

アサヒスーパードライ 「うまい！を明日へ！」プロジェクト

竹田 義信 講師（アサヒビール株式会社 社会環境担当部長 理事）

（この講演概要は竹田講師の講演をもとに GISPRI 事務局が取りまとめたものです。）

【プロジェクト概要】

「うまい！を明日へ！」プロジェクト（以下本プロジェクト）は今年で2年目になり、来年も行うことで今進めています。極めてシンプルな形です。350mlと500mlのスーパードライの缶ビール1本につき1円を、全国47の都道府県ごとに地域ごとのテーマをそれぞれ決めて、その地域で消費された分の金額を自然や環境、文化財等の保護・保全活動に寄付を行っています。

従来にも、“富士山”というプレミアムビールの売上の1円を富士山の清掃・整備活動に寄付するとか、北海道での洞爺湖サミットの時には北海道エリアでスーパードライの売上1本につき1円を助成する活動を行っていました。従来のもとの相違点は、全国47都道府県ごとに個々のテーマを選定し、一斉にスタートしたことです。

【プロジェクトの“きっかけ”】

1つ目は、CRM（コース・リレイテッド・マーケティング）でありますから、マーケティング上、あるいは販売戦略に大きく絡んでいる点です。スーパードライが発売されて20年以上になり、当初の“辛口”や“スッキリした飲み口”といった価値でスタートして、その後、“鮮度”という価値も付け加えて20年以上ブランドを維持してきました。これからも支持していただくためにスーパードライの新しい付加価値を付け加えるという狙いが込められています。自分の飲んだ1本が自分が住んでいる地域に貢献できる、晩酌の時にスーパードライを極めて身近に感じられ、よりおいしく飲んでいただけるということも、大きなポイントです。

2つ目として、四国には、唯一、愛媛県の西条に当社のビール工場があります。本プロジェクトを始める1年前に西条工場が操業10年を迎え、“四国の美味しい水があるから良いビールが出来る”ことへのお礼の意味で、四国4県が進めている森の保全活動をそれぞれの県の個別のテーマで支援をすることにしましたが、四国の方々は森林保全や四万十川・仁淀川など清冽な川や豊かな森林の保全など、環境に対する感度が大変高く、そういう方々からの支援もいただいて大成功したということがありまして、それも“きっかけ”になっています。

【プロジェクトの目的】

私どものトップが「企業価値というのは財務的価値と社会的価値の総和だ」と言っております。そういう「企業のブランド価値の向上」という狙いもありました。また、地域共生型の営業活動を展開しており、各地域での“アサヒファン”作りの推進という位置づけもあります。さらにスーパードライを購入することによって、地元への社会貢献ができる。そのことによって、さらにビールの味がおいしく感じられるのではないかと、ということです。

【寄付先の選定】

寄付先の選定にあたっては、各支社が各県の行政の方々や各団体、中間支援NPOなどと何度も協議を重ね、各都道府県が今どんなテーマに取り組んでいるのかということヒアリングし、県民の皆さんが一番身近に感じていただけるテーマを選ぼうということで設定しています。

例えば、北海道では釧路湿原やラムサールの登録湿地の保全活動、群馬は尾瀬の環境保全、千葉は九十九里浜の環境保全、京都は文化財の保全などがあります。東京は大きな市場のため一番悩んだところですが、小学校の屋上に太陽光発電設備の設置を行っています。これについては経産省資源エネルギー庁や、東京都の環境局、各区の教育委員会などいろいろなところと接点を持ちながら、現在もプロジェクトを進めています。

【プロジェクトを開始にあたって】

本プロジェクト開始にあたって重要だと考えてた点は、お客様に分かり易く、しかも簡単に協力が出来るとということです。さらに1回かぎりということではなく、一定期間継続的に実施することによって大きな成果も出てくるのではないかと考えました。さらにその寄付した結果を、“きちんとご報告しましょう”、“皆さんに分かり易く伝えていくということ”をきちんとやろう”、ということでスタートしました。

47都道府県で一斉にスタートできるのか、というのが一番大変でした。何とか5ヶ月かけて、各支社の担当者が行政・NPOの方などと何回も打合せを行って、何とかテーマを決めて、寄付先を決めました。

支社の社員は、今までそのような経験は無く、今回は自分たちで決めたテーマに自分たちでお金を使えるということで、このプロジェクトを作り上げたことが、各支社の担当者の自信にもなったし誇りにもなっています。

【プロジェクト第1弾】

2009年春にプロジェクトをスタートしました。「あなたの1本が明日の日本をつくる。」ということで、全国で総額2億1979万円の寄付をすることができ、予想以上の結構良い結果で、上々のスタートを切りました。第1弾の結果をすぐ夏に、“皆様のご愛飲のお陰

でこのような寄付ができました”、ということを手頭に張り出したり、地方紙に掲載したりして、報告を行いました。

【プロジェクト第2弾】

第2弾をその秋に始めましたが、“缶だけが対象か”というお客様の声があり、大びん・中びんも追加しました。さらに時節柄、お歳暮のギフトについても対象に加えました。

2009年の都道府県ごとのテーマでは、殆どが生物多様性や絶滅を危惧される動物の保全であるとか環境に絡むものが結果的に多くなっています。

第2弾ではさらに浸透させるために、本プロジェクトを実感してもらおうツアーを企画しました。寄付した活動の結果を消費者の皆様にも体験してもらおうものです。都道府県ごとにお客様を募集して実際に見学してもらいました。また、地域のマスコミや県紙に、大変関心を持っていただき、いろいろな報道をしていただいたことも、成果に結びついていると思います。

さらに、他企業様の賛同もいただくことができました。例えば大阪のあるスーパーではスーパーの売上の一部をアサヒビールの寄付と合わせて地元の県に寄付をすることなど、たくさんの企業さまとの連携が実現しました。

【第2弾後の消費者調査結果】

第2弾終了の時の消費者結果（各県100人ずつwebで調査）では、“認知率”が46%から62%に増加、“購入意欲率”が45%から65%に増加しました。ブランドイメージも“信頼できる”、“本格的な”、“品質が良い”というイメージが上がりました。

【プロジェクト第3弾】

今年の春に第3弾を実施にあたり、POPのデザインの見直し、特に“環境保全”という言葉を中心にしました。第2弾では缶体に小さい字でキャンペーンの内容を書いていましたが、第3弾では、“環境保全など”ということを中心に大きく書いて、活動の内容を分かりやすくしました。新聞広告でも、プロジェクトに対するお客様からの声や、寄付先がどうしているか、行政の方との対談など、内容に幅を持たせました。また、せっかく“環境保全など”と謳っていることから、POPにもFSCの認証紙を使うなどの配慮を行いました。

【第3弾後の消費者調査結果】

第3弾終了後で消費者調査を行ったところ、“認知度”がさらに上がっていました。また、女性の方が“好感度”も“共感度”も高くなっていました。

スーパードライのブランドイメージでは“高級感”や“本格的”というイメージが大幅

にアップしました。企業イメージについては、“信頼できる”、“環境保護に熱心な”、“イメージが良くなっている会社”、“一貫性がある会社”などが上がってきました。

年代の分析では、購入意向の山が2つあり、1つは男性の20代、女性の20代が上がっており、女性の40代、50代が高い値になっています。

【岡山県での取組み】

“菜の花プロジェクト”を支援しています。きれいな菜の花をいたる所に植えることによって、景観を良くするとともに、菜の花から採った油を燃料にすることや、循環系の仕組みを作ったりしています。“B級グルメ”ということばを最近耳にすると思いますが、岡山では、“ひるぜん焼そば”や津山の“ホルモンうどん”などを開発しています。アサヒビールはそういった地域の活性化や、食で元気にしていく活動も併せて支援をしています。

また、岡山県真庭市では、特に森林資源を活用したいろいろな取組みを行っています。取組みを見学してもらうツアーなども行ってまして、私どもの支社と一緒に進めています。私どもの支社長が、頻繁に県や市に行ったりしているのを見ると、本当に様変わりだな、という実感をしています。

【香川県での取組み】

四国は今、「水と森に感謝」という活動を全域で取り組んでいます。香川県は“アサヒビールの森”ということで、“フォレストマッチング 協働の森づくり協定”というのを結んでいます。竹林で竹が沢山増えすぎたので、竹を切ってその竹を再利用して活用する活動を行っています。

【青森県での取組み】

青森では“豊かな食を育む 青森の海の保全活動”というのをしています。青森県の漁業組合連合会と県と一緒に進めてまして、ヒラメやメバルの稚魚の放流を子供たちと行ったりしています。青森県に豊かな海づくりを支援するという取組みです。最近ビールだけではなく、グループの商品でさらにCRMを広げていくということも出てきています。

【宮崎県での取組み】

宮崎県の森林資源の保護活動ということで、東諸県郡の綾町には世界的にもすばらしい森があり、森林セラピーの基地にもなっています。宮崎県の緑化機構と森林ボランティアの方と私どもの社員の家族500名が参加して桜などの広葉樹の植林を行っています。九州地区には、皆伐してしまって、それ以降植林していないところが多くあります。そこに針葉樹だけではなくて広葉樹も植えて森を再生することを今進めています。

【最後に】

県によってはまだまだバラつきがあります。先進的なところはどんどん新しい取り組みを次から次へ輪を広げていっています。こうした活動というのは、いろいろな方たちと色々な形で繋がって広がっていくのではないかと思っています。ぜひ継続した活動にしていきたいと思っています。

(了)