデアとしては取り入れられるかもしれません。

いずれにしても、これらの方法は単独ではなく複数の方法を組み合わせる必要があるでしょう。加えて、ホップエキス等による味、香りの調整も必要になるかもしれません。また、アルコールをほとんど含まない分、製造・充填工程での衛生管理がより一層重要になりますし、流通過程での品質保持にも十分なケアが必要でしょう。そういう意味では普通にビールを造るより手間やコストがかかる可能性が高いといえます。それでもなお、ノンアルコールビールのマーケットは拡大傾向がつづく模様ですので、今後も多くのブルワリーがチャレンジされることと思います。

【ノンアルコールワイン】

一方、他のお酒はどうでしょうか。ノンアルコールワインは海外では以前からポピュラーですが、近年日本にも多数入ってきています。ノンアルコールビールと比べると、飲食店や酒販店で見かけることは



一般の（すなわちアルコール入りの）ワインコンペで入賞経験があるアメリカ・Ariel社の「Cabernet Sauvignon」、「Chardonnay」、「Brut Cuvee(sparkling)」。逆浸透膜法により脱アルコール。

右はドイツ・Carl Jung社の「Merlot」、「Riesling」、「Sparkling」で、減圧蒸留法により脱アルコール。（インターネットで検索）



ノンアルコール・ワイン

はるかに少ないですが、今後は増えていくものと思われます。海外の資料を調べると、製造方法はほぼアルコールの除去によるようで、確認できたものとしては、減圧蒸留法、逆浸透膜法、スピニングコウ法（遠心力をかけながら窒素ガスで除去する）がおこなわれています。しかし、そもそも製品ベースでビールの約3倍のアルコールを含むワインですから、そのキャラクターに占めるアルコールの割合も高く、ワイン愛飲家が満足するレベルの製品に仕上げるのは非常に難しいでしょうね（中には一般のワインコンペティションで入賞するものもあるようですが・・・）。ましてやアルコール生成を1%未満に抑えておこなうとなると、一層困難に思えます。有機酸やポリフェノールあるいは果汁を添加してある程度は補正することはできるかもしれませんが、やはり原料のブドウと酵母がポイントになるような気がします。また、アルコールの刺激を補うために多少の炭酸ガスを含ませるのは有効かもしれません。

【ノンアルコール清酒】

清酒の場合もワイン同様に一筋縄ではいきそうにありません。近年低アルコール清酒は多く発売されていますが、その多くは「女性やお酒の苦手な方」を主なターゲットとしたもので、一般的な清酒とはやや異なる味わいをアピールされることが多いようです（甘味を残して甘酸っぱい飲み口にしたものをよく見かけます）。また、低アルコールとはいえ通常のビールよりもまだアルコール度数は高いですから、清酒愛飲家が代替品として満足できるものを作るとなるとかなりの研究が必要でしょう。ワインと比べると複発酵であるぶん仕込み段階で工夫できる余地が多いような気もしますが、いずれにせよやはり酵母等の微生物の使い方に糸口がありそうです。

アルコール飲料が消費者の嗜好以外に社会情勢を受けて様々に変化する、という現象は別段珍しいことではなく、歴史的にも国内外を問わずみられるものです。最近のノンアルコール酒ブームはまさにその一例だと言えます。アルコール飲料製造業界に身を置くものとしては正直言って複雑な心境ではありますが、市場の要求がある以上それに応えるべくトライすることも必要かもしれません。その過程の中で普段醸造している製品や製造工程に関して再発見することもあるでしょうし、それがより一層の品質向上につながり酒文化をより豊かなものにしていくことを心から期待します。

ノンアルコール・清酒



福光屋（石川）が2002年末に発売したノンアルコール日本酒飲料「宴気分」。新聞発表によると「初期段階までは清酒と同じ製法で、加える菌や酸の組成を工夫する独自製法で日本酒風味の涼飲料水に仕立てた」とのこと。「山田錦を使用したノンアルコール飲料」で「冷やでも燗でもおいしくお召し上がれます」（ラベル表示より）

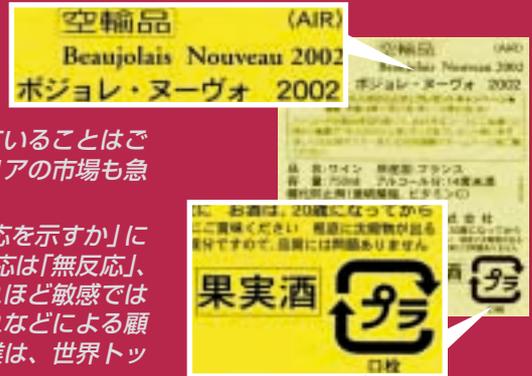
(Text : T. Watanabe)

ノマコルクのご紹介：ワイナリーの皆さんのほか、清酒や焼酎の新しい封緘方法としてご検討ください！

ボージョレヌーボの裏ラベルに「口栓、プラ」のマークが入っています。2002年の比較的高価なヌーボでしたが、天然コルクではなく合成コルクで封緘されていました。ワインの本場フランスでも確実に合成コルクは認知され始めています。

合成コルクがアメリカやオーストラリアで急速にシェアを増やしていることはご存知の方も多いと思いますが、21世紀に入ってからフランス・イタリアの市場も急速に合成コルクを受け入れつつあるよう。

フランスで「合成コルクに切り替えた結果、消費者はどういった反応を示すか」についてアンケートに取ったところ、予想に反して圧倒的に多かった反応は「無反応」だったとのこと。すなわち消費者は天然か合成かについてそれほど敏感ではないようです。むしろ天然コルクのコルク臭やコルク粉、コルク壊れなどによる顧客不満足リスクのほうがはるかに高いと言えるでしょう。喜多産業は、世界トップシェアの合成コルク「ノマコルク」をご紹介します。(Text = T.Kita)



K² Nomacorc 「ノマコルク」のご紹介

"NOMACORC" (ノマコルク) は従来のプラスチックコルクのイメージを破る、画期的プラスチックコルク。外観もコルクオープンナーによる座標感も、天然コルクとほとんど変わりありません。埋め込みタイプでも天然コルクと同じコルク打替機が使用可能。密封性能は天然コルクより安定しています。サンプル・資料をご請求ください！

ワインの品質に関するメリット

1. 天然コルクで発生しうるコルク臭の悪影響や劣化の心配がありません。
2. 21℃以降温度でも腐敗などの劣化がございません。
3. 材質からの粉じりはありません。
4. 天然コルクとのコルク臭などによるワインの風味は完全に変わります。

醸造所でのメリット

1. 簡単に座標のコルク打替機が使用可能。
2. より高い密封性能へ応用可能でも使うままで大丈夫。
3. 埋め込みタイプでも天然コルクのように台枠の劣化がありません。
4. コストダウンが容易。

ワインの消費者にとってのメリット

1. 天然コルクと似た自然な外観。
2. 一般的なコルクオープンナーが使用可能。
3. 持ち力は通常の天然コルクと同等(25-40kg)。

そして、清酒、焼酎、ビネガーにも！

1. 天然コルクと違って、清酒、焼酎、ビネガーなど、コルクオープンナーで開ける液漏れや乾涸の心配ありません。

● 天然コルクとほぼ同等の外観と座標感を実現。コルク臭や劣化の心配がありません。

● 21℃以降温度でも腐敗などの劣化がございません。

● 材質からの粉じりはありません。

● 天然コルクとのコルク臭などによるワインの風味は完全に変わります。

● 簡単に座標のコルク打替機が使用可能。

● より高い密封性能へ応用可能でも使うままで大丈夫。

● 埋め込みタイプでも天然コルクのように台枠の劣化がありません。

● コストダウンが容易。

● 天然コルクと似た自然な外観。

● 一般的なコルクオープンナーが使用可能。

● 持ち力は通常の天然コルクと同等(25-40kg)。

● 天然コルクと違って、清酒、焼酎、ビネガーなど、コルクオープンナーで開ける液漏れや乾涸の心配ありません。

異色、異形デザイン図を準備しました。

異色または異形デザインの場合は1層(15,000個)単位での製造になります。ワインの他、清酒や焼酎にもご提供いたします。

A: 異形デザイン図、40mm径x20mm高、厚さ約1.1mm(厚みは異なります)

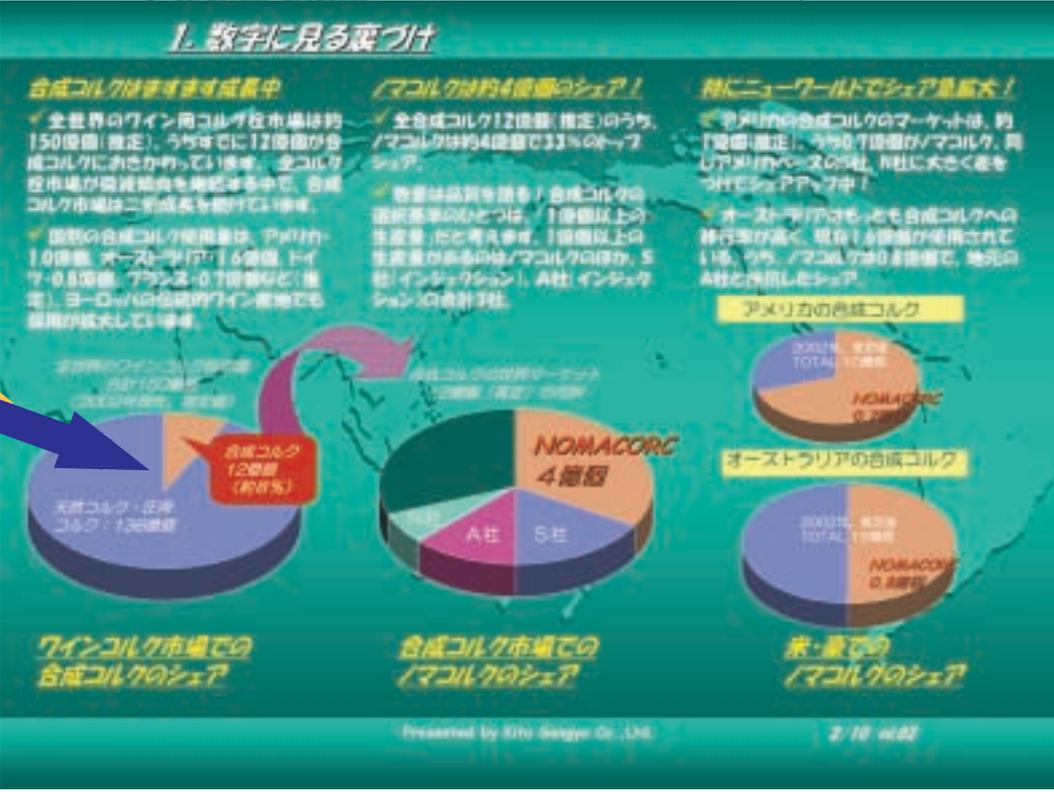
B: 異形デザイン図、40mm径x20mm高、厚さ約1.1mm

C: 異形デザイン図、40mm径x20mm高、厚さ約1.1mm

D: 異形デザイン図、40mm径x20mm高、厚さ約1.1mm

全世界のワイン用コルク 150 億個のうち、すでに約 8% が合成コルクに置き換わっています。

トップシェアの「ノマコルク」をご紹介します！！



topics 1 : 2003年1月8日のTVで放映されました！！

- テレビ大阪（関西のネットワーク）のニュース番組、イブニングサテライトで、喜多産業が紹介されました。「加熱機能つき容器」特集で、富久娘酒造さん（燗番娘）の取材に合わせて、当社の「加熱機能つき容器生産ライン」が紹介されたもの。
- 当社は加熱機能つき容器を生産開始して18年、ISO 9002も取得しています。「**お燗機能つき容器**」はコンビニで、「**蒸散容器**」は全国のオートボックスやイエローハットで販売中！ぜひ一度お試しください。



お燗容器開発担当者の水畑と長井です。



加熱機能つき容器生産ラインです。



主な「お燗機能つき容器」(上段)と「蒸散容器」(下段)。他にも応用可能な商品はありますか？ アイデアをお知らせください！！
 "SELF HEATING CAN" is our unique products. Please check the English explanation at our web site, www.kitasangyo.com

topics 2 : 「メール・マガジン」、やってます！

- 清酒・焼酎・泡盛・ワイン・ビールなど「アルコール飲料産業のお客様向けの、クロスオーバー型情報発信」として、「きた産業メルマガ・ニュース」をはじめています。「**異なったアルコール飲料事情を研究する（＝クロスオーバー型で情報発信する）**」事が新しい付加価値を創造するヒントになるのではないかとというのが発刊のコンセプトです。
- 営業担当者と当社社長が持ち回りで文章を作成し、付属資料はパスワードで見る方式。「登録いただいたお客様」限定で配信しています。配信希望のお客様は info@kitasangyo.com にお知らせください。（お取引のあるエンドユーザー様に限定していますので、ご希望に添えない場合もございます。）



アドレスをクリックして、パスワードを入れると、このような資料が開くようになっています。

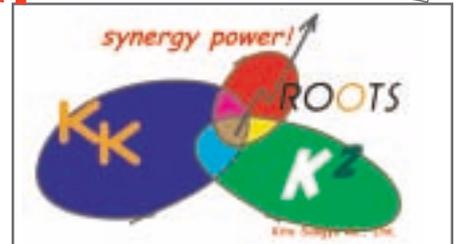
経験とノウハウが違います！

喜多産業はお酒（清酒・焼酎・泡盛・ワイン・ビールなど）のパッケージとパッケージングマシンのスペシャリスト。「高付加価値商品の企画・提案力」が我々の行動指針です。お酒に関する商品企画・商品設計については、お気軽に当社へご相談ください。ご照会は下記まで。

西日本担当：喜多産業大阪営業部 Tel. 06-6731-0251 e-mail : osaka@kitasangyo.com
 東日本担当：喜多産業東京営業部 Tel. 03-3851-5191 e-mail : tokyo@kitasangyo.com
 機械設備担当：ルーツ機械研究所 Tel.0742-64-3129 e-mail : rml@kitasangyo.com

本書の著作権は、喜多産業株式会社または、/かつ写真製品の企業に属します。
 Copyright reserved by Kita Sangyo Co., Ltd. and/or the brand owners.
 このニュースレターの全体または一部の無断転載及びコピーを禁止します。
 No material herein should be reprinted without written permission of Kita Sangyo Co., Ltd.
 編集・作製 喜多産業株式会社 企画・開発グループ
 TEL : 06-6711-2288 FAX : 06-6712-6023

<http://www.kitasangyo.com>



KK 喜多産業株式会社
 KITA SANGYO CO., LTD.
 本 社：大阪府生野区新井丁 10番10号 TEL.06-6731-0251
 HEAD OFFICE: 1-10-10, MINAMIDANI, SUJIKU, OSAKA, 544-0034 FAX.06-6712-6023
 東 京 支 店：東京都千代田区新井町1丁目15番 101 TEL.03-3851-5191
 TOKYO BR.: 1-15-10, MINAMI-1-CHOME, SHINJUKU, TOKYO, 162-0822 FAX.03-3864-5137