



# ——もっとビールの楽しさを—— ~キリンのクラフトビール提案~③

「ビールのおいしさ再発見」を機軸に加速するキリンのクラフトビール事業。最終回は、ビールとカルチャーの掛け算で多くの楽しさを生み出しているニューヨーク発の「ブルックリン・ブルワリー」ブランドに焦点を当てて。

(石母田 健)

## 文化の融合と「ブルックリン・ブルワリー」

元AP通信の記者で多彩な経験を持つステイブ・ヒンディ氏が1988年、ニューヨークのブルックリン地区に創設した「ブルックリン・ブルワリー」。クラフトビール界のカリスマ醸造家であるギャレット・オリバー氏をはじめ、ミュージシャン、俳優、アスリート、シェフ、科学者などが在籍し、それぞれの才能を活かした個性的なビールを創り出している。

17年3月に、フラッグシップである「ブルックリンラガー」の15L樽と350ml缶の製造を滋賀工場を始め、6月には330mlびんも発売。その後、キリンの「トップ・マルシェ」用の3Lペットボトルを追加し、業務用・家庭用の両面で展開を進めるが、コロナ禍で大きな転機を迎える。

ブルックリン地区に居を構えた背景には、かつては米国最大の生産地の一つと言われるほどビール醸造が盛んだったこの地のビール産業復興と、街の活性化を願う強い思いがあったという。

当初は「大切な接点」とする飲食店での先行を想定していたが、家庭用の拡大でむしろ家庭用に需要が動いた。「ブランドの広がりには缶の定着が不可欠である」と、キリンビールがブルックリン・ブルワリーに資本参加したのは2016年。「クラフトビールをもっと多くの人に楽しんでもらいたい、仲間と一緒に広げていきたい、という両者の熱い願いが一致しての資本業務提携」(金氏)だった。翌

「もちろん単体でもおいしいが、音楽や映画、ライブ、旅行など様々なシーンや、多様な食事とのマッチングで、ビールはもっとおいしくなる。カルチャーとビールの掛け算によるビール飲用体験を大切にしてきたブルックリン・ブルワリーのビールは、そういったクラフトビールの象徴でもある」と、日本で同ブランドを展開するブルックリン・ブルワリー・ジャパン社のアカウントダイレクター・金恵允(キム・ヘユン)氏(写真)は言う。

ある意味嬉しい誤算だった」と金氏。缶の伸長がけん引して今年1〜10月の販売は前年同期の1.5倍と好調だ。

「クラフトビールをもっと多くの人に楽しんでもらいたい、仲間と一緒に広げていきたい、という両者の熱い願いが一致しての資本業務提携」(金氏)だった。翌



「クラフトビールをもっと多くの人に楽しんでもらいたい、仲間と一緒に広げていきたい、という両者の熱い願いが一致しての資本業務提携」(金氏)だった。翌



「クラフトビールをもっと多くの人に楽しんでもらいたい、仲間と一緒に広げていきたい、という両者の熱い願いが一致しての資本業務提携」(金氏)だった。翌

「クラフトビールをもっと多くの人に楽しんでもらいたい、仲間と一緒に広げていきたい、という両者の熱い願いが一致しての資本業務提携」(金氏)だった。翌

「クラフトビールをもっと多くの人に楽しんでもらいたい、仲間と一緒に広げていきたい、という両者の熱い願いが一致しての資本業務提携」(金氏)だった。翌

「クラフトビールをもっと多くの人に楽しんでもらいたい、仲間と一緒に広げていきたい、という両者の熱い願いが一致しての資本業務提携」(金氏)だった。翌

「クラフトビールをもっと多くの人に楽しんでもらいたい、仲間と一緒に広げていきたい、という両者の熱い願いが一致しての資本業務提携」(金氏)だった。翌

「クラフトビールをもっと多くの人に楽しんでもらいたい、仲間と一緒に広げていきたい、という両者の熱い願いが一致しての資本業務提携」(金氏)だった。翌