



日本の「飲む」シーンを 「缶」で変えていく 総合容器メーカー 大和製罐。

コンビニエンスストアや高速道路のサービスエリアの自動販売機で

炭酸飲料や温かいコーヒーを購入し、屋外やクルマの中で飲むことも多いだろう。

今や、そのようなライフスタイルは当たり前になっているが、そのカギとなっているのが「缶」である。

にっぽん力では、その「缶」が我々の暮らしにどんな恩恵を与えてきたのか、

そして、これからどんな暮らしを提供してくれるのかを追った。



ミニボトル缶



モンデ酒造 プレミアム缶ワイン
(ニューボトル缶使用)

外で気楽に飲むライフスタイル。 そのはじまりは「缶」にある

1968年、容器メーカーのバイオニアである大和製罐が、世界ではじめてコーヒー缶の製造を開始。それ以前の時代は、コーヒーは自宅や喫茶店で楽しむものであり、屋外で飲むというスタイルは一般的ではなかった。しかしサービスエリアの自動販売機で、しかも温かい缶コーヒーを販売したことで、眠気覚ましを欲していたドライバーに受け入れられ、爆発的にヒットすることになる。だが、同社は温かいコーヒーを缶で提供することは、この時代には技術的に困難なことであったのだという。それは、コーヒーのなかに缶の素材である鉄分などが溶け出してしまうという問題があったからだ。同社は、この問題に対して、コーヒーの味・香りを損なわない塗料を開発し解決していった。缶コーヒーは、今年年間100億本、一人あたり約100本も飲まれているが、そのはじまりは同社の技術力とともにあったといいたいだろう。その後、スポーツドリンクや温かいお茶など

の飲料缶開発のはじまりへとつながっていくことになる。

新たな「飲む」シーンを創造。 ワインも外で気楽に飲む時代へ

大和製罐は、開け閉めが自在なキャップが付いた、いつでも、どこでも飲めるニューボトル缶も開発・生産している。キャップ付きといえばペットボトルと似ているが、金属缶ならではの優れた性能を持っている。金属缶はペットボトルに比べ、光や酸素を通しにくく内容物の酸化を抑え、長期間品質を保つ。また、冷やしやすく、温めやすい特性も持っているのだ。これらニューボトル缶のメリットを考えれば、飲料にもよるだろうが、コーヒー缶のときのように飲むスタイルも変えていく製品となる可能性を秘めている。その一例がワイン缶であろう。同社はモンデ酒造、日本レストランエンタプライズとともに、このニューボトル缶のワイン「プレミアム缶ワイン」を開発。2008年に発売を開始し、JR東日本、JR西日本の車内などで販売されている。しかし、これまで

ワイン対応缶を作るのは、技術的に難しいとされており、実際に開発に5年の歳月をかけている。ワインの中には酸化防止のための亜硫酸が含まれており、これがアルミを腐食させるからだ。そこで同社は、亜硫酸をバリアするフィルムを開発し、亜硫酸からアルミを保護する技術を確認した。しかも、香りや風味を損なわないなど、ワインに求められる厳しい要求にも応えることにも同時に成功している。「ワインはビンだろう」という方も多いと思うが、缶はビンのように重くなく、割れずに、運びやすい。コルクを抜くようにキャップを開け、もっと気楽に屋外でワインを楽しめる時代がきたともいえよう。機能性飲料や医薬部外品のドリンク剤のビンにも、大和製罐のミニボトル缶が採用されはじめている。缶はビンの機能を超え、まさに取って代わろうとしている。「缶」という容器がこれまでの我々の飲むシーンを変えてきたことを考えると、大和製罐の総合的な技術開発力が、近い将来、我々の暮らしをさらに変えてくれるのかもしれない。