

キリンビール ブランドを通して社会とつながる

③果実生産農家と「つながる」



キリングループ全体で進めているCSV活動の新たな取り組みとして今年5月に始まった、果実のフードロス削減と生産農家支援につながる「氷結[®] mottainai ainaiproject」シリーズ最終回は、同プロジェクト第2弾として10月22日に発売された「キリン氷結[®] mottainai ぼんかん(期間限定)」。350ml缶・500ml缶に焦点を当て、キリンと果実生産農家、そしてこのプロジェクトに賛同する「氷結[®]ファンとの「つながり」を追う。

「このプロジェクトの構想は、氷結[®]ブランドの新しい取り組みを通して、果実生産農家の皆さまに、何か貢献したい!との強い想いから始まった」と、マ

ケティング部RTDカテゴリー戦略担当の山岡加菜氏(写真)は説明する。「キリン氷結[®]がこれまで活用した果物は約100種類、2001年の初上市以来、発売した商品数は約500を数えるように、氷結[®]は、まさに果実を育てる農家の皆さまに支えられているブランド。だからこそ、その感謝の気持ちを形にしたかった。」



様々な検討を重ねた結果、辿り着いたのが「モツタイナイ果実」の存在だった。「小さな傷や形・大きさの違いなどがあるだけで、おいしいのに規格外として廃棄されてしまう果実を、上手く活用してフードロスの削減と生産農家の支援に結びつけることができな

も、いいね!ニッポンの果実。プロジェクトや復興応援キリン絆プロジェクトなど「氷結[®]」を通じて社会とつながる活動に取り組んできたキリン。果実生産農家とタッグを組むことによる、CSV活動の新たな挑戦が始まった。

「高知県産ぼんかん」のモツタイナイ果実を使用した「氷結[®]」シリーズ初の「ぼんかんフレイバー」。「高知県産ぼんかんの豊かな香りとジュシーな果実感が楽しめる、スッキリみずみずしいおいしさが特長」だ。同新商品は、「高知県産ぼんかん」約20万個分のフードロス削減を目指しての発売だったが、発売初日で販

約3万4000個分のフードロス削減を実現。また、浜なしの持続的発展に向けて売り上げ1本1円、総額約600万円を横浜農業協同組合果樹部へ寄付。これらの取組みが環境省、消費者庁が主催する「食品ロス削減推進表彰」で酒類製造事業者として初の「審査委員長賞」の受賞につながった。

「高知県産ぼんかん」のモツタイナイ果実を使用した「氷結[®]」シリーズ初の「ぼんかんフレイバー」。「高知県産ぼんかんの豊かな香りとジュシーな果実感が楽しめる、スッキリみずみずしいおいしさが特長」だ。同新商品は、「高知県産ぼんかん」約20万個分のフードロス削減を目指しての発売だったが、発売初日で販

1年以降に発売した氷結[®]限定品の中で、発売初週の購入率が最も高く、普段チューハイは買わないが、氷結ぼんかんは気になったから買った、知り合いにすすめられて買ったが、と

から新たな挑戦を続けてきた氷結[®]にとって、またひとつ、ブランドの新たな可能性がみえてきた。今年も氷結[®]ブランドは過去最高売上を更新する見込みだが、この持続する成長の根底にあるのが挑戦だと思ふ。これからも氷結[®]は挑戦し続け、ブランドを通じてお客様や社会を明るく爽快にしていきたい」との意志を示す。2027年までに150トンの果実フードロス削減を目指す同プロジェクト。2年目、3年目の進捗にも注目したい。

でもおいしかった」といった声も届くなど、若いお客様はもちろん、幅広い世代の方々にも受け入れられている」と、山岡氏はほほえむ。果実生産農家とキリンにとどまらず、フードロス削減や環境保護、社会貢献に積極的な層に受け入れられていることへの手応えでもある。

下の根幹を担っている果実生産農家の課題解決につながるが、キリン氷結[®] mottainai シリーズを愛飲者に届ける継続的なプロジェクトの第2弾として10月22日に発売されたのが、「キリン氷結[®] mottainai ぼんかん(期間限定)」だ。

(石母田 健)

