

事例報告

# 遊休荒廃地を活用した梔子(マリコ)ヴィンヤードぶどう畑における生態系調査・植生再生

キリン株式会社執行役員 CSV 戦略部長 **林田 昌也 氏**

キリン CSV 戦略部の林田と申します。

われわれは、遊休荒廃地(遊休になった農作地)を活用してヴィンヤードを展開しています。それをテーマにしながら、キリングroupが経営の中で標榜している CSV のスコープとからめてお話し申し上げたいと思います。

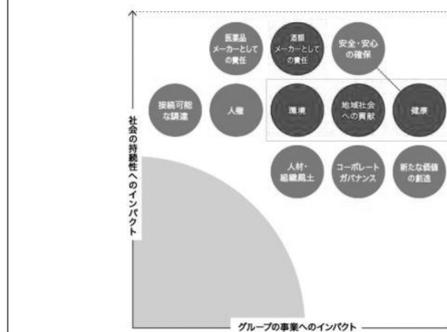
キリングroupはもちろん日本の会社です。海外にも事業を展開しておりますが、今日は主に日本のお話です。キリンビールは、ビール、酎ハイ類、キリンビバレッジは清涼飲料類、それからメルシャンもキリングroupですがワインをつくっております。今日はメルシャンのワインを主役に話をさせていただきます。

CSV (Creating Shared Value) は、社会課題の取り組みによる社会的な価値の創造、あるいは問題の解決と企業の成長を両立させていくという考え方です。どこの会社にも理念があると思いますが、われわれの長期ビジョンは、活動の領域を決めたうえで、事業を通じて社会課題に向き合い、お客さまを理解して新しい価値を創造することで社会とともに持続的に成長する。もちろんSDGsが世に出る前にこのフレーズを決めたわけですが、そういった概念が埋め込まれています。

これがグループの持続的成長のための経営諸課題(グループ・マテリアリティ・マトリックス)です。さまざまな課題がある中ですが、われわれの事業に近いことも含めて、「健康」「地域社会への貢献」「環境」という3つの社会課題を特に重点として取り組もうというふうに経営の中の議論で進めております。この課題についてはもちろんSDGsとの関係もしっかりと紐づけています。

単にここを取り組みましょうという話では面白くありませんので、実際にサンプルを載せております。16個のコミットメントのテーマについてアプローチをして、KPIを持つと規定しています。ただ、KPIも定量化できているものもありますが、正直言ってこれから考えるものもあります。こういうフレームをつくってからどんどんコミットメントしていくことが大事だと思っていて、ま

キリングroupが取り組む重点課題



出所：登壇者講演資料

SDGs目標		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
健康	◎																	
地域社会への貢献	◎																	
環境	◎																	

出所：登壇者講演資料

### CSVコミットメント 要旨

中核事業と関連が深い「健康」「地域社会への貢献」「環境」をCSV重点課題に設定しました。これらの領域で社会課題に主体的に取り組んでイノベーションを生み出し、新KV2021に掲げる持続的成長を具現化していきます。

キリングgroupは、「健康」「地域社会」「環境」という3つの社会課題に取り組み、お客様と共に幸せな未来をめざしていきます。

テーマ、主な社会課題	目指すべき成果(例)
<b>3 酒類メーカーとしての責任</b> アルコールの有害摂取	グループ横断の啓発プログラム整備 ノン・低アルコール商品の拡充 ほか
<b>9 健康</b> 生活習慣病の増加、医療費の増大 食の安全・安心への育成 ほか	健康・未病領域の新たな商品、サービス、事業の立ち上げ ほか
<b>8 地域社会への貢献</b> 地域経済・社会の豊通 原料生産者の持続可能性	地域の人々と一緒につくる商品・サービスの拡大 生産者支援による地域活性化 ほか
<b>12 環境</b> 地球温暖化、水資源や生態系の危機、容器包装による環境負荷拡大	再生可能エネルギー比率向上による温室効果ガスのさらなる削減 認証原材料の使用拡大 ほか

出所：登壇者講演資料

ずはそういう段階にあるということをお願いしたいと思います。

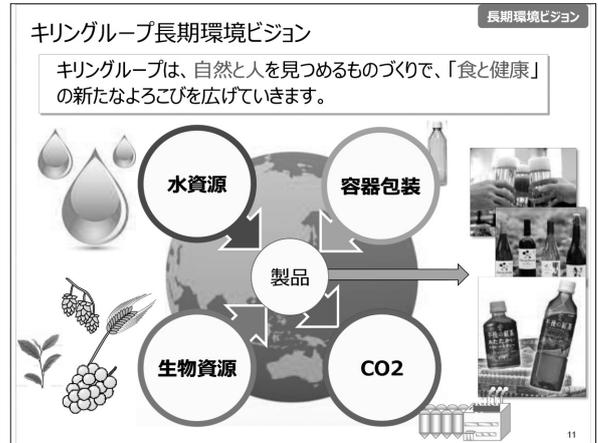
今日の主題の環境でございます。われわれの商品は、水資源と麦・ホップ・ブドウ等の生物資源で製品をつくって容器包装に詰めてお客さまにお届けする。そのすべての工程でCO<sub>2</sub>が発生する。すごくシンプルに言うとうこういうことになります。この4つのテーマについて2050年までにキリングループの長期ビジョンとして、資源循環100%の社会、あるいはそのベースとしてわれわれは持続可能な企業になると宣言させていただいております。

加えて、先ほどのコミットメントの環境部分を抜き出しております。キリンは日本の農地における生物多様性の確保と、地域社会への貢献に対してコミットをしております。今日は、そういった原料の生産地の経済的な活性化、あるいは遊休農地を使用していくという地域面から見たアクションについてもお話しします。

SDGsの17番ではありませんが、さまざまなことがリンクして、ひとつのアクションでもいくつかの課題解決につながる。その逆もありますが、そういったことなのかなと思います。このページは環境として抜き出しております。

生物資源についてお話しします。われわれの3つの代表的な製品カテゴリーであるビール、ワイン、そして午後の紅茶に代表されるボトル入り紅茶は、それぞれホップ、ブドウ、紅茶葉という原料がなくては製品ができません。人と自然が共生する生態系の保全という視点と、われわれの最も重要な原料が高品質な形で安定的に確保できるという両方の視点から行動計画を定めて取り組んでいます。

長野県上田市の梔子（マリコ）というエリアにヴィンヤード、いわゆるブドウ畑をつくっております。かつてはクワが盛んでクワ畑でしたが、それが廃れて遊休農地になっていた所に、われわれが今20haほどのブドウ畑をつくっています。



出所：登壇者講演資料



出所：登壇者講演資料

生物資源への取り組み

■ 人と自然が共生する豊かな生態系の保全という観点と、持続可能な生物資源の利用という事業ニーズの観点で、「生物資源」のリスクを評価し、行動計画を定めて取り組んでいます。

遠野市ホップ、上田市マリコ・ヴィンヤードブドウ、スリランカ紅茶葉

出所：登壇者講演資料

2018年活動方針 キリンのCSVとシャトー・メルシャン

シャトー・メルシャン事業を中心とした地域社会への貢献

産地・地域の活性化、日本ワインのブランド化に向けて生産者・地域・行政と一体となった取り組み、農家支援（技術・高齢化・継承）、高品質なブドウ栽培

出所：登壇者講演資料

その分をシャトー・メルシャン(麒麟のフラッグシップブランド)という日本ワインに使っていきます。まだ量は少ないのですが、シャトー・メルシャン・シリーズはさまざまな国内外のアワード等で大変良い評価をいただいているので、もっとつくりたいと思っています。今は本当にブドウ畑があるだけで、来年ようやくワイナリーを新設する予定です。

シャトー・メルシャンの事業はわれわれのワイン事業の中核のひとつです。日本ワインが世界で評価を得ていますし、事業的には日本ワインのリードをシャトー・メルシャンで取っていききたい。そのベースとして高品質なブドウをまだまだ足りないのをつくっていききたいということがわれわれのメリット、バリューになります。

一方で、遊休荒廃地が生産地が変わっていくことは、数人ではありますが現地の方を雇用したヴィンヤードを運営していること、それに伴って、もちろんわれわれ自身も良いブドウを安定的につくりたいので農家支援も一緒にさせていただくこと。これが社会課題に対するバリューと考えております。それが両方相まっているところがこの椀子(マリコ)ヴィンヤードになるという位置づけです。

2014年から農研機構・農業環境変動研究センターと共同でブドウ畑の生態系調査を実施し、絶滅危惧種の昆虫や植生が多数発見されました。もちろん生態系保全だけを目的にブドウ栽培を始めたわけではありませんが、いろんな環境を考えていく中で、こういったこともスコープの中に入れて、今後はより積極的にこの部分も重要視して取り組んでいこうと考えています。

ブドウと聞くと棚栽培を皆さん想像されると思いますが、われわれは垣根栽培、普通に縦に立っていくというものにチャレンジしています。そういった畑には下草が生まれます。そこが極めて良質な草原になる。農研機構との共同研究で、適切に管理された草原が、レッドデータとか準レッドデータに載っているような絶滅危惧種の昆虫や植物をととも助けてくれることが分かってきましたので、ここもしっかり人の手、われわれの産業の手を入れながら良い草原を維持していくことを考えております。

2016年からは秋に従業員が実際にそこへボランティアとして行き、絶滅危惧種のいた場所の枯草を畑の中の別の保護場所にもって行って根付くことを期待し、全体的に危惧種をもっと増やしていこうという活動をしています。私も参加しております。

以上が今日のメインのお話ですが、そのほかにスリランカの午後の紅茶の原料になる茶園に対するレインフォレスト・アライアンス認証取得のためのトレーニングの支援や、ホップの安定供給を目指して国産ホップをつくっていただいている岩手県遠野市の活性化とあわせて、絶滅危惧種等の生き物の保全、あるいは子供たちを招いた観察会も行っております。

FSCの認証についても取り組んでいます。われわれが使う容器はカン・ビンが多いのですが、紙もたくさん使っておりますので、2020年までに事務用紙から製品に使う容器包装まですべての紙をFSC認証紙にしていこうと昨年コミットして、今進めているところです。

ブドウ

**椀子(マリコ)ヴィンヤード ~ブドウ畑内での希少種の発見~**

農研機構・農業環境変動研究センターと共同でブドウ畑の生態系調査を実施。ブドウ畑の中(エッジ部)で、絶滅危惧種の昆虫や植生を多数発見しました。

**植物：野生植物258種、植栽種30種**



288  
種類



168  
種類

クララ/ユウスゲ(キスゲ) /メハジキ/スズサイコ

**昆虫：8目64科168種**



ヘモンマダラ/ウラギンシジウモン

※ウラギンシジウモンは環境省のレッドリストで絶滅危惧Ⅱ類(長野県の準絶滅危惧種)、ヘモンマダラは環境省と長野県のレッドリストで準絶滅危惧種に指定されている。

※メハジキ、ユウスゲ(キスゲ)は長野県のレッドリストで準絶滅危惧種、スズサイコは環境省ならびに長野県のレッドリストで準絶滅危惧種に指定されている。クララは環境省のレッドリストで絶滅危惧ⅠA類(長野県の絶滅危惧ⅠB類)であるオオルシジミの唯一の食草。

18

出所：登壇者講演資料

ブドウ

**椀子(マリコ)ヴィンヤード ~希少種・在来種植生再生活動~**

希少種が見つかったことを受けて、ブドウ畑の中で植生再生活動を開始しました。ビートルバンクとして機能し、より生態系が豊かなブドウ畑になることを期待しています。

ブドウ畑の中の再生予定地の草刈りから開始です。

次に希少種が棲んでいた場所へ移動。

これら希少な植物や在来種の枯草を刈り取って集めます。

集めた枯草はブルーシートに集めます。

ある程度集まったら、再生場所まで運んで降ります。

来年、芽を出してくれば植生が再生されたこととなります。

※ビートルバンク：昆虫たちが捕食や移動に利用する緑地帯

定着した植生



スズメノキ

クワジ

その他、カワマダバ、スズメ、オシロイ、ツツジ、カラマツ、スズメ、ヒメジョオン

20

出所：登壇者講演資料

### スリランカ紅茶葉 ～持続可能な農園認証制度取得支援～

スリランカの紅茶園がレインフォレスト・アライアンス認証を取得するためのトレーニング費用の支援を行っています（2013年～）

- スリランカの調達先に占める持続可能な農園比率が50%を超えました。
- 2018年から、小農園の認証取得支援と農園水源地の保全活動を開始しました。

■キリン 良質な原料

■紅茶園 持続可能な農園

■RA トレーニング

トレーニング費用

監視費用は紅茶園で負担

23

出所：登壇者講演資料

後のページです。社会課題を解決していくことがサステナビリティにつながるというのはもちろん大事であり、それをスコープに入れているわけですが、われわれとしては事業とシェアバリューである必要があると考えています。

最後にマーケティングのページをつけましたが、これは全然別のところにあるわけではありません。お客さまの商品ニーズをとらえるという側面では、以前は製品のハード面やデザイン面が重視されていましたが、今は一般のお客さまが若い方を中心に、それがどういう社会的な価値を持つのか、いかに環境的な負荷が少ないのかという社会性を考えて活動している企業を選んでいます。

これが実にマーケティング的な意味合いがあると思います。社会課題と個人とニーズと課題が別のところにあるわけではない。発想の根っこは一緒ではないのかなと考えます。こういったスコープを通じて社会課題の解決をしながらわれわれのブランド価値や製品価値も上げていきたいというのがCSVの考え方であり、キリンの活動でございます。

私からは以上です。ありがとうございました。

### 社会価値ブランディング - マーケティングの変化とキリン -

- マーケティングも時代や市場の変化に伴い変遷しています。
- CSVは、社会を良くする商品をお客様と共創するというブランド構築の課題と重なります。

※「製品中心のマーケティング1.0、消費者中心のマーケティング2.0に対し、人間中心のマーケティング3.0は利益とCSRが両立する段階であり、実践する企業は大きなビジョンや価値観を持ち、世界をよりよい場所にすることをめざしている」(コトラー)

パラダイムシフトがある  
当然と考えられていた価値が変わる

社会的価値・・・顧客志向から社会志向へ

価値共創・・・企業主語からお客様主語へ

経験的な価値・・・モリからコトへ

感性的、象徴的な価値・・・モノづくりから価値づくりへ

機能的な価値・・・カテゴリー創造

4

出所：登壇者講演資料

### 遠野ホップ畑 ～生きもの調査～

防風林と下草が多様な生きものを育てていることを確認しました。遠野市の小学生を招いた「生きもの観察会」も実施しています。

ホップ畑を風から守る防風林

ホップ畑

昆虫 104種類

鳥類 19種類

ホップ畑を育てる生きもの

ホップを守るために整備した防風林、地面の乾燥を防ぐための下草に多様な生きものが生息しています。

24

出所：登壇者講演資料

### 紙製容器包装 ～2020年末までにすべてでFSC認証紙採用～

種別	目標	目標年	達成率（2017年10月末現在）	
			FSC認証紙比率	FSCラベル付与比率
6缶パック	100%	2020年末	約90%	約10%
ギフト箱	100%	2020年末	100%	約25%
紙パック	100%	2017年末	約80%	約40%
製品用段ボール箱	100%	2020年末	2018年春から対応予定	

※ ビール6缶パックは135mlを除くすべてがFSC認証紙。飲料6缶パックはFSC化比率70%。

裏返してみると...

FSC C157754

25

出所：登壇者講演資料

### 企業ブランド

企業がどう哲学を持っているのか。

良い商品をつくり、顧客満足を得るだけでなく、社会的な存在意義を表明し、実践することが求められています。

⇒「世界をよりよい場所にする」企業の志が企業ブランドをかたちづくれます。

企業

製品・サービス・その他の企業活動

CSV

企業理念  
何のためにあり、何をめざし、何を大切にしているのか  
何をもち、何ができるのか

Make the world better

企業ブランド

お客様・社会

ブランド体験（経験価値）

社会的価値

価値観（インサイト）  
本当に必要なものは何か  
心を豊かにするものは何か  
未来に残すものは何か

社会の課題×人間の本質的価値

28

出所：登壇者講演資料