



How was  
NEW SUPER DRY born?



03

## 寺戸菜穂

アサヒビール

マーケティング本部

酒類開発研究所

開発第二部 副主任

前向きにがんばっていきける、  
寄り添ってくれる存在

### 気

づいていなかった。スーパードライは、自分より上の世代のビールと思っ  
い込んでいた。『新・辛口』の設計において、  
飲みごたえをアップするためのほんの少し  
の香り、特にホップを担当した寺戸菜穂は  
大学時代に抱いていた誤解を振り返る。

「押しが強いというか。広告や缶の印象か  
もしれないけど、女子大生がスーパーで買  
うには勇気が要るよね、と決めつけてまし  
た。それが就職活動のときに改めて飲むと、  
全然違う。すっきりとしてどんな料理にも  
合うし、控えめでむしろ引き立て役にもな  
ってくれる。これ伝えたい、と思ったんです」

スーパードライはある意味、無垢なビー  
ルだ。食でたとえるなら日本料理のよう。

余計な後味や雑味が残らない、すっきりと  
したうまさ。必要最低限の味や香りを研ぎ  
澄ますことによって、繊細で澄んだ味わい  
をつくり出している。

「だからこそ、ほんのちよつとの味や香り  
の変更で影響がダイレクトに出るんです」

実は、スーパードライの味わいを進化さ  
せるためのホップ研究自体は、以前から研  
究所内で進められていた。寺戸が参加した  
のは、入社2年目の2019年12月。

「しかも今回のフルリニューアルでは、長  
年スーパードライを好きでいてくれる方々、  
昔の私のように敬遠している人たち。両方  
に『おいしいね』と納得していただく必要  
があります。どうしようか?と思いました」

開発では、まず何種類ものホップを試し、  
時に組み合わせる。次に工場の仕込み量の



てらど・なほ 1993年生まれ、神奈川県出身。北海道大学大学院農学院修了。2018年アサヒビール入社。1年間の福島工場勤務を経て現職。「アサヒ ザ・リッチ」「クリアアサヒ」などの商品開発に携わる。早朝に出社、試験醸造に取り組むことが、ほぼ日課になっている。

数百分の一のテストブルワリーで試験醸造を重ね、普段ビール開発に携わっていない社員などを対象に、バイアスをかけないよう試飲テストを繰り返した。しかし、「思ったよりも重たい」と感じられてしまうという課題にぶち当たってしまった。

何か重たいと感じるのは飲み込んだ後、鼻に抜ける穀物香が原因ではないか？そこで見えてきた手法が従来、麦汁を煮沸する工程の最初でのみ投入していたホップを、煮沸終了直前にも投入するレイトホッピング製法。スーパードライ独自の「辛口」の骨格は変えず、さらに洗練された味わいを目指すために採用した。だが、まだ足りない。最後に、実際の醸造現場である工場、工場と研究所を繋ぐ生産技術センターの醸造家たちが長年、品質向上のために積み上げてきた技術——。スーパードライの飲みこたえをさらに向上させるため、発酵段階で酵母の働きにより生まれるビールらしい香りをごくわずかに高めるという手法をブラスすることが決め手となった。

寺戸は今、思う。「一日がんばって、家に帰ったときに飲む一杯目の味わいはスーパードライが最高だと私は思っています。今日をがんばった自分が主役で、スーパードライはそれを引き立ててくれる。『今のままでいいよ。けど、ありのまま、日々前向きにがんばればいいことあるよ』。そう言って寄り添ってくれる存在として、ベストパートナーだな。それが私の中で、一番大事にしていきたいところです」