

背景・目的

・若者の酒離れが加速。一方で、交流は好む傾向

・健康維持の観点からあえて飲酒しない「ソーバークュリアス」という新潮流

ノンアル市場は  
今後も拡大傾向  
But  
選択肢は不足

代替品ではなく  
嗜好品としての  
ノンアルが必要

今までにない高級  
ノンアルコール  
ウイスキー飲料  
を開発



研究内容

1年目

ウイスキー  
の試験製造

2年目

多様な香味成分の生成および濃縮  
の検討 (研究継続を希望)

3年目

アルコール低減  
方法の検討

試験製造品の  
アルコール低減

発酵の制御によるアルコール抑制方法の検討

試作品の成分分析および官能評価

期待される効果

- 県内企業のノンアルコール市場への新規参入。
- 新たな飲料体験の提供により、外食、小売、観光業者の新規顧客開拓、顧客の満足度向上を促進。
- ノンアルコールをきっかけに若者のアルコール飲料消費を拡大。
- 人間関係が希薄になる「ポストコロナ」社会におけるコミュニケーションツールとして活用。



共同研究者: 興水精一((株)ハセラボ、サントリースピリッツ(株)名誉チーフブレンダー)、久保田勇(萌木の村(株) Bar Perch)