

Needs & Seeds

GLASS BOTTLE
MARKETING INFORMATION
- SINCE 1988 -

日本山村硝子株式会社

関西本社 〒660-8580 兵庫県尼崎市西向島町15-1 TEL. 06(4300)6000
東京本社 〒160-0023 東京都新宿区西新宿6-14-1 新宿グリーンタワービル20階 TEL. 03(3349)7200

東部営業部 〒160-0023 東京都新宿区西新宿6-14-1 新宿グリーンタワービル20階 TEL. 03(3349)7200
西部営業部 〒660-8580 兵庫県尼崎市西向島町15-1 TEL. 06(4300)6150
西日本営業所 〒812-001 福岡県福岡市博多区博多駅前3-10-34 Mビル3号館4階 TEL. 092(431)6836



【Needs&Seeds】 No.186-2026年2月28日発行
発行人 日本山村硝子株式会社
ガラスびんカンパニー業務戦略本部マーケティング部
TEL. 03(3349)7230
《URL <https://www.yamamura.co.jp>》

「Needs&Seeds」は日本山村硝子のガラスびん情報誌です。

※本誌には酒類に関する情報が掲載されている場合があります。
20歳未満の方は単独で閲覧せず、必ず保護者に指示を仰いでください。
20歳未満の方の飲酒は法律で禁止されています。

本冊子及び各ページに掲載している文章、画像の無断複製・無断転載を禁じます。記事の著作権および著作者人格権は、日本山村硝子株式会社に帰属します。皆様のご意見・ご要望をお待ちしております。

2026

No. 186

 NIHON YAMAMURA GLASS

CONTENTS No.186

02 ガラスびん工場探訪 vol.5

業種別ガラスびん出荷実績
2025年1月～2025年12月 出荷実績

03 新製品トピックス

2025年8月～2025年11月の新製品ご紹介

05 ガラスびん×インタビュー

vol.6 雪印メグミルク

07 一般びん情報

「GEN ウイスキー 700S」シリーズのご紹介

08 エンジニアリングカンパニー

人手不足解消支援に関する取り組み

09 COMING UP@NYG

ミルクスタンド
びん詰め商品徹底検証 vol.3 「ジャム」

ネプコンジャパンに出展 半導体パッケージ等の最新技術を紹介

当社および山村フォトニクス株式会社は、1月21日（水）～23日（金）に開催された「ネプコン ジャパン 2026」の構成展「第27回 半導体・センサ パッケージング展」に共同出展しました。



エレクトロニクス、オートモーティブ、エネルギーなどの関連分野で活躍する特殊ガラスや特殊部材は、当社のニューガラスカンパニーおよび研究開発センター、そして当グループの山村フォトニクスによって事業展開されています。

今回はこれまでの展示会と趣向を変え、「Create for tomorrow」と題し、中長期的な新規技術開発事例を紹介。台湾の半導体業界のパイオニアである工業技術研究院 (ITRI) と共同開発中の「次世代パッケージ用 TCV (Through Ceramics via)」、アメリカのスタートアップ企業に出資した、低濃度 NOx を高精度・高速応答で検出できる「高精度 NOx センサ」やスマート農業向け「農業用 N₂O センサ」を展示しました。

当社では今後もガラスセラミックスの素材開発と加工技術を強みに、最先端分野での活躍を目指していきます。

BOTTLE LAB.50 —世界のおもしろガラスびん研究室—

「伝統と革新、個性と調和、ドメスティックでありグローバル」

株式会社白岩

IWA 5 アッサンブラージュ 6

峰々が連なる立山の、厳かであり神々しく、しんと張りつめた空気。そこに抱かれる富山・白岩でつくられているのは、ドンペリニヨンの5代目醸造最高責任者、リシャール・ジョフロワ氏によって“再構築”された日本酒。

シャンパンの醸造家であるリシャール氏が日本酒づくりに取り入れたのは、「アッサンブラージュ (Assemblage)」の手法。異なる酒米や酵母からつくった複数の原酒をブレンドし、それぞれの個性をまとめあげて、複層的でありながらバランスの取れた日本酒を完成させた。日本伝統の酒づくりに、フランス・シャンパーニュの新しい風が吹く。

ボトルにはマット調の塗装をほどこし、あたたかみと、わずかに艶やかさをもつ質感に。IWA の名の筆書きは、印刷を2回重ねて厚みを出し、存在感と躍動感を表現。

各エレメントをやさしく寄せ集め再構築する。単一ではなしえない深みの美しさが、そのとき生まれるのである。



ガラスびん工場探訪 vol.5

当社のガラスびん工場を紹介する「ガラスびん工場探訪」。今回から2巡目がスタートします。

東京工場

ガラスびん工場ってどんなところ？

東京工場



神奈川県相模原市にある東京工場。当社で最も古く歴史のある工場です。

執務室



製造現場に携わる社員がいる現場事務所です。現場と密に連携し日々の生産を支え、安全や品質に関する情報も発信しています。

生産ライン



緑色や黒色のびんを生産する色替窯のライン。50ml～1800mlのさまざまなびんをつくっています。

食堂



社員憩いの場所。メニューは日替わり弁当・丼から選べ、夏には種類も登場。

インタビュー

日々ガラスびん製造に携わり、安全と品質を最優先に考えて、安定した製品をお届けできるよう努めています。私は今年26歳になりますが、工場内ではまだまだ若手！若者なりの斬新なアイデアで、東京工場をさらに盛り上げていきます。

東京工場 生産課 製造係
今成翼さん



業種別ガラスびん出荷実績

2025年1月～2025年12月 出荷実績

出典：日本ガラスびん協会

業種	出荷本数 (百万本)					出荷量 (トン)				
	2025年度	構成比	2024年度	前年差	前年比	2025年度	構成比	2024年度	前年差	前年比
化粧品 (化粧品計)	316.1	7.0%	328.9	▲12.8	96.1%	34,785	4.4%	36,041	▲1,256	96.5%
飲料 牛乳 小塚ドリンク 飲料ドリンク (飲料計)	51.6	1.1%	51.2	0.5	100.9%	6,070	0.8%	5,869	201	103.4%
飲料 牛乳 小塚ドリンク 飲料ドリンク (飲料計)	367.7	8.2%	380.0	▲12.3	96.8%	40,855	5.2%	41,910	▲1,055	97.5%
飲料 牛乳 小塚ドリンク 飲料ドリンク (飲料計)	313.6	7.0%	330.3	▲16.7	94.9%	77,253	9.8%	81,737	▲4,484	94.5%
飲料 牛乳 小塚ドリンク 飲料ドリンク (飲料計)	40.7	0.9%	46.0	▲5.3	88.4%	6,332	0.8%	7,947	▲1,615	79.7%
飲料 牛乳 小塚ドリンク 飲料ドリンク (飲料計)	1,404.4	31.1%	1,432.1	▲27.7	98.1%	133,473	16.9%	135,980	▲2,507	98.2%
飲料 牛乳 小塚ドリンク 飲料ドリンク (飲料計)	614.0	13.6%	666.6	▲52.6	92.1%	86,460	10.9%	94,532	▲8,072	91.5%
飲料 牛乳 小塚ドリンク 飲料ドリンク (飲料計)	2,372.7	52.6%	2,475.0	▲102.3	95.9%	303,518	38.3%	320,196	▲16,678	94.8%
食料 調味料 (食調計)	626.2	13.9%	677.2	▲51.0	92.5%	104,017	13.1%	113,988	▲9,971	91.3%
食料 調味料 (食調計)	419.5	9.3%	477.1	▲57.6	87.9%	65,670	8.3%	75,457	▲9,787	87.0%
食料 調味料 (食調計)	1,045.8	23.2%	1,154.3	▲108.5	90.6%	169,687	21.4%	189,445	▲19,758	89.6%
清酒 1.8L 清酒 中小 ビール ウィスキー 焼酎 その他洋雑酒 (酒類計)	35.5	0.8%	37.5	▲2.0	94.6%	33,695	4.3%	35,600	▲1,905	94.6%
清酒 1.8L 清酒 中小 ビール ウィスキー 焼酎 その他洋雑酒 (酒類計)	319.0	7.1%	334.8	▲15.7	95.3%	97,131	12.3%	101,337	▲4,206	95.8%
清酒 1.8L 清酒 中小 ビール ウィスキー 焼酎 その他洋雑酒 (酒類計)	79.6	1.8%	81.3	▲1.6	98.0%	27,936	3.5%	27,134	802	103.0%
清酒 1.8L 清酒 中小 ビール ウィスキー 焼酎 その他洋雑酒 (酒類計)	97.5	2.2%	97.5	0.0	100.0%	46,954	5.9%	46,286	668	101.4%
清酒 1.8L 清酒 中小 ビール ウィスキー 焼酎 その他洋雑酒 (酒類計)	47.9	1.1%	51.1	▲3.2	93.8%	19,084	2.4%	20,827	▲1,743	91.6%
清酒 1.8L 清酒 中小 ビール ウィスキー 焼酎 その他洋雑酒 (酒類計)	143.0	3.2%	148.3	▲5.3	96.4%	52,620	6.6%	54,699	▲2,079	96.2%
清酒 1.8L 清酒 中小 ビール ウィスキー 焼酎 その他洋雑酒 (酒類計)	722.5	16.0%	750.3	▲27.9	96.3%	277,420	35.1%	285,883	▲8,463	97.0%
合計	4,508.6	—	4,759.7	▲251.0	94.7%	791,480	—	837,434	▲45,954	94.5%

2025年1月～12月の出荷状況は、数量では4,508百万本で前年比94.7%、重量では79.1万トンで94.5%とともに減少となりました。物価上昇による個人消費の低迷、一部他容器へのシフト、輸出の伸び悩みなどの影響を大きく受けました。業種別に見ると前年からプラスになったのは化粧品びん・ビールびん・ウィスキーびんの3業種のみで、他の業種は前年割れとなりました。



vol.6 雪印メグミルク

インタビューコーナー第6弾は、宅配牛乳など多くのびん商品を扱う雪印メグミルク株式会社。2025年に創業100周年を迎え、次の100年を見据えた新体制となる中、独自の販売チャネルにおける根強い人気の秘密やびん商品への思いについて、市乳事業部 販売店企画グループの小暮 秀敏様、土屋 将様に伺いました。

○お二人の業務や創業100周年を迎えられた社内の雰囲気についてお聞かせください。

(小暮) 我々の所属する市乳事業部では、家庭用の牛乳、発酵乳、デザートなどの商品を取り扱っています。二人とも、入社時は牛乳販売店への営業を行う部署に配属となり、そこで培った知見をもとに、現在は企画などを担当しています。

当社は前身の会社から数えて、2025年に創業100周年を迎えました。コーポレートスローガン (Love Earth. Love Life.) やコーポレートマークが刷新されたほか、社内システムも新しくなり、それによって社内の情報交換や新企画のアイデアが活発に飛び交う環境ができ、新事業に取り組む部署などもできました。

(土屋) またこれを機に、宅配牛乳部門でお客様感謝祭を初めて開催しました。我々が普段やり取りするのは牛乳販売店ですが、今回はその先のご家庭との交流イベントです。お客様の声を直接聞くことができ、とても実りあるものとなりました。

○びん商品をメインとしたイベント「雪印メグミルクの湯」について教えてください。



▲ストアではびん商品のほかオリジナルグッズも販売

(小暮) 「雪印メグミルクの湯」は2024年に東京・市ヶ谷で初めて開催し、好評だったため、2025年には大阪・梅田で規模を拡大して開催しました。

びん牛乳をはじめとした、牛乳販売店からご家庭に届ける宅配牛乳チャネルは、スーパーや量販店と比べてお客様の平均年齢が高めです。お客様には毎日の習慣としてご愛飲いただいています。反面、社内では現状維持というスタンスが強く、なかなか新しい企画やアイデアが出づらな環境でした。そこで、宅配牛乳を担当する若手社員が10名ほど集まり、新企画を考えるプロジェクトをスタート。半年かけて試行錯誤し、銭湯などの

銭湯などの温泉施設とびん商品を掛け合わせた「雪印メグミルクの湯」をつくりあげました。

びん商品は、宅配のほか、温泉施設の自動販売機でも大きな売り上げがあります。当社では専用自販機を開発しており、多くの温泉施設に設置してもらっています。お風呂上がりの一本として、日本独自の文化として、びん商品と温泉施設は切っても切り離せない大切な存在です。プロジェクトではさまざまなアイデアが出ましたが、びん商品を自社の武器としてとらえ、さらに多くのお客様に知っていただくために、第一弾として東京・市ヶ谷でびん商品のポップアップストア「雪印メグミルクの湯」を開催しました。

○2025年10月に開催した「雪印メグミルクの湯 in 大阪」の反響はいかがでしたか？

(小暮) 「雪印メグミルクの湯 in 大阪」は、2025年10月25～26日に大阪・梅田のビッグマンで開催しました。第一弾の好評を受けての開催でしたが、今回はストアだけだったのに対し、今回は脱衣所や富士山の銭湯画などをリアルに再現した“疑似銭湯空間”のフォトスポット、ラッピング自販機でびん商品を購入しその場で飲める飲食スペースやカプセルトイレも設置し、にぎやかなイベントとなりました。2日間で1万人以上にお越しいただき、メディアにも多く取り上げられました。

テーマは前回と共通ですが、今回は商品やグッズを売るだけでなく、商品そのものの良さや、容器としてのびん良さ、専用自販機の実用性も知ってもらいたい、そしてお子さんにも楽しんでほしいと考え、このような形式にしました。ガラスびんについては、3Rや特にびんだけが持つリユース適性など、環境性をしっかりお伝えしたいと思い、日本ガラスびん協会に相談してガラスびんの環境性に関する展示パネルを監修していただきました。



▲ガラスびんの環境性をわかりやすく紹介



写真右 小暮 秀敏様
写真左 土屋 将様

(小暮) 当日は、ラッピング自販機コーナーが大人気でしたね。

(土屋) 当社のびん商品の自販機は、通常の「直積みタイプ」ではなく、アームで商品を取る「シースルータイプ」です。クレーンゲームのようなギミックで見ていると楽しく、特にお子さんが喜んでくれたのではないかと思います。

当社では全国の温泉施設に専用自販機を設置しており、売り上げも大きいです。さらに、温泉施設という空間がびん商品の情緒的な良さを底上げしてくれる場にもなっており、大切な存在です。若い方は特に、スーパー銭湯など温泉施設でしかびん商品に触れる機会がない方もいるかもしれません。その限られた機会でも、どのように好印象を与えられるか、次の購買機会に生かせるか——。温泉施設は、当社のびん商品とお客様をつなぐ大事な接点であると考えています。

▼おなじみのいちご牛乳はもちろんびん!



◀まるで本物の銭湯のようなフォトスポット

特にスーパー銭湯は入浴料が比較的高めで、家のお風呂とは違う特別感がありますよね。そこでのお風呂上がりの癒しのひと時には、やはり普段コンビニ等では売っていない、びん商品が飲みたくなるのではないのでしょうか。びんにはガラスの美しさを生かした特別感や非日常感がありますが、一方で宅配商品に根差した日常感も持ちますよね。日常/非日常、どちらにも対応できる、柔軟で懐の深い容器だと思えます。

「雪印メグミルクの湯」のようなイベントを通して、商品の魅力を発信してさらに知名度を上げるとともに、びん商品と温泉施設との印象付けを強固にしていきたいですね。

○2024年4月に「びん商品継続のお知らせ」を発表されるなど、近年特にびん商品に力を入れていらっしゃる印象です。びん商品の位置づけについてお聞かせください。

(小暮) 宅配牛乳を利用されているお客様は、全国で数十万軒もいらっしゃいます。おいしさや機能性を理由にご愛顧いただいているのはもちろん、近年はびん商品を撤退するメーカーもいる中で、雪印メグミルクでは多様なびん商品が買える、そこに価値を感じていらっしゃるお客様も多いです。牛乳販売店が届けてくれるびん商品を、毎日飲む——。もし当社がびん商品をやめれば、お客様にとっては長年の習慣が急に断ち切られることになり、それはかなりの衝撃だと思いますし、寂しさを感じるでしょう。お客様に安心していただきたい、その思いでお知らせを出したり、びん商品に関するイベントを行っています。

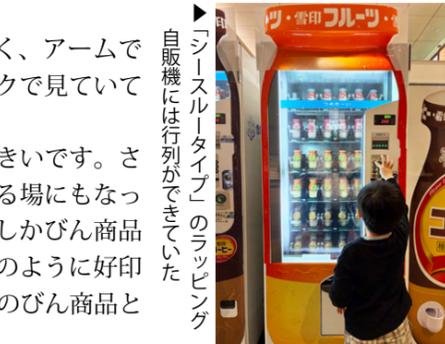
(土屋) また環境性やSDGsといったキーワードは、今後も解決すべき課題として注目されるでしょう。ガラスびんは、今も昔も変わらず、3Rを実行する環境にやさしい容器ですが、これまではお客様に十分お伝えできていませんでした。ただ逆を言えば、まだまだお伝えできる余地が残っています。

(小暮) 当社のびん商品はリユースされています。回収は牛乳販売店が担っており、宅配牛乳では配達時に各家庭から返却された空きびんを回収し、温泉施設では専用自販機の商品納品時に同じく空きびんを回収しています。回収率はほぼ100%です。その後、当社から牛乳販売店へ商品を納品する際に空きびんを受け取り、当社で洗って再使用します。無理なく無駄なく、びん商品のリユースシステムが構築され運用できています。

○読者の皆さまへメッセージをお願いします

(小暮) 当社ではガラスびんならではの良さとして、宅配牛乳や温泉施設といった販売チャネルの独自性、飲んだ時の口当たりなど訴求してきましたが、このようなメーカー目線ではなく、お客様自身が感じる純粋な価値はまた違うものではないかと思います。ぜひ宅配牛乳をお試しいただいて、その価値を体感してもらえたら嬉しいです。牛乳、フレーバー牛乳、機能性商品などラインナップも豊富なので、ぜひ自分のお気に入りの一本を見つけてほしいです。

(土屋) 宅配牛乳は長くご愛顧いただいている高齢者や、一軒家を持つご家庭でなじみ深いですが、若い方はぜひ、温泉施設に行ったときに自販機のびん商品を楽しんでほしいです。親子連れなら、きっと、一緒にびん牛乳を飲んだ思い出は特別なものになると思います。当社では今後も、そのようなきっかけづくりをしていきたいです。



▶「シースルータイプ」のラッピング自販機には行列ができていた



お話を聞いたのは



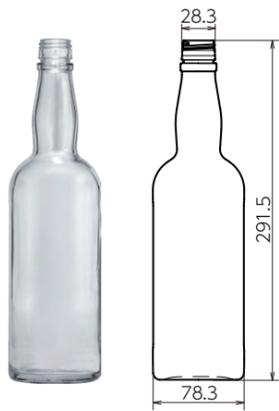
市乳事業部 販売店企画グループ
小暮 秀敏 様・土屋 将 様

「GEN ウイスキー 700S」シリーズのご紹介

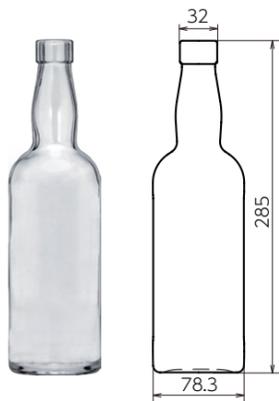
ウイスキーやジンなどの洋酒にぴったりの新一般びんが登場しました。
口部は 30STDPP とコルクの 2 タイプをご用意しています。

GEN ウイスキー 700S

“ウイスキーらしさ”を感じる、シンボリックなフォルム。
すらっと伸びゆくようなシルエットは、シャープな印象、
そして目を引く演出に。
重厚さと軽やかさ、両方をあわせ持つ唯一無二の存在感。



GEN ウイスキー 700S 30STD			
容量	700ml	胴径	78.3mm
高さ	291.5mm	口部	30STDPP
重量	538g	コード	0642041A



GEN ウイスキー 700S コルク			
容量	700ml	胴径	78.3mm
高さ	285mm	口部	コルク
重量	540g	コード	0290021A



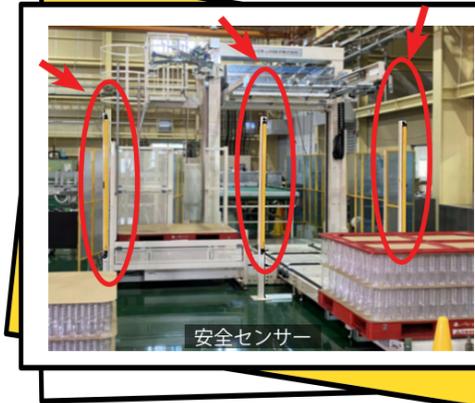
シンボリック、そしてシャープな
新しいウイスキーボトル

様々なシーンにアクセントを添え、商品そのものの魅力を最大限に引き出す「GEN ウイスキー 700S シリーズ」。ご用命の際は、当社営業担当までお気軽にお問い合わせください。

人手不足解消支援に関する取り組み

エンジニアリングカンパニー（以下 ENGCO）では、バルクデパレタイザー、充填設備を中心に、飲料・食品・酒類等、多種多様な容器をお使いのお客様に対して、設備の提案販売を行っています。昨今課題となっている、製造業の労働人口減少に対して、自動化による解決を支援します。

バルクデパレタイザー



140台を超える豊富な実績を持ち、容器メーカーが開発した設備であることから、豊富な容器種類（びん、PET ボトル、缶等問わず）を安定して生産ラインに送り出します。

- 品種に装置の設定が紐づくため、簡単な操作で多品種に対応。（基本的に型替部品不要。自動型替えも装備可能）
一列排出装置により、省スペース化を実現します。
- 安全センサーにより、不意の装置内への侵入による事故を防ぎます。
- ご予算、運用方法に応じて、全自動型 / 半自動型の選択が可能です。

パレタイジング

パレタイジングロボットで自動化すれば、製品カートンのパレット積みの重労働から解放されます。

- 協働ロボットの採用で安全柵が不要となり、小さなスペースでも動線への影響が少ないです。（ご希望により安全柵の設置も可能）
- 連続してカートンを供給することで、ノンストップで積付作業を行えます。
- 積付パターンを記録することで、簡単に多品種対応が可能です。



パレタイジングロボット

充填設備

ライン能力、規模に合わせた充填ラインの構築もご提案します。
リンサー、充填機、キャッパー、パストライザー、ケーサー、その他…

設備投資の補助金申請サポート

設備投資の負担を和らげるため、取り組み内容にマッチした補助事業をご提案します。
補助事業のご提案から、採択に向けて一部の申請書類（装置仕様、取組の裏付け資料等）の作成までサポートします。



Packer's Hand 用ロボットハンド

お問い合わせはこちらへ

日本山村硝子株式会社 エンジニアリングカンパニー

〒660-0857 兵庫県尼崎市西向島 111
営業グループ 佐藤 TEL:06-4950-5417 FAX:06-6411-7075 E-mail:satoh_m2@yamamura.co.jp

ミルクスタンド

多くの人利用する基幹駅、JR秋葉原駅。そのホームの、いつもと変わらない喧騒の中にたたくミルクスタンド。びん牛乳やびん飲料などをカウンターで注文し、その場で飲んで空きびんを返却するスタイルの売店です。今も昔も変わらず、利用客に商品を提供しています。



ミルクスタンドはみんなの味方

総武線の上り（新宿方面）と下り（千葉方面）の両ホーム中央付近にそれぞれ店がある。上り側は「パンと牛乳の店 ミルクスタンド」、下り側は「MILK SHOP LUCK 酪」という店名で営業している。どちらの店も、利用客が絶え間なく牛乳などを注文している。



ちょっと違うよ

「パンと牛乳の店 ミルクスタンド」は、びん牛乳が主力商品で、通勤・通学途中のリピーターが日常的に立ち寄り、いつもの牛乳をさっと飲んでいくスタイルが中心となっている。一方、「MILK SHOP LUCK 酪」では、びん牛乳に加えてヨーグルト飲料やフルーツ牛乳、コーヒー牛乳など多様なフレーバー商品が揃い、パンの種類も豊富である。観光客や学生の利用が目立ち、さらに公式 SNS による商品紹介も集客に貢献している。



▲上りホームの「パンと牛乳の店 ミルクスタンド」(左)と下りホームの「MILK SHOP LUCK 酪」(右)。常に利用客が立ち寄り賑わうミルクスタンド

しばらく観察していると、ひっきりなしに利用客が立ち寄る。短い乗り換え時間を活用するため、利用客も店員も動きに無駄がない。商品を取り出し、会計し、キャップを外して手渡す。利用客は一気に飲み干し、空いたびんをカウンターに返却して足早に去っていく。



社長のこだわり

かつてミルクスタンドは主要駅や繁華街のあちこちにあり、どこも賑わっていたという。しかし、自動販売機やコンビニの普及により、その姿は次第に減っていったと言われている。

そのような中で、JR秋葉原駅構内のミルクスタンドを長年経営している大沢牛乳。社長の大沢一彦氏が毎日新聞のインタビューにこたえた記事には、大手メーカーから地方のご当地牛乳への切り替えが生き残りの命運を分けたこと、またびん牛乳への強いこだわりが掲載されていた。

「『びんは重いし、輸送費もかかる。マイナス面ばかり。扱うメーカーが減るのも当然だ』大沢社長はこう言うが、びんにはそれに勝る利点があるという。『びんは牛乳の風味を劣化させない。同じ牛乳でも、びんだと味がまったく違う』とその魅力を強調する。」(出典:「なぜ秋葉原にミルクスタンドは残ったのか」赤間清広(東京経済部)、毎日新聞、2023年4月16日、毎日新聞デジタル、<https://mainichi.jp/articles/20230415/k00/00m/020/081000c>、(参照2026年1月30日))



▲たくさんの種類の牛乳とパンがならぶミルクスタンド



▲無駄のない動きで次々に牛乳を客に提供する



▲寒い日にはホットも嬉しい
▲びんはリユースするので飲み終わったら必ず返却を

戦後、日本の高度成長期を支えてきたのは、朝から夜まで働く“企業戦士”と、日本古来のファーストフードともいえるミルクスタンドではないだろうか。ミルクスタンドは昔から変わらぬびん牛乳を都会の駅のホームで提供し続け、今日もまた、人々を送り出している。



びん詰め商品徹底検証 vol.3 「ジャム」

“ガラスびんは容器である”という原点に立ち返り、あらゆるびん詰め商品を検証・ご紹介するコーナー「びん詰め商品徹底検証」。第3回のテーマはジャム。長期保存が可能なガラスびんの特性を生かして、市販品から家庭での手作り品まで、多くの商品でガラスびんが採用されています。今回はさまざまな「いちごジャム」をそろえ、ガラスびんとこだわりの中身を調査しました。

注：掲載内容は当社独自の調査によるものであり、各商品の公式情報ではありません。ただし「商品のポイント」は各商品から発表されているものを参考に記載しています。

今回のテーマ 「ジャム」

アヲハタ 55 イチゴ濃厚ブレンド アヲハタ株式会社



商品のポイント

低糖度のさわやかさと煮詰めたおいしさ、濃厚ないちごの香りとその余韻を楽しめるジャム。

ガラスびんのポイント

肩部のカット面は、創業地である瀬戸内の、海の水面のきらめきを表現。開栓時のにぎりやすさにも配慮。

食べた感想

香りの強さが際立つ。ほど良い濃厚さとパンにしみ込まない粘度設計で、ジャムそのものを堪能できる。

いちごジャム

加藤産業株式会社



商品のポイント

毎日の習慣として飽きずに食べられる、適度な果実感とすっきりとした甘さのジャム。

ガラスびんのポイント

安定感があり広口で中身が取り出しやすい。クラシカルな趣きのある肩部のカット面がアクセントに。

食べた感想

さらっとした甘みで、口内がべたつかない。いちごのさわやかさ・みずみずしさを感じられる味わい。

マイジャム 果実実感 つぶつぶいちごジャム 株式会社明治屋



商品のポイント

口に入れた瞬間から感じる、いちごの甘酸っぱく濃厚でやさしい甘さと、つぶつぶ感を楽しめるジャム。

ガラスびんのポイント

アーチが連なるレリーフには、100年以上続く歴史と世代を超えて愛される商品への思いが込められている。

食べた感想

濃厚な味わいながら、くどすぎず心地よい甘さが残る。とろりとした食感でつぶつぶが良いアクセント。

ストロベリージャム

株式会社沢屋



商品のポイント

とれたて新鮮な国産いちごと国産砂糖のみを使い、形をそのまま残した製法のジャム。添加物不使用。

ガラスびんのポイント

丸みのある長方形。素材本位の姿勢を表すかのような、無駄をそぎ落とした、シンプルで品のある佇まい。

食べた感想

形を崩さないプレザーブスタイル。つるりとした食感のいちごから、果汁がじゅわっと広がる贅沢体験。