



# 「キリン 氷結mottainai ふじりんご」

## キリンBVと食べチョクとの協業プロジェクト

キリンビールは18日から、「キリン氷結m o t t a i n a i ふじりんご」を全国発売する（写真左上）。また、キリンビバレッジ（キリンBV）の紅茶飲料「キリン 午後の紅茶」が「モッタイナイ！」を、おいしい！に。」に初参画する（関連別掲）。4月から開始した本プロジェクトに参画しているビビッドガーデンが運営する産直通販廿九協業で、長野県・青森県産ふじりんごの規格外果実「モッタイナイ果実」を使用。シャキッとしたジューシーで甘みと酸味のバランスが良い味わいと軽やかな炭酸感、スッキリとした後味が楽しめる。

先立ち、同社は4日にスパイラルホール（東京・港区）でメディア発表会を実施。席上、今村恵三執行役員マーケティング本部マーケティング部長（同）は、「本プロジェクトが始まって1年半の



A display of Fuji apples at a competition. The apples are arranged on a white tablecloth. In the foreground, there are two whole Fuji apples on small wooden stands, and two apple rings (slices) in small wooden bowls. In the background, there are several whole Fuji apples on wooden blocks, and two small containers of apple juice with spoons. Small white cards with Japanese text are placed next to the apples. A sign on the left reads '規格外ふじりんご' (Fuji apples not up to standard size) and '正規品ふじりんご' (Standard Fuji apples). A wooden frame on the left contains a stamp that reads '食文化' (Food Culture). A green cloth and a white cloth are draped over the background.

戦略担当主査（同右から2人目）は、「氷結motainai」は、20～30代の若年層がターゲット。通常比よりも高い若年構成比で商品に対する好感が高いい。今回の食べチョクコラボで、「複数産地の農家と協働」「農家支援強化」「料理イベントなどで規格外果実の価値化」が新たに実現可能だ。本商品のフードロス削減量は約9・6トン、販売数量は約21万箱、寄付金額は約480万円に設定する。3社の協働によって、「フードロス削減とブランド価値創造を目指す」と述べた。

トーケンセッションでは、クリンビールマークティング部氷結ブランド担当の當

水結ブランド担当の當  
麻汐音氏（同右から  
1人目）とキリンビ  
バレッジマーケティ  
ング部午後の紅茶ブ  
ランド担当加藤華  
氏（同左から1人  
目）、ビビッドガ  
デンの松浦悠介執行  
役員新規事業開発責  
任者（同右から3人  
目）と生産者2人が  
登壇。本商品の発売  
経緯や使用したふじ

会場で登壇した生産者の果樹園では、年間20トン（6万個）が廃棄される。

ヒー農園の収入向上による持続性や、廃棄物削減による環境負荷の軽減に寄与する商品（関連別紙）。キリンググループのCSV経営の4つパーカス「健康」「コミュニケーション」「環境」「酒類事業を営む同グループとしての責任」にマッチした商品が続々と展開している。

若年層への訴求も不可欠だろう。最近、町中を歩いていると20代とみられる若者が「氷結m o t t a i n a i」ブランドを手に取り、談笑しているシーンをよく見る。とあるグループに話を聞くと、「第1弾『浜なし』」の再販があつた8月に購入して以来、継続的に飲用している。無糖やジンソーダも飲んでいるが、甘味が欲しくて自然な味わいが欲しい時に買っている。パッケージも可愛いデザインのものが多く、手に取りやすい」と教えてくれた。ほかにもスーパーの酒類コーナーを覗くと、同ブランドをかごに入れている若いユーザーも目立つ。

着実にファンが増えてい る状況だからこそ、今後の動きに注視したい。

(島崎毅史)

キリンBV 3社協業「午後の紅茶mottainai ふじりんごティー」



月2日から全国で数量限定発売する。販売は来年2月頃までを予定。400ml PET、税別希望小売価格210円。産直サイズト「食べチョク」

キリンビールが推進する「モッタイナイ！」をおいしい！に。プロジェクト」に参画し、キリングループ横断のCSV活動として進化させ、さらなるフレドロス削減・農家支援の実現を目指す。

紅茶低閥と層に向けたアプローチとして紅茶の多样性を生かした新提案を9月から本格展開していく。社会貢献活動は2013年からスリランカ紅茶農園の支援などを展開。12月からモッタイナ

キリンビバレッジは4日、キリンビールと「キリン氷結m o t t a i n a i ふじりんご」&「キリン 午後の紅茶m o t t a i n a i ふじりんごティー」発表会を都内で開催した。

「午後の紅茶」ブランドでの取り組みと新商品について要旨次の通り説明した。「午後の紅茶」は発売から40年近く経ち、清涼飲料内の紅茶カcateゴリード。主力商品の育成と、



米以外の原料も使う、  
“その他の醸造酒”規格  
のSAKE第5弾となる。  
神戸ワインの事業継承  
後初収穫となる秋に収穫  
した、赤ワイン用ぶどう  
品種カベルネ・ソーヴィ  
ニヨンを使用した。使用  
アル分12%、720ml

白鶴、サケクラフトで神戸ワインコラボ  
【大阪】白鶴酒造は、マイクロブルワリーと神戸ワインをコラボ。「HAKUTSURUSA KECRAFT No.13」を8日に発売した。  
レンゲ蜜のような甘ささせた。

米は白鶴錦100%。米麹を低温発酵させて造った純米大吟醸のもろみにぶどうを加えて発酵させた。

白鶴、サケクラフトで神戸ワインコラボ

を運営するビビッドガーデンと協働し、おいしいのに訳あって廃棄されるのふじりんごを使用。商品の売り上げ1本につき1円を、日本の農家支援のために活用する。

3・9トン、販売数量  
20万ケース（400ml  
24本換算）、販売によ  
農家への寄付金額約4  
0万円を目指す。また  
モツタインナイ果实に對  
する興味を高める生産者  
子ども達をつなぐイベ  
トを開催予定。



世界販売数量No.1\*  
フランスワインブランド



## ROCHE MAZET

環境と調和した  
ナブルな南アフリカワイン



・ペインを代表する  
・ナブル・ワイナリー



森の健全化活動に  
取り組む実缶 植物性たん白で作った  
コンビーフスタイルミート



## ランダ発の エアトレード



## 国分グループの サステナブル商品

\* IWSR 飲料市場分析2023 (IWSR drinks market analysis)より

飲酒は20歳になってから。飲酒運転は法律で禁じられています。妊娠中や授乳期の飲酒は、胎児・乳児の発育に悪影響を与えるおそれがあります。お酒は適量を。



KOKUBU

国分グループ本社株式会社