

## 「うすはり」ブランドの松徳硝子とビール研究の権威

### 藤原ヒロユキ氏とが共同開発した究極のビアグラスを発売！

発売元は[株式会社カタログハウス](#)（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：高橋章、）同社が発行する「通販生活 2007 秋冬号」誌上において、「うすはり」ブランドを展開する老舗ガラスメーカー：松徳硝子株式会社とビール研究家の藤原ヒロユキ氏とが共同開発したビアグラス「ザ・プレミアム・ビアグラス」を販売しました。

価格は2個セットで4,725円（税込）。

誌面では国内大手ビール会社3社の有識者に、自社ビールを試飲いただいた際の評価取材コメントを掲載しています。

「通販生活」は発行部数約140万部の通販カタログ。誌代を支払って申し込んだ読者に発送する業界唯一の有料通販カタログ。2007 秋冬号は、定期購読者に10月中旬より発送。書店での発売は、11月15日からの予定。

#### <商品概要>

～ビール研究の権威が辿りついた  
「ビールの旨さ」をフルに引き出せるグラス～

ビールらしいビール いわゆるプレミアムビール用に開発されたビール用グラス。

純白で豊かな泡、ホップの芳醇な香りと苦み、モルト（麦芽）の味わい…そんなビール特有の旨さを見事に引き出せるグラス。

開発したのは藤原ヒロユキ氏。ビール鑑定家の資格（ビアテイスターの最高位であるマスター・イバリユエイター、ビアクオリティ検定士、シニアビアジャッジ）を片っ端から取得してしまった、飲む側のプロ。

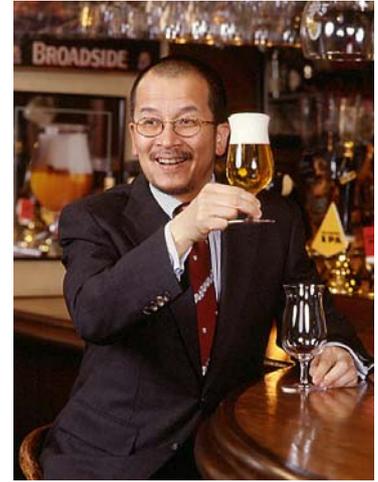
ビールをより一層旨く飲めるかたちとはどういうかたちか。さまざまなグラスで試飲を続けた藤原氏の鼻と舌が辿りついた結論。



(写真)

開発者のビール研究家：藤原ヒロユキ氏。

『知識ゼロからのビール入門』(幻冬舎) など、  
ビールに関する著作多数。ビール専門誌『The Beer&Pub』  
の編集長も務める。



**【特長】 ビールの特長をひきだすために考え抜かれたグラス形状。**

- (1) 香り。ビールには「口は広く開放されたかたち」のほうが、上品なホップのフレーバー（鼻に抜ける香り）が味わえる。
- (2) 泡。ビールには「チューリップ型」が最適だというのが藤原氏の結論。丸い底部でつくられたキメ細かい泡がすぼまった部分で締められるから、抜群の泡もちのよさ。
- (3) 味。「チューリップ型」ならグラスに流れ込んだ液体が勢いよく対流することで過剰な炭酸ガスがほどよく抜けて、ビール本来のモルト（麦芽）とホップの風味が味わえる。

- 商品名 「ザ・プレミアム・ビアグラス」
- 発売日 2007年10月15日（通販生活での限定販売）
- 価格 本体価格4,500円（税込価格4,725円）
- セット内容 本体（グラス2個）、「うまいビールの注ぎ方」
- ご注文 (株) カタログハウス  
受注サービスセンター：0120-164-164  
携帯電話、PHSからは：03-5354-3228



(付属品) 「うまいビールの注ぎ方」



詳細は下記へ直接お問合せください。

株式会社カタログハウス  
住所：〒151-0053  
東京都渋谷区代々木2-12-2  
新商品開発部：山川  
電話：03-5365-2255  
FAX：03-5365-2256

E-mail：[yamakawa@cataloghouse.co.jp](mailto:yamakawa@cataloghouse.co.jp)

カタログハウスのウェブサイト：<http://www.cataloghouse.co.jp/>