

“お酒のコンシューマーパッケージ考：なぜ？そのパッケージ？”

焼酎甲は片手では持てないような大きいPETボトル、清酒は2リットルか3リットルの紙バック、ビールはアルミ缶、ワインはガラスびん、、、と酒類ごとに主流パッケージがきっぱり違いますね。すべてはガラスびんから始めて、何故ゆえにこのように分化したのでしょうか？今回のシーナズウォッチングはその理由を探る小論。

"Shochu-Ko" is m  
Japanese alcohol  
private case study  
mean, not "only one" or "many", and not "midiums" or "small". "Two bigs" seems the key in many industry field, I feel. Text Sienna K. Emiri

パッケージ事例研究 1: ビールの面白パッケージ時代

「面白容器」が流行った時代がありました。その後これらの容器は消えてしまいましたが、バリア技術の向上で最近また PET 復活の兆しがありますね。

「地ビールパッケージニュース 2000年1月号」からの再掲載 collection : Kita Sangyo Co., Ltd.



1: アサヒ「生とっくり2リットル」:80年代半ばの、いわゆる「容器戦争」のころの商品で、グレーの着色ペットボトル。紐の演出がおもしろい。  
2: キリン「ピアシャトル1.2リットル」:同じくペットボトル。宇宙船のイメージで、トンガリ型オーバーキャップつき。このほか1-3リットルクラスPETボトルでは、サントリーが「球形」、サッポロは「卵形」など80年代半ばはみんなカゲキに走ってました。  
3: アサヒ「1.2リットルアルミボトル」:アルミのインパクト缶にアルミの底蓋を巻締めた容器で、キャップはマキシキャップ。  
4: キリン「1.1リットルアルミボトル」:これはパッケージ技術的にとってもスゴイ容器でした。アルミのDI缶に、薄肉のアルミ製上部を(巻締めではなく)接着し、マキシキャップでなくスクリーキャップができるようにプラスチック製のネジ部を取り付けた、というもの。因みにボトルは東洋製罐。  
5: アサヒ「300mlアルミボトル」:インパクト缶に42mm径のマキシキャップの組み合わせ。  
6: サントリー「200mlアルミ缶」:ボディをよくみてください。「バルジ缶」という技術で、缶胴が少し膨らんでいるのが判るといいます。ペンギンのイラストとのマッチングがとてもいいですね。  
7: アサヒ「昔の350ml缶」今のビール缶と違って上下に蓋が巻締めであり、スノコスタイルでした。35年ほど前まではみんなこの形でした。当社が販売した「地ビール用レトロ缶」デザインのオリジナル。  
8: サッポロ「650ml変形缶」:写真ではわかりにくいけれど、缶上部は膨らんで下部が細くなっている。ちょうど手に持ちやすいドイツのハイビアグラス風のイメージです。また、蓋は全開タイプ(内圧がかかる蓋では技術的に難しい)。この缶は今も輸出用に使用されています。  
9: サッポロ「栓抜きをいらない王冠つきピンビール」:王冠右側に小さな突起(タブ)がでているのが分かるでしょうか?このタブに親指を当てて押し上げると栓抜きなしでもあけられたスグレモノです。たぶん40年ほど前の商品。  
10: キリン「生A 350mlビン」:ツイストオフ王冠(手で回せば栓抜きなしであけられる)がごく普通に使用されていますが、日本のビールではこの商品が最後でした。バージン性のため透明キャップシールつき。若干のリシール性もあるし便利だったのですが、日本にはなじまないのでしょうか?  
11: キリン「こきりん 250ml」:80年代には、このくらいの容量の背の低い広口ビン(「バーム型」)がずいぶんはやりました。これは42mm径のPPキャップですが、アサヒやサッポロでは42mmのマキシキャップの製品でした。  
12: アサヒ「輸出用」スーパードライ」:これは現在のビン。何故載せたかというところ、容量が国内向けの334mlではなくインターナショナルスタンダードの330mlだから。(現在小樽の地ビールはほぼ例外なく330mlを採用しています。これは当社が最初の地ビール専用ビンを立ち上げるとき、検討の末(334や350でなく)330mlで設計した影響が多分にあると自負しています。ちょっと自社PRでした。)

各酒類の主流パッケージ一覧



PET 焼酎甲類

容器は大型PETボトルが過半数を占める割合は66%、中でも4リットル(写真)が大半のこと。その次は1.8リットル紙バックで9%程度、ガラスびん比率は少ない。ここでの疑問は、「なぜ故に紙でなくPETにシフトしたのか?」です。「もしも」何か少し違っていたら紙バック全盛に、あるいはウイスキーのようにガラスびん主流になっていたのでしょうか??

紙バック 清酒

現在、紙バック43-45%、1.8リットル壺(一升壺)が30%程度と推定。紙バックは、一升壺に中・小壺を含めたガラスびん全体のシェアに迫る勢い。紙バックのネックは安い商品イメージになってしまったこと。ガラスびんにこだわって紙バックを出さない有力な大手・中堅のお蔵もあります。焼酎甲類で「なぜ紙でなくPETにシフトしたのか」と書きましたが、清酒の場合には「なぜPETでなく紙なのか?」ですね。「もしも」何か少し違っていたらPET全盛になっていたのでしょうか??

ガラスびん 焼酎乙類

びん49-51%、紙バック40-41%というのが業界の推定。紙バックが伸びてはいますが、1.8リットル壺(一升壺)も多いし、ブームもあって900ml、720mlのガラスびんも増加中。今後紙バックはさらに増えるのでしょうか?それともガラスびんに回帰するのでしょうか??

ガラスびん 泡盛

統計データは見つかりませんが、ほとんどがガラスびんでしょう。写真は、根強く流通する「琉球泡盛」共通リユース壺。容量は600mlで、キャップはロールオンではなくスクリーキャップです。

缶 ビール & 発泡酒

2003年現在、缶65%、びん18%との業界推定。ボトル缶も缶に含まれ、ほとんどがアルミ製。地ビールでさえ缶ビールがある国は日本以外ないですね。ドイツではデポジット適用の影響で2003年秋から缶ビールが激減(半減)しましたが、そういった特殊要因がない限り今後さらに缶が伸びると思われる。

ガラスびん ワイン

フルボトル(720/750mlガラスびん)が60%以上、その次に360mlと500mlのガラスびんと、の業界推計。過去にはPETボトルやバッグインボックスなどいろいろ試されましたが、現状ではほとんどがガラスびん。今後ガラス主流でしょう。逆に、欧米ではバッグインボックスなどの市場が出来つつあります。なお、従来日本のフルボトルは720でしたが、メルシャンさんはいつの間にか世界標準の750(写真右)に切り替えているのです。

PET (番外編1) しょうゆ

かつては2リットル壺(お酒の一升壺と同じく、醤油専用リユースびんだった)、その後PVC(塩ビ)ボトルも記憶の中にありますが、今ではすっかりお醤油はPETボトル。昭和40年ころにキッコマンさんが紙バックを真剣に検討されていたと読んだことがあります。なにがお醤油をPETボトルにさせたのでしょうか、??

紙バック (番外編2) ミルク

日本だけでなく世界中で「ミルクは紙バック」、の感あり。軽量ガラスびんの巻き返しもあります。宅配牛乳まで紙バックが多い状況ですね。1930年代にはアメリカでピュアパックが、1950年ころにはスウェーデンのテトラパックが、それぞれミルク容器として紙容器を開発したのがコトのはじまり。ミルクが紙バックになった理由は、結局のところ、両社が強力に開発と世界的なマーケティングを推進したからではないのでしょうか?

シーナの私的考察: 何故そのパッケージになったのか? 清酒の事例研究

清酒やパッケージの歴史に関する文献を読むと、、、江戸時代に四斗樽の量産が清酒の流通を大きく発展させ、明治まで樽で流通した。明治中期にびん入りの「蔵元直詰」が始まり、灘で最初の「人工吹き」の一升壺が採用された。その後「半人工機械吹き」壺の時代を経て、大正末期に徳永硝子という会社がアメリカから導入した「自動製壺」機械による一升壺の大量生産を始めた。その結果、昭和初期以降一気に一升壺が広まったという流れです。

これは、欧米におけるワインやビールのパッケージの変遷とほぼ同じでしょう。ワイン・ビールが樽からガラスびんになったのが20世紀初頭(=自動製壺普及期)。ワインコルクに今も良く書いてある「mis en bouteille au chateau (シャトー直詰)」が始まったのも日本の「蔵元直詰」が始まったのと同じ頃ではないでしょうか。

紙バックについて調査した一般論を述べると、「最初の紙容器入り清酒は、昭和40年代に登場した180ml箱型テトラパック。屋根型トップの1.8リットルパックは、当初牛乳パック式の注ぎ方で普及しなかったが、T社が口栓方式を導入して普及した。一方、D社はバッグインボックスタイプをずいぶん推進したが、結局現在の紙バック形式が主流に。昭和50年代後半から普及スピードが上がり、近年は経済効果を求めた2リットル、3リットルが主流になって現在に至る」という流れ。消費者サイドから見たときには、「軽量と、びんより安い小売価格」が

需要拡大のポイント。一方メーカーサイドから見ると、初期は包材コストが高く充填スピードも遅かったものの「現在ではコストが下がり物流コストも考えるとびんより紙バックが数十円安いこと」、がポイントとなります。

さて以上は客観的事実ではあるのですが、結局つまるところ、何故ゆえ清酒は紙容器が主流になったのか。今回のレポートの私の結論は、、、ミルクのキャプションに書きましたが「ピュアパックとテトラパックが競いあってミルク容器を開発したことが世界のミルク容器を紙にした」ように、清酒の場合は「T社とD社(というか凸版印刷さんと大日本印刷さんですが)の二大巨頭企業が技術開発とマーケティングを競い合ったことが紙容器主流になった原因」ではないかと感じました。T社とD社が「もしも」PETボトルで競い合っていたら清酒はPETボトル主流になっていたかもしれません。お醤油も、ある時点で誰かが「もしも」違う決断をしていたら今頃紙バック全盛だったかもしれません。

政治は二大政党制、銀行はメガバンク、といっていますが、産業界でも二大巨頭体制が究極なのか。日本ではガラスびんが苦戦していますが「もしも」ガラスびんメーカーが二大巨頭企業体制であったならもっとびんが普及していたのかもしれない。歴史に「もしも」、はないので、いづれにせよ、日本のパッケージはますますバラエティーを広げそうな気配です。

Text Sienna K. Emiri