



復興応援 麒麟絆プロジェクト

2011 - 2021

東北とともに

歩んだ10年間



Story Book



10年の「絆」を振り返り、 未来へつなぐ

2011年3月11日、東日本大震災発生。

私たちは、甚大な被害を受けた

仙台自社工場の復旧を進めるなかで、考えました。

「私たちだからできる、私たちにしかできない

復興応援とは何だろう」

なにか正解かはわかりませんでした。

ただ、1人では難しいこともみんなで協力し合えばできる。

子どもたちが笑顔になると、

周囲の大人たちからも笑顔がこぼれる。

先が見えない日々のなかで、たしかかな希望を見出せたのは、

そんな人と人をつなぐ「絆」の力があつたからでした。

“絆が復興の原動力になる”

私たちはそう実感し、動き始めました。

震災から3ヶ月後、“絆を育む”をテーマに据え

「復興応援 キリン絆プロジェクト」を発足。

被災地で暮らす人、働く人をはじめ、東北の地に関わりを持つ、

多くの方々とともに、さまざまな活動に取り組んできました。

あれから10年。

手探りの状態からスタートした

「復興応援 キリン絆プロジェクト」は

キリングループ全体に及ぶ大きな動きへと広がり続けています。

今、ここに「復興応援 キリン絆プロジェクト」の軌跡を記すこと。

それは、ただ過去を振り返るためではありません。

東北で起こったこと、人々の想いや体験を次世代へと伝え、

未来を照らす灯台のように、

これからの時代の道しるべになればたら。

そんな、過去と未来をつなぐ新たな絆を紡ぎだします。

2021

「小岩井 純水東北ミックス」発売

2021年3月、全国にて「小岩井 純水東北ミックス」を数量限定で発売。売上の一部を東北の子どもたちの教育支援・地域活性化のためにご活用いただきます。



「キリン 一番搾り」東北に感謝 デザイン缶

東北への感謝と"これからも東北においておいしいビールを届けたい"という想いを込めた「キリン 一番搾り」の限定デザイン缶を東北6県にて発売。この商品の1本につき1円が、東北の地域の活性化のために活用されます。



ホップ生産地だからこそできる まちづくりビールの里・遠野

日本産ホップの一大産地である岩手県遠野市とは、「東北復興・農業トレーニングセンタープロジェクト」から生まれた「遠野パドロンプロジェクト」を機に、2015年からホップ栽培を軸にホップやビールを通じたまちづくりを官民連携で開始しています。



東北復興・農業トレーニングセンタープロジェクト支援

将来にわたる担い手・リーダー育成の一環として、岩手県・宮城県・福島県で新しい農業ビジネスを生み出すプロジェクトを支援しました。

2015

地域創生プロジェクトの全国展開

熊本復興支援を開始

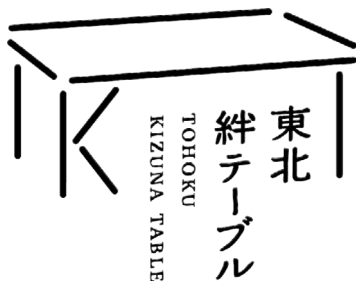
第2ステージ | 地域ブランド再生・育成、6次産業化支援をスタート

地域活性への取り組み

2019

「東北絆テーブル」始動

「キリン絆プロジェクト」始動から8年。東北のさまざまな課題を地域や業種、業界を超えて分かち合い、連携することとともに解決を図る場として「東北絆テーブル」が新たに誕生。



2016



地域創生トレーニングセンタープロジェクト

2016年からは、東北での活動を継続しながらもこれまでの経験をより広く活かすべく、全国規模で地域の食と人をつなぐ「地域創生トレーニングセンタープロジェクト」を展開。



「キリン 氷結® 福島産桃」発売

2015年3月、福島産の桃でつくった「キリン 氷結® 福島産桃」を限定出荷。2016年からは通年商品に。



「キリン 氷結® 和梨」発売

2013年11月、福島産の梨を使用した「キリン 氷結® 和梨<期間限定>」を発売。

ブドウ農家の支援

メルシャンでは、シャトー・メルシャンシリーズ等の東北の原料ブドウ産地の支援を2011年から2013年の3年間行いました。

2013

第1ステージ | 生産機械、設備の復旧復興支援

2012



音楽を通じた子どもたちの笑顔づくり支援

世界で活躍する指揮者の小林研一郎（通称：コバケン）による、「コバケンとその仲間たちオーケストラ」を2011年11月から応援しました。

これまでの歩み

「復興応援 キリン絆プロジェクト」がスタートしてからの10年間。これまでの活動変遷をプロジェクトの一部とともにご紹介します。



キリン絆ボランティア

キリングループ全体から従業員を募り、被災地でのボランティア活動を開始。漁業支援を中心に地域のニーズに合わせた活動を継続してきました。



JFA・キリンスマイルフィールド

2011年9月、岩手県・宮城県・福島県の小学校を対象に、巡回によるサッカー教室「JFA・キリンスマイルフィールド」が始動。

2011

2011年7月
キリン絆プロジェクト始動



農水産業の復興・再生支援

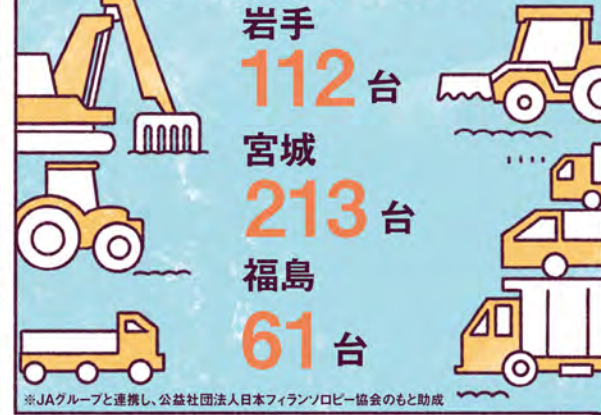
2011年から復興支援第1ステージとして、営農再開に必要な農業機会の購入支援や、養殖再開に向けた養殖設備の復旧支援を行いました。

数字で振り返る

「復興応援 キリン絆プロジェクト」



農家に対する農業支援
(中古農業機械のリユースなど)



広がる農水産業プロジェクト

このプロジェクトを通じて、各地域の農業・水産業の復興を目指した取り組みが行われました。その活動は現在、地域活性や6次産業化などさまざまな広がりを見せています。

岩手

株式会社長根商店・農事組合法人久慈山葡萄生産組合・三浦青果・特定非営利活動法人イーハトーブとりもと・出崎地区産地直売施設組合・花巻農業協同組合・大船渡市農業協同組合(菌床しいたけ)・大船渡市農業協同組合(たかたのゆめ)・大船渡市農業協同組合(気仙小枝柿)・農事組合法人陸前高田ふれあい市・きのこの SATO 株式会社

北三陸 世界ブランドプロジェクト実行委員会・のた印の水産物ブランディングプロジェクトチーム・田老町漁業協同組合 14

宮古 チーム漁火 / チーム海の開拓社「岩手の海の恵み、感謝の心」プロジェクト / 八艘の会・重茂漁業協同組合・三陸山田シーマンズ / 協同組合山田広域ペイサイドプラン 山田マリプロジェクト・ど真ん中・おおつち協同組合・釜石六次化研究会・地域資源活用推進協議会・協同組合三陸パートナーズ・大船渡6次連携ブランド開発グループ・広田湾遊漁船組合

福島

がんばっぺ!! あんぼ柿協議会
・そうま農業協同組合園芸部会新地支部
・ふくしま未来農業協同組合そうま地区本部天のつぶブランド協議会・ふくしま未来農業協同組合そうま地区本部トルコギキョウ生産部会・北置浜機械利用組合・南相馬農業復興協議会・ふくしま土壤ネットワーク・麗山高原豚生産振興協議会・郡山地域果実醸造研究会・郡山ブランド野菜協議会・福島魁・プロジェクト・一般社団法人 Cool Agri・富岡町アグリ環境協議会 他
・大野農園株式会社・いわき市農業協同組合ねぎ部会・一般社団法人 いわき6次化協議会
・いわきおてんとSUN企業組合・緑の風ネットワーク実行委員会
・いわき市水産物地域ブランド化推進委員会・郡山市 /

県南鯉養殖漁業協同組合・相馬双葉漁業協同組合6次化推進協議会
・いわき水産商品開発協議会・いわきサンマリーナ研究所・いわき社中グループ・いわき市水産物6次化推進協議会・いわき市水産物地域ブランド化推進委員会・郡山市 / 県南鯉養殖漁業協同組合

宮城

リアス唐桑 食と地域の絆づくり協議会・南三陸農業協同組合 階上生産組合・南三陸農業協同組合 園芸部会(春告げやさい)・南三陸農業協同組合 園芸部会(アンジェレ)・株式会社稚彩社・いしのまき農業協同組合・石巻稲作研究会・有限会社マルセンファーム・伸朋ふゆみずたんぼ生産組合・仙台農業協同組合

農事組合法人 Champs du Mûrier・有限会社六郷アズーリファーム・名取岩沼農業協同組合
・岩沼園芸研究会・みやぎ亘理農業協同組合
・株式会社マイファーム宮城亘理農場・気仙沼鹿折加工協同組合・気仙沼・本吉地区水産物普及協議会・気仙沼水産食品事業協同組合
・みらい食の研究所・からくわ一本釣り活イカ組合
・気仙沼メカジキブランド化推進委員会・南三陸ブランド戦略事務局 戸倉漁師の会 / 南三陸おふくろの味研究会 歌津うんめえもの研究会
・株式会社セツネハーバースクエア・女川町(復興まちづくり)女川合同会社)・石巻うまいもの発信協議会・一般社団法人フィッシャーマンジャパン・宮城県漁業協同組合



東北との絆、私たちの想い

活動の原動力となったのは、同じ志を持つ企業・団体、そして東北に暮らす人々との間に生まれたつながりでした。
スポーツ、飲料、地域活性などさまざまな支援活動を通じて生まれた絆の物語。



いのあるキリンさんと手を携え、岩手・宮城・福島の小中学校でサッカー教室を開催しました。サッカー元日本代表選手をコーチとして招き、2017年3月末までに693校、約10万人の子どもたちが参加してくれました。

矢野 この活動を始めるにあたって大切にしたのは、寄り添う姿勢です。支援の押し付けにならないよう、被災地の皆さんの声に耳を傾けること。サッカー教室という形を取ったのも、被災地から聞こえてきた「子どもたちが満足に身体を動かせる環境がない」という声があったからです。

池田 その寄り添う姿勢は、今も受け継がれていますよね。運営スタッフだけでなく、プロジェクトに協力くださる元日本代表のコーチの方々。

矢野 本当にそうですね。皆さんともフラットに子どもたちと接し

パスのようにつなぐように、笑顔の連鎖

「JFA キリンスマイルフィールド」は、2017年4月に「JFA・キリンビッグスマイルフィールド」にリニューアルしました。その理由とは？

矢野 震災から丸6年、新たなフェーズに入りつつあるのを感じていました。小学校単位に限らず、子どもも大人も、地域のみならず、顔にしたいという想いから、さらなる広がりを目指し名称に「ビッグ」をつけてリニューアルに踏み切りました。

池田 小学校でサッカー教室を開催していたころは、子どもたちを笑顔にすることに重きを置いていま

てくれて。「参加する全員で、この場を楽しむ！」という良き先生のよう存在。このプロジェクトに必要不可欠な一員です。

池田 そこにいる全員が純粋にサッカーを楽しんでいるから、子どもたちも自然と肩の力が抜けて、のびのびとプレーできるんですよ。

矢野 何より印象的だったのが、子どもを見守る大人の笑顔です。プロジェクト立ち上げ当時の担当者に話を聞くと、小学校の先生や保護者の方も、口をそろえて「こんなにも元気に笑っている子どもたちの姿は久しぶりに見た」とおっしゃっていたそうです。子どもたちの笑顔は、大人をも笑顔にする。これは大きな気づきでした。



した。でも、サッカーをする子どもたちの笑顔があれば、大人も自然と笑顔になれることを、私たちはそれまでの取り組みを通して実感しました。保護者の方だけでなく、地域に住む人たちがみんなを巻き込めば、もっと大きな笑顔が生まれるのではないかと。そんな想いがあったんです。

矢野 リニューアル以降はサッカー教室だけでなく、大人も小学生以下の子どもも楽しめるようなアクティビティを用意しました。それに加え、地域の皆さんにも積極的に参加いただけるよう、地元の特産品を味わえる「マルシェ」と称した屋台も開催したんです。

池田 マルシェの開催は大成功でしたよね。おいしさの力を実感しました。地元ではおなじみの特産品であっても、改めて青空の下で味わうと、皆さん、そのおいしさを噛みしめていて。「私たちの地元には、こんなにおいしいものがあったのね！」って、わあっと笑顔が弾けるんです。

サッカーの力を信じて。

「JFA・キリンビッグスマイルフィールド」がつないできた笑顔のパス

サッカーの力で東北を応援する「JFA・キリンビッグスマイルフィールド」。プロジェクトの開始から10年、運営に携わる2人がこれまでの活動の軌跡を振り返ります。

Profile



公益財団法人日本サッカー協会(JFA) マーケティング部
池田 千佳子さん

2017年より「JFA・キリンビッグスマイルフィールド」を担当。同部パートナーシップ第1グループで、SAMURAI BLUE(サッカー日本代表)やなでしこジャパン(サッカー日本女子代表)をはじめとする各日本代表の協賛企業に関わる施策の企画・運営に従事。



キリンホールディングス株式会社 ブランド戦略部
矢野 真梨

2015年より「JFA・キリンスマイルフィールド」に携わる。「JFA・キリンビッグスマイルフィールド」にリニューアル以降も担当を続けるほか、サッカー日本代表に関わる活動の企画・運営にも従事。

耳を傾け、寄り添い被災地の人を笑顔にしたい

JFAとキリングループによる復興支援「JFA・キリンビッグスマイルフィールド」。その始まりは、東日本大震災の発生から約半年後にまでさかのぼります。

矢野 「JFA・キリンスマイルフィールド」は2011年9月から始まり、今年でスタートから10年を迎えます。私たちキリングループは1978年から長らく日本サッカーを応援してきました。サッカーの持つ力を知っています。この力によって、被災した子どもたちを笑顔にしたい。プロジェクトの根底にあるのは、その一心でした。

池田 現地の子どもたちに元気になってもらうために、JFAがすべきことは、サッカーができる環境を提供すること。そこで長年お付き合い

矢野 この笑顔の連鎖って、まるでサッカーのパスみたいなんです。子どもたちがボールを蹴り合うことで笑顔が生まれ、それを見守る大人たちも笑顔になれる。マルシェも同様に、地元のグルメをおいしそうに頼める人たちを見ている生産者の方、調理くださった飲食店の方にも誇らしい笑顔が生まれ、さらに笑顔のパスがつながっていきました。

寄り添い続けた先に、ふと思い出される存在に

2021年3月には東日本大震災から10年を迎えます。この10年間で「JFA・キリンビッグスマイルフィールド」が築いてきたものは？

矢野 活動を通して見ることで、きた、参加者の皆さんの笑顔。この



池田 皆さんの笑顔によって、私たちスタッフまで笑顔になりました。そもそも、このプロジェクトに多くの方が参加くださったのも、皆さんが「次もまた来るよ」「今度は友だちも誘うね」と、笑顔のパスをつないでくださったから。

矢野 キリングループは「よろこびがたなぐ世界へ」というコーポレートスローガンを掲げています。が、よろこびをつなげるためには、常に寄り添う姿勢が欠かせません。サッカーにしても、飲料にしても、気づけばそこにある。そういう存在であるために、今後も変わらず寄り添い続けることが、大切だと思っています。

池田 「友だちと一生懸命、ボールを蹴り合ったなあ」とか、「元日本代表のコーチが、こんなことを言ってくれたな」とか、ふとした瞬間に思い出す光景が人の背中を押してくれる。そして、きっとあると思うんです。参加してくれた皆さんが、日常のちよとした瞬間に私たちの取り組みを思い出していただけなら、これほど嬉しいことはありません。

生産者と企業をつなぎ、そして全国の消費者へ

飲料から 広がる絆

『小岩井純水東北ミックス』への想い

東日本大震災から10年の節目に発売される『小岩井純水東北ミックス』。原料の一部に使用している福島県の桃農家のおふたりと、商品の開発を務めたキリンビバレッジの社員が、この10年に築いてきた絆への想いについて語り合います。



ポーズではない 支援は、被災地に 一生残り続ける

東日本大震災の発生以降、キリングループではさまざまな支援活動を行い、キリンビバレッジも例外ではありません。

山岡 キリンビバレッジが本格的な支援活動を始めたのは、震災発生から半年後。弊社の主力である『午後の紅茶』を軸に、被災地の子どもたちをお招きした「紅茶で笑顔を。(ティーパーティー)」というイベント皮切りに、被災地の皆さんと手を携え、協働するような活動も行ってきました。2015年に発売した『小岩井東北のおいしい果実 Sparkling』も、その一例。東北6県の果物を使用し、売上の一部を復興支援金として寄付するという取り組みです。

高橋 私たちがキリングループさんの支援に出合ったのも、2015年のことでした。震災以降、原発事故の風評被害で、消費者が離れてしまった。そうした状況を打破しようとしていたのが「ふくしま土壤ネットワーク」です。「果物王国・福島」のブランドを復興させるべく、必死に活動を続けていきましたが、その取り組みが本場に全国に届けられているのか、不安があったことも事実です。そうしたタイミングに出合ったのが、キリンさんの支援活動でした。

橋内 キリンさんは私たちが取り組む「桃の力」プロジェクト―福島には本当のおいしさがある―

に対し、たくさんの支援をくださった。ただ、金銭的な支援以上にありがたかったのが、まさに協働の部分です。復興の兆しを感じつつも、そこから何を軸に進むべきか、確固たる答えを出せずにいた私たちに、キリンさんは親身に耳を傾け、「今後引き続き、桃を柱に活動を続けていきましょう」と背中を押してくれました。単なるポーズではない、ひざを突き合わせるような支援は、福島県の果樹農家に一生残り続けます。

Profile



キリンビバレッジ株式会社
マーケティング部
ブランド担当

山岡 加菜

2015年入社。2019年より本社マーケティング部に従事し、主に小岩井ブランドを担当、開発にも従事。『小岩井純水東北ミックス』では、企画から開発まで統括的に携わる。



たかはし果樹園 代表
ふくしま土壤ネットワーク
代表

高橋 賢一さん

「たかはし果樹園」を営み、福島市観光農園協会会長も務める。「ふくしま土壤ネットワーク」にて「桃の力」プロジェクト―福島には本当のおいしさがある―を立ち上げる。



果樹園きつない 代表
ふくしま土壤ネットワーク
副代表

橋内 義知さん

2010年「果樹園きつない」を先代より受け継ぐ。高橋氏らとともに「ふくしま土壤ネットワーク」を立ち上げ、風評被害の払拭や福島産果物のPRに従事。

ホットしました。『小岩井純水東北ミックス』を通じて、小岩井ブランドの価値はもちろん、おいしい食材の宝庫である東北の魅力が改めて伝えることができれば、開発者として、これ以上の喜びはありません。

生産者も消費者も 企業もつなぐ、 絆という輪

東日本大震災から10年。これはあくまでも節目であり、日々はこれからも続いていきます。

橋内 そうですね。今回の取り組みは震災から今までを振り返る、いい機会になりました。高橋や私だけでなく、福島県の果樹農家全体が活気づき、日々の栽培に力が入るはず。高橋 飲料開発に協力できたことで、私たちの活動が認められた想いです。

山岡 襟を正されたのは、むしろ私たちのほうです。『小岩井純水東北ミックス』は東北の果物があってこそ、東北の皆さんと弊社の絆が深まることはもちろん、この商品によって、全国のお客様が東北に想いを馳せてくださるものと信じています。生産者の皆さんにも、消費者の方々にも、そして弊社にも価値をもたらす飲料をつくるのが、我々が目指すCSV活動のひとつだと、改めて再確認させていただきました。

みも行います。桃の調達には高橋さん、橋内さんにもご協力をいただきました。消費者の皆さんに向け、改めて東北の想いを馳せるきっかけをつくられたら。そうした気持ちを含め、私が企画した商品です。

高橋 東日本大震災、そして原発事故から10年。再びお声掛けいただいたことに感激しました。私たちはキリンさんの支援を一生忘れませんが、キリンさんも私たちを忘れてはいなかった。感謝の想いと同時に、奮起させられもしました。これからも変わらず、おいしい果物を作り続けねばいけない。

山岡 今回、桃の味わいをベースにした理由も、福島との絆にあります。私は以前、営業を担当していましたが、当時は目の前のお客様との絆を築くことに精一杯。自社が行うCSV活動に関しても、私たちの取り組みが社会的な価値をもたらすなんて、どこか絵空事のように感じていました。そうした疑心暗鬼を払

拭してくれたのが、支援先の皆さんがくださったキリングループへの感謝の言葉。今回、この商品を通じてかつての私のような営業担当者も、支援活動の意味やCSVの実現を自分ごととして捉えてほしい。実はこうした想いも込めています。

橋内 山岡さんの想いの詰まった『小岩井純水東北ミックス』、おいしかったです。すっきりした味わいなのに、大人しくない。ゴクゴクと飲めて、なおかつ東北6県、それぞれの果物の味をしっかりと感じられます。

高橋 特に桃に関しては、すっきりとした飲料に仕上げるのが難しい果物。それがしつかり桃の風味がしつとも飲みやすく、6種類の果物が、きちんとひとつの味わいになっていますね。それに東北地方の地図が描かれた、パッケージも素敵です。被災地の人間だけでなく、東北のみんが喜びますよ。

山岡 「おいしい」の言葉を聞けて、



「小岩井 純水東北ミックス」
2021年3月2日(火)より数量限定発売
果汁10%未満



ワクワクするビールの未来を。

東北のブルワリーと創る これからの ビアカルチャー

ビールの原材料であるホップの一大産地として知られる岩手県。この産地を支えてきたキリンビールと、東北クラフトビール界を牽引する「いわて蔵ビール」。2社の出会いは、東日本大震災をきっかけに結成された「東北魂ビールプロジェクト」へ、2017年にSPRING VALLEY BREWERY (以下SVB) が参画したことがきっかけです。クラフトビール文化を発展させるための協働体制について、そして、それぞれの想いを語ります。



お互いライバルのはずなのに、原料や製法について情報を惜しげなく公開しているんですから。同業他社とは競うものという業界の常識が、私の中で完全に崩れました…。

佐藤 はい(笑)。そういえば、勉強会の時もおっしゃってましたね。

古川 参加する前は、「自分が何にどう貢献できるんだろうか」という不安はあったんです。クラフトビール業界に貢献するという大きなお題の答えがすぐに出たわけではないのですが、東北のクラフトブルワリーの皆さんと一緒に勉強するなかで、何か新しいことが始まりそうな予感がしました。

佐藤 古川さんをはじめ、SVBやキリンビールの皆さんは、ビールをずっと研究されている知識の深さで、僕たちの偏った考え方をほぐしてくれました。それに、SVBは醸造規模が僕たちと同じくらいなので、共通の課題も多く、相談しやすいんです。

古川 皆さんが私たちを温かく迎え入れてくれたこと、本当にありがたかったです。東北はキリンビールとは縁深い土地なので、これからも協力し合ってお互いに切磋琢磨し、いけたら嬉しいですね。



古川 お、そうですね。それまで各ブルワリーは独自にビールづくりのノウハウを蓄積していましたが、感覚や経験に重きをおいていて体系的ではなかったんです。そこへキリンビールの皆さんが僕らのビールを分析・数値化してくれたことで、さらなる技術向上が可能になった。おかげで年々クオリティが上がってきています。

古川 そう言ってもらえるとありがたいですね。「東北魂ビールプロジェクト」に参加しているブルワリーさんは多様で、私たちも気づかされるのが非常に多いです。それに、私も皆さんのビールづくりに対する想いや責任感に刺激を受けています。

クラフトビールは1社1社が独立した個性で勝負するイメージがありますが、こうして手を組むことで、情報発信力が増して、東北という地域の存在感もさらに出てくる。情報交換も意義ですし、今後の展開にますます可能性を感じます。

新しいビール文化の創出と、東北復興へ向けて

クラフトビール文化と東北のさらなる発展へ向けて。おふたりの想いを聞きました。

古川 2018年に「東北魂的IPA」、2019年に「春霞IPA」、2020年に「SMASH Pale Ale」、これまで世に出してきた「東北魂ビールプロジェクト」発のビールは、売り上げの一部を宮城県石巻市のホップ生産団体に寄付をして、震災復興支援の一環として活用いただいています。

ただ、それは「支援するために買ってもらおう」のではなく、あくまでおいしくビールを飲んでもらうというので、その先に応援があるというのが理想です。支援のためという理由だけでは、一時的に買ってくれたとしてもずっとは続きません。ビール本来のおいしさを価値として買ってもらうことに本質的な意味があるし、それが結果的に東北への恩返しになると思っています。

佐藤 そうですね。私たちはやはり「おいしいビール」で恩返しをしていきたい。そして、東北はビールがおいしい地域だと思ってもらえるようにしたいですね。

古川 東北のクラフトビールのおいしさを伝えていくことは、我々にとってもミッションだと私は思っています。そこからさらに、ビールの楽しさが広がって、新たなビール文化につながっていったらと。これからもクラフトビールカルチャーを一緒に盛り上げていきましょう。

Profile



SPRING VALLEY BREWERY
ヘッドブリューワー
古川 淳一
キリンビール株式会社 技術開発部 醸造研究所に入社。その後、SPRING VALLEY BREWERY の開発プロジェクトに最年少の醸造担当として参画し、コアシリーズの「JAZZBERRY」を開発。2017年10月よりヘッドブリューワーとして、年間数十種類もの独創的なクラフトビール開発に取り組む。



世傳の一酒造 3代目
いわて蔵ビール代表
佐藤 航さん
日本大学農獣医学部・応用生物科学課卒業後、経営コンサルティング会社に勤めた後、2002年「世傳の一酒造株式会社」に入社し、ビール事業に携わる。茨城県の木内酒造で学びながらクラフトビールの品質向上を目指し、2012年同社の代表取締役社長に就任。

SVBと「東北魂 ビールプロジェクト」 との出会い

東日本大震災後、いわて蔵ビールが中心となり立ち上がった「東北魂ビールプロジェクト」。2017年にSVBが加わり、現在8社のブルワリーが同プロジェクトに参加しています。

佐藤 「東北魂ビールプロジェクト」の立ち上げは、2011年の東日本大震災がきっかけでした。震災後、私たち東北のブルワリーはさまざまな私たちの被害を被っていましたが、全国の皆さんに助けられたり、なんとか経営を維持できたんです。「東北魂ビールプロジェクト」ははじめ3社で始めたんですが、秋田あくらビールさんは気仙沼の実家が津波で流され、福島路ビールさんは放射能の風評被害、私たちは地震の被害で工場が動かせなかった。三者三様で大変だったんですが、「応援の恩返しをしたい」と、同じ気持ちを持っていました。何が一番お返しになるだろうと考えた結論が、「おいしいビールを提供すること」だったんです。ビールの品質向上を目指して、まずは各ブルワリーがお互いのノウハウを持ち寄り、勉強会をスタートしました。

古川 「東北魂ビールプロジェクト」との出会いには2017年秋、SVBのマスターブリューワーである田山とキリンビール仙台工場の工場長が、いわて蔵ビールさんを訪ねたことがきっかけでしたね。



佐藤 はい、「私たちがクラフトビール業界にできることはありますか？」と声をかけてくださって。ただ、正直に言うと、1人か2人でやっている僕らからするとキリンビールさんは規模が大きすぎて、最初はピンとこなかったんです。よね。そこでもまずは「東北魂ビールプロジェクト」のメンバー全員で、仙台工場の見学をさせていただきました。その後も、私たちが定期的に行っている勉強会に参加してもらったり、逆に勉強会を開いてもらったり。

古川 私が初めて皆さんとお会いしたのは、SVBが佐藤さんにアプローチした直後の勉強会でしたね。その時に初めて参加させていただいて、かなり衝撃を受けました。



復興からその先へ 「農業トレセン」が築き、 「東北絆テーブル」が 照らす未来

東日本大震災の復興支援活動としてスタートした「東北復興・農業トレーニングセンタープロジェクト」、通称「農業トレセン」。そして、震災から10年の節目を前に、新たに始まったのが「東北絆テーブル」です。「農業トレセン」や「東北絆テーブル」の指揮を執るマイティー千葉重の千葉代表とキリンビールの営業担当が、復興と地域振興の軌跡、そして未来について語り合います。



仙台工場の長い歴史は、地域との絆があつてこそ

東日本大震災により、キリンビールは仙台工場が被災。屋外に設置されたビールタンク4本が倒壊し、一時は操業再開の目処が立たない状況に陥りました。

白波瀬 私は震災発生当時、神戸支店に勤務していましたが、今も鮮明に覚えています。テレビ画面に流れる津波の映像に言葉が失うと同時に、仙台工場は大丈夫なのか、ということが頭をよぎりました。

千葉 あの時きの衝撃は今でも忘れられません。取引先も一緒に事業を進めていた仲間も、多くの人たちが被災しました。東北を立ち直らせ



キリンビール株式会社
東北統括本部
白波瀬 大祐

2006年入社。近畿圏統括本部に配属。営業職として量販店を担当し、神戸支店への異動後は主に飲食店の営業に従事。2014年に広域販売推進部に異動した後、2018年より仙台支店に赴任。入社から一貫して営業職に従事する。

るため、自分も何かしなければ、と。

白波瀬 キリングループでは震災発生の4カ月後に支援活動をスタートさせましたが、これを決定した当時の経営陣たちも、まさに千葉さんと同じ想いだっただけです。仙台工場が操業を始めたのは1923年。大正時代のことであり、非常に歴史の長い工場です。地域の皆さんが弊社を受け入れてくださるなければ、この長い歴史はあり得ません。だからこそ、一緒に復興していきたい。この想いが、私どもの支援の根幹です。

真の復興を目指す「農業トレセン」と未来を語ろう「東北絆テーブル」

そして震災の発生から2年後、2013年に始まったのが「東北復興・農業トレーニングセンタープロジェクト」、通称「農業トレセン」です。

千葉 「農業トレセン」は復興の先も見据え、農業の未来を担う人材育成を目的としています。震災後は国の助成をはじめとする多くの支援があり、地震で壊れた農機具も、津波で流された漁具もそろい、着実に復興していきました。ただ、ハード面が元に戻りさえすれば、それでいいのか。さらに進むためには、未来を考えることが欠かせません。

白波瀬 その未来こそ、農業のこれからを担う人材育成ですね。農家さんの一人ひとりがビジネス視点を持ち、未来につながるような農業を営んでいく。

千葉 日本の場合は「農業者＝生産者」というイメージが強くありますよね。それが世界に目を向けてみると、農業者の仕事はもっと広義です。海外の農家は企業としての意識を強く持ち、マーケティングやコンプライアンスの視点も持ち合わせています。農業を農業として終わらせず、産業化のビジョンを持った組織が多くあるんです。

白波瀬 キリングループでは、まさに産業化に進んでいくフェーズに力添えをさせていただきました。個人的に印象深かったのが、岩手県遠野市の農家から始まった「醸造する町Brewing Town」ですね。ビールのおつまみにぴったりの野菜、遠野パドロンを栽培する農家さんから始まり、今では遠野市をも巻き込んだ取り組みに発展しています。

「農業トレセン」は2016年、その取り組みを東北から全国規模に拡大。そして、2019年に新たに始まったプロジェクトが「東北絆テーブル」です。

関わらせていただいたことがありません。お店の企画立案から行政を巻き込んだPRまで、幅広くお手伝いさせていただきましたが、地域の皆さんとじっくり話し合うことの重要性を痛感させられましたね。

千葉 あらゆる業界の人たちが垣根を越えて交流し、じっくり話し合うことは、とても重要なこと。同時に交流が生まれるのは、食卓を囲む時間だったりするわけです。ヨーロッパには「嬉しいことも悲しいことも、すべては食卓で分かち合う」という言葉があります。東北のおいしい食材を届けることが食卓を豊かにすると信じていますし、食卓におけるビールの存在は絶大。乾杯は、集う人たちの絆を深めると思っています。

白波瀬 「復興応援 キリン絆プロジェクト」のつながりを通じて、「仙台駅前みやぎ鮮魚店」のオープンに必要です。

白波瀬 仲間とビールを注ぎ合い、本音で語り合った思い出は一生モノ。これは嬉しいときだけでなく、悔しい想いをしたときも同様だと思

CSVの実現も、未来の創生も、すべては積み重ね

日本大震災の発生から10年という節目の目前に立ち上がった「東北絆テーブル」。今後の取り組みはどう進化していくのでしょうか？

千葉 最も重要なのは継続すること。日本国内において食料自給率が100%を超えている都道府県は6つ。そのうちの4県が東北です。生産者自身にも、食の宝庫を担う自負があります。その誇りを絶やさないためには、生産者自身が基軸となつてビジネスをしていくこと。これからは東北という産地を軸に、活動の継続にコミットするまでです。

白波瀬 活動の継続にコミットする。これは私としても、まったく同じ想いです。CSV先進企業として「お客様や社会と共有できる価値の創造」を理念としています。これを現実にするためには、社会のどこに共有すべき課題があるかを知ることが先決。そして知る術を持つのが、お取引先との絆を第一にする営業担当です。営業としての役目を見失うことなく、日々、弊社に関わってくださる皆さまのお声を聞くことに尽力したい。その変わらない積み重ねこそが、東北の未来、ひいては日本の未来に寄与するものと思っています。

Another Story



東北統括本部
千葉 恵

東北はおいしい食材の宝庫。東北の魅力をより多くの人へ

東日本大震災の発生当時は別の会社に勤めており、岩手県陸前高田市で販売の仕事をしていました。現実とは思えない状況に突然とし、生きることに必死だったことを思い出します。その後、キリンビールの営業として働き始めたのは、2017年のこと。今は宮城県北部エリアを中心に担当していますが、あの震災は、誰にとっても忘れられない経験です。それでも震災から10年、復興は着実に進んでいます。

キリンビールの一員として何より嬉しいのが、「キリングループさんには大変お世話になって」というお言葉。料飲店さまも酒販店さまも、皆さんが感謝の言葉をくださいました。プライベートでお酒を飲んでいるとき、偶然、言葉を交わした方からも「キリングループさんに支援してもらった」というお話を聞いたこ

とがあります。東北の街の隅々にまで支援が届いていた証拠なのかな、と思うと、誇らしいです。

私は東北という土地が大好きです。なかでも一番の自慢はおいしい食材。お米もお魚も、お肉も野菜も、そしてビールの製造に欠かせないホップも東北の自慢です。当社では岩手や秋田で採れたホップでビールを作りお世話になっているので、原料産地としてはもちろんですが、農業や漁業などさまざまな食材の生産を支援し、食産業全体を盛り上げるためにしてきた支援活動は、とても魅力的であり、一社員として誇らしく思います。

今後も東北の復興を進めていくためには、何が必要なのか。ひとりの営業担当として、東北在住者として思うのは、東北に暮らす人々が、今よりもさらに自分の街を好きになり、自慢できるようになること。郷土愛を礎に、もっと東北の魅力を全国に発信できるようにになれば、街の一つひとつがさらに活気づくはず。キリングループでは地域の人が立ち上げた復興プロジェクトを支援する取り組みをたくさん行ってきましたが、今後はそういった取り組みの中で生まれた、人と人との絆を大切にしながら、事業を通じて東北の魅力をより多くの方に伝えていきたいと思っています。

マイティー千葉重
代表取締役

千葉 大貴さん

自身の祖父が創業した個人商店「マイア」（千葉重）を再生する形にて、地元・宮城県仙台市の食品加工会社を集めたECモールを開業。東日本大震災以降は東北の生産者ネットワークを構築し、キリングループとの協働も行う。



Profile

キリンシティ株式会社 営業部
マーケティング担当

藤田 純嗣

過去3回の東北フェアではメニュー開発に携わり、食材を活かしながらビールに合う料理を提供してきました。企画担当となった現在、これまで積み重ねてきた生産者さまとのつながりを大切に育みながら、素材の選定はじめ、来店くださるお客さまに楽しんでいただくためにできることを日々模索しています。実際に東北各地の生産者の方々とお会いしてお話を伺うなかで、ご苦労されている点や、おすすめの食べ方などたくさんのお話を教えていただき、食材のバックグラウンドまで深く考えるようになりました。このフェアをきっかけに一人一人として成長させていただいています。



2019年10月に実施したフェアでは、宮城県の牡蠣、岩手県の遠野パドロン、秋田県のせりなど、東北6県の旬食材を使ったオリジナルメニューを提供。多くのお客さまからご好評をいただきました。



2021年3月10日(水)からキリンシティ・キリンシティプラスの全32店舗で開催される「岩手・宮城・福島おいしいものフェア」。東北の自然の恵みが詰まった限定メニューを提供します。



岩手県産こがね鶏のローズマリーポテト ※南部鉄器でご提供



福島県産かぶれ菜と燻製豚なんこつのソテー



宮城県産はやのアヒージョ



安心安全への取り組み



キリンシティ・キリンシティプラス全店舗では、お客さまに安心してご飲食いただくために、ソーシャルディスタンスや店内のクレンジングなど、安心・安全への取り組みを徹底しています。

活動紹介

キリングループはこれまで地域と人に寄り添い、「地域食文化・食産業の復興支援」「子どもの笑顔づくり支援」「心と体の元気サポート」の3つを軸にこの活動を進めてきました。現在もグループ全体でさまざまな活動の輪が広がっています。



「岩手・宮城・福島おいしいものフェア」展開
東北の人と未来を応援。キリンシティで

「季節に合わせた東北地域の素材を使った商品の開発・販売を通して、“人と未来を応援”することを目的に、2015年からキリンシティ・キリンシティプラスでは東北フェアを実施しています。東北の旬素材を使用し、生産者の想いにひと手間加えたメニューを提供することで、お客さまに驚きと発見を楽しんでいただく。そして、楽しんでいただくことが、東北復興へのエールにつながっていく。そんな思いからこの企画は生まれました。フェア実施期間中は、キリンシティに来店いただいたお客さまから日々嬉しい言葉が寄せられます。それらのコメントを受け取る担当者は「頂戴したたくさんのおいしいお言葉を、これからも生産者の方々に返ししていきたい」といいます。

キリンシティの隣にはいつも、天候や土と向き合

い自然と対話する生産者の存在があります。食材に込められた想いを料理というカタチにし、お客様に伝えるために1品1品真心を込めてお届けする。“From Brewery & Farm”をコンセプトに、これからも生産者の方々と手を携え、食卓に笑顔を生み出していただくと願っています。2021年は、3月10日(水)からキリンシティ・キリンシティプラスの全32店舗で「岩手・宮城・福島おいしいものフェア」を展開予定。岩手県のこがね鶏、宮城県の金華さば・はや、福島県のジャンボなめこ・かぶれ菜など、東北のおいしい食材を使った限定メニューが登場します※。

※食材は変更になる可能性があります。



キリンシティのご馳走ビール。

あ、ビールって美味しい。



飲料を通して福島を応援。
「氷結® もも」に
込められた東北への想い



2011年発売 期間限定 氷結® アップルヌーヴォー
2013年発売 期間限定 氷結® 和梨

それぞれ東北産の初摘みりんご、福島産の和梨を使用した「氷結®」の限定販売。「復興応援 キリン絆プロジェクト」の一環として、売り上げ1本につき1円を東北の「食」の復興支援にご活用いただきました。



Profile

キリンビール株式会社
マーケティング部
RTD カテゴリー戦略担当

野畑 優菜

東北復興応援の活動をきっかけに、全国の魅力的な果実を使った特別な氷結®を通して、地域の応援だけでなく「地域と全国のお客様をつなぐ」きっかけをつくることを目指した「いいね！ニッポンの果実プロジェクト」が始まり、今まで継続的に取り組んできました。これからも、氷結®が産地の活性と、全国のお客様のよきことにつながることを願って商品開発に取り組んでいきます。



地域の特産果実でつくった氷結®を通じて、産地の魅力を全国に向けて発信する「いいね！ニッポンの果実プロジェクト」。2021年1月に「氷結® 福岡産あまおう® <限定出荷>」が新発売。
※「あまおう」は全農の登録商標です。

2001年の発売以降、みずみずしい果実のおいしさを食卓に届けてきた「氷結®」。東日本大震災後は被害を受けた福島県の農業の復興再生を願い、持続的な応援に取り組んできました。

2011年には東北産りんごを使用した「氷結® アップルヌーヴォー <期間限定>」を発売し、1本につき1円を東北の「食」の復興支援に活用するというドネーション企画を実施しました。続いて2013年には、福島産の梨を使った「氷結® 和梨 <期間限定>」を発売。震災以降、原子力発電所の被災による風評被害に苦しみ、早期の再生を目指していた福島県の農業を応援するとともに、福島県の元気とおいしさを全国に発信しました。そして2015年、福島産の桃でつくった「氷結® 福島産桃 <限定出荷>」を発売。原料の安全性に関する入念な協議・検証を行い、いち早く福島県の農業復興の一助となることを目指しました。当時の担当者は実際に現地を訪問し、農家の皆さんにお話を伺い中味を開発。地域の方々と一緒に発売発表会を実施するなど、産地と連携してその魅力とおいしさをお伝えしてきました。当初、期間限定として発売された当商品は、2016年2月からレギュラー商品となり全国で販売しました。

※2021年2月時点の情報です。最新の情報と異なることがありますのでご了承ください。

産地とともに歩んだ45年。
福島県会津美里町新鶴地区での
メルシャンの取り組み



新鶴シャルドネ (全国発売)



メルシャン 会津美里 シャルドネ (北海道・東北エリア限定発売)

2018年に実施した「日本ワインの未来を応援しよう！ドネーション企画」では、シャトー・メルシャンなど日本ワインの出荷1本につき10円を寄付。ブドウの産地である地域の活動に活用いただきました。福島県ではこの寄付金を活用し、「会津美里シャルドネ」のラベルデザインを公募しました。

シャトー・メルシャンでは長年、全国のワイン用ブドウ栽培に適した産地の確保・育成と、その土地に最適な品種の栽培に取り組んできました。なかでも福島県会津美里町の新鶴地区では、1975年からいち早く契約ブドウ栽培を開始。農家の方々の知恵と工夫、メルシャンとの連携により、雨よけを設置することで品質の高いブドウ栽培が可能になりました。

東日本大震災時、その新鶴地区も大きな被害を受けました。そこでメルシャンでは2011年～2013年にわたり、新鶴地区に雨よけビニールおよび農薬散布機を支援。2018年からは毎年ドネーション企画を実施し、その寄付金を産地の活性化に活用いただいています。震災から10年となる2021年も、日本ワインの売上1本につき10円の寄付を行うドネーション企画を展開。新鶴地区の産地としての素晴らしさを訴求する店頭活動やSNSでの情報発信も予定しています。

また近年では、新たなチャレンジとして新しいブドウ品種「アルバリーニョ」の栽培に取り組み、「新鶴アルバリーニョ」を限定発売するなど地域との連携をより強化しています。これからもメルシャンは、ブドウ産地と日本ワイン産業のさらなる発展を願い貢献してまいります。



Profile

メルシャン株式会社
シャトー・メルシャン
ゼネラル・マネージャー

安蔵 光弘

入社以来、新鶴地区のシャルドネの醸造を担当してきました。シャトー・メルシャンの契約ブドウ畑は棚栽培のため、植えてから十分な量を収穫できるまで5年、その後も30年ほど果実をつけます。そのため契約農家とは長い付き合いとなり、生産者一人ひとりの顔が見える関係です。これまで、新鶴地区ではシャルドネのみの栽培が続いてきましたが、アルバリーニョという新しい品種の栽培も徐々に広まっており、まだ量は少ないものの高い品質が得られています。今後もワインづくりを通じて、産地の活性化や価値向上を目指していきます。



福島県会津美里町の新鶴地区で主に栽培されているシャルドネ。その品質の高さは、JAL国際線ファーストクラスでの採用や国際コンクールでの金賞といった成果として表れ、今や日本を代表する産地として高く評価されています。





Profile

キリンホールディングス株式会社
 CSV 戦略部絆づくり推進室
 絆づくり推進室長

永元 禎人

CSV 戦略部絆づくり推進室は、「キリン絆ボランティア」の方針および活動計画の策定・実行を主管しました。復興支援に自らが参加し、震災の教訓や社会課題を風化させないこと、またその活動を通してグループ従業員のCSR・CSVに対する意識向上の機会にしていきたい。そのような想いでプログラムを具現化させてきました。結果的に、各地で実施した取り組みは充実度の高い弊社独自のプログラムとして機能し、被災地の方々からもたくさんの感謝の声を頂戴することができました。参加した従業員からも多くの学びがあったというフィードバックが寄せられ、大変意義のある取り組みであったと感じています。

自分ごととして被災地と 社会課題に向き合っていく。 従業員らによる 「キリン絆ボランティア」

東日本大震災以降、熊本地震も含め、キリングroup全体で従業員による被災地のボランティア活動を継続的に行ってきました。持続性のある自立的な復興応援活動につなげるために、そして、従業員自らが参加することで現状を知り、自分ごととして社会課題に向き合うために。被災地のニーズに寄り添いながら、必要な支援に取り組んできました。

活動計画はその時における被災地の復興フェーズを踏まえて、当社自らによる事前の現地視察で確認手順を踏み策定。被災地の状況に合わせて、年間計4回（春期2回、秋期2回）を基本計画とし実施しました。2011年10月～2012年12月は仙台市での泥かき、石巻市雄勝町での漁業支援に従事。2013年からは南三陸町の漁業支援を中心に行い、2016年6月までに、のべ1,100人以上の従業員が参加しました。あの日から10年。被災地は、地域差はあるものの復旧から復興、そして自走化へと確実に前へ歩みを進めています。

「キリン絆ボランティア」に参加した従業員は、この活動を通じて被災地の復興再生に貢献するとともに、主体的に被災地と向き合うことで、社会課題に対する意識向上につながっています。



子どもたちの心と体を元気に。
 「協和発酵キリン卓球教室」が
 つないだ絆のリレー

協和発酵キリン（現在の協和キリン）では、2011年11月～2014年6月の2年8カ月間、「子どもの笑顔づくり支援 協和発酵キリン卓球教室」を岩手県・宮城県・福島県において継続的に開催し、通算61回、のべ9,768名にご参加いただきました。

開始した当初は、1日も早く被災した子どもたちの元気と笑顔を取り戻したいという想いから、小中高生を対象とした卓球教室を開催。気軽に楽しめる卓球というスポーツを通じて身体を動かし、実業団トップクラスの選手たちと直接ふれあうことで、夢や希望を感じてもらおうことを目指しました。また、技術指導だけでなく、「いのち」とまっすぐ真摯に向き合うことの大切さを伝えるなど、卓球を

通じて子どもたちの心の成長を促し、絆づくりにも取り組んできました。2012年4月からは、新たな取り組みとして、子どもたちだけでなく地域住民の大人や高齢者および障害者の方を対象とした卓球交流会も開催し、誰もが楽しめる卓球を通じて被災地の方々の笑顔の輪を広げる活動を展開。仮設住宅の小さな集会所から、大きな体育館での開催、さらに大きな規模では協和発酵キリン杯を4県（岩手・宮城・福島・茨城）で開催するなど、さまざまな地域で交流を続けてきました。どの交流会も思い出深く、そこで見られた子どもたちの笑顔は今も、当時関わったスタッフたちの心に刻まれています。



2014年4月に開催した第4回4県＜絆＞卓球交流会において、ラリーピンポンリレーのギネス世界記録®に挑戦し、139人でラリーをつなぎ新記録が誕生しました。



東日本大震災被災地復興支援の想いを込めて開催された「JA全農2014年世界卓球団体選手権東京大会」に協賛。



Profile

協和キリンプラス株式会社
 代表取締役社長
 協和キリン卓球部 副部長

矢澤 明

協和キリンが取り組んできた被災地での卓球交流会をはじめ、グループ会社の多くの仲間たちがさまざまな形で支援に関わってきたことを、一社員として誇りに思います。現在のコロナ渦で、卓球を通じた交流や協和キリン卓球部の活動についても熟慮しているところですが、状況が終息した際は「世界の人々の健康と豊かさに貢献する」企業の一員として、さまざまな活動に積極的に取り組んでいきたいと考えています。

明日に向けて

10年前、復興応援から動き出した
私たちの活動は新しい地域や社会、
さまざまなコミュニティの在り方など、
持続可能な「絆」づくりのかたちを模索するなかで
復興応援の枠を越えたものへと広がっています。

「よろこびがつなぐ世界へ」

これは、私たちの目指す未来と願いをあらわす
2019年に生まれたキリングループの
コーポレートスローガンです。

この言葉が生まれた背景には、
「復興応援 キリン絆プロジェクト」を通じて
東北の人たちとの間に生まれた
数え切れない「絆」と「よろこび」の
存在がありました。

一企業としてだけではなく、
地域や社会というコミュニティの一員として、
私たちはこれからの時代に
どんな「絆」と「よろこび」を
つないでいくことができるのか。
そしてキリンだけでなく多くの方々と一緒に、
次世代にどう遺し、伝えていけるのか。

この問いには、きっと終わりも正解もありません。
だからこそ私たちは、
これからもさまざまな課題と向き合いながら、
歩み続けていきます。

復興応援
キリン
絆プロジェクト

よろこびがつなぐ世界へ



ストップ!20歳未満飲酒・飲酒運転。お酒は楽しく適量で。妊娠中・授乳期の飲酒はやめましょう。のんだあとはリサイクル。

