

シリーズ - 食と農 -

第4回 誰かのために飲むサステナブル(持続可能な)ビール「チバ梨エール」

本原稿はアサヒユウアス株式会社 YouTube チャンネルに収録された、「一般社団法人千葉大学経済人倶楽部・絆」主宰のチバ梨エール完成発表会を元に作成しました(写真1、図1)。

(2022年3月2日(水) 16:00-17:00 放映)

<https://www.youtube.com/watch?v=kl78aTGH1WY>



写真1.

注：現在このビールの販売は終了しております。再製造・販売の予定もありません。

このビールのヒントとなった梨セゾンは松戸ビールより季節限定で販売されております。

(問い合わせ先：<https://matsudo.beer/>

電話 047-711-7218)

本日の内容

- **ご挨拶**
虎岩雅明(経済人倶楽部・絆/副会長)
- **今回の取組についてのご紹介**
古原徹(アサヒユウアス株式会社/たのしきユニットリーダー)
- **“チバ梨エール”コンセプト紹介**
宮本菜々華(チーム“ダイバーシティ”/千葉大学 学生)
- **商品ラインナップとご購入方法のご案内**
- **質疑応答**

図1.

1. 一般社団法人千葉大学経済人倶楽部・絆の沿革、チバ梨エール開発背景

(一社) 千葉大学
経済人倶楽部・絆 副会長
虎岩 正明
(プロジェクトリーダー)



(一社) 千葉大学経済人倶楽部・絆は13年前の2009年に立ち上げられた千葉大学の経営者で構成されるOBの集いです。約200人弱のメンバーが活躍しており、千葉大学・千葉市・千葉県に貢献することを目的として設立された団体です。3年前の2019年には、法人化して一般社団法人格にて活動させていただいております。一般社団法人化することによって千葉大学自体が活動できない事業をになって千葉大学の価値をできるだけ社会に広めて、その利益を千葉大学に寄付することを目的としております。

その取り組みの一步として、「千産千消(ちさんちしょう)」、環境保全をテーマにしたカフェを千葉大学内で運営させていただいております。アサヒビールさんとは森のタンブラー(アサヒビール株式会社とパナソニック株式会社が共同開発した世界初のエコタンブラー)についてお問い合わせさせていただいたところから関係が始まり、サステナブルとか地球環境のことを考えた商品開発が、今回の取り組みにつながりました。

千葉大学の大学生を募り企画から参加させていただいて、美味しいだけのビールではなく「誰かのために飲むビール」というコンセプトのもと、「飲めば飲むほど地球のためになる」とか「飲めば飲むほど助かる人がいる」ということを考えて完成したビールになっております。学生さんを募集するときに、自分好みの味が作れるというテーマとSDGsの取り組みに関与できるというテーマどちらが良いのか、

いろんなアンケートを取って、SDGs に実践で関われるということに惹かれて集まった学生さんのメンバーで始まりました。商品開発については、後から学生さんに説明していただきたいと思います。

私もつい先日完成したビールをようやく飲むことができました。とても美味しいというのが感想です。どこかで飲んだことがある味というより、何口でも飲んでしまうと、おかわりをどんどんしてしまうっていう感じの美味しさを感じております。梨のビールということで、少し甘いのかなと思っていましたが、お酒好きの人でもお酒を飲み始めたばかりの人でも親しめるような味わいになっていて、いろんな料理にも合わせられるのではと思っています。いろいろな方々にご愛飲していただけることを期待しております。

今回は限定的な醸造になりましたが、今後も末永く愛飲していただけるように発展的に進めていきたいと思っております。

2. チバ梨エール取り組みのご紹介

アサヒユウアス株式会社
たのしさユニット
リーダー
古原 徹



この取り組みは2020年6月にアサヒグループホールディングスの地域連携、産学連携のサステナビリティな取り組みとしてキックオフをしました。地域課題の解決、循環型社会の形成といったところをメインの事業として取り組んでいく会社として2021年1月にアサヒユウアス株式会社が創立し、今後の絆の取り組みにも関わっていければ良いなと思っています。

学生の皆様と最初にキックオフした時の資料です(図2)。「誰かのために飲むビール」ということで、美味しいビールを造ろうとか自分たちが飲みたいちょっと面白いビールを造ろうということではなくて、そのビールを作って販売して誰かに飲んでいただくことで他の人に喜んでもらったり地域のためになるという、かなり難しいテーマでしたが、学生のみなさんがいろいろとすばらしいアイデアを考えてくれました。頭の中で考えるだけではなく、実際に現場に何回も足を運んで、自分たちでアポをとって生産者の方々や地域の方々と会話をいろいろしてくれたということが、すばらしい取り組みの形だったと思っています。

今回は第一弾の発表会です。ビールはこのような可愛いデザインに仕上がっています。製造発売自体はアサヒユウアスではなく梨の産地、松戸の「松戸ビール」さんで行っていただいております。我々が持っているプロダクトとしては、「森のタンブラー」というものがあります(写真2、<https://www.asahi-youus.com/products/index.html>)。使い捨てカップを減らそうという取り組みで、サステナビリティ推進のために作った半分以上が植物由来のカップです。今回は「チバ梨エール」と同じデザインを入れて、ピクニック等で飲むときには使い捨てカップを使わずに、サステナブルに飲むことを提案させていただいています。この「森のタンブラー」は素材がエコというだけではなく、見た目も木質感があってビールの泡がすごく細かくなり泡付きがいいという特徴があります。ビールをゆっくり注ぐだけでフワフワな泡ができます。泡立ちが良いので泡の香りも感じることができます。カップ自体薄く作ってあるので飲み口も良く、より美味しく飲んでいただけるのではないかと思います。



図 2.



写真 2.

3. チバ梨エールのコンセプト紹介

千葉大学
チームダイバーシティ班
リーダー
宮本葉々香



千葉県は梨の一大産地ですが、この事実は広く知られていません。また、作業の多くを手作業で行う必要がある梨の栽培はとても重労働で、台風などの気象などの影響を強く受けてしまう繊細な作物です。そのため近年梨農家は減り続けています。

ビールを飲んで、梨産業にエールを送りたいという思いで、仕方なく捨ててしまっていた松戸産の梨



写真 3. 梨畑 ビールを飲んで梨にエールを届けたい



写真 4. 売り物にならない傷んだ梨

Project

手作業で梨の果汁を絞汁



写真 5.

蜜蝋：果肉の一部または放射状に水浸状となり、症状が進むと果度が濁りだようになる。果肉全体がスポンジ状になることもある。腐敗を受けた果実は、外観や口当たりが悪く、商品価値がなくなる。

をクラフトビールにアップサイクルしました（写真 3～11）。

千葉県は梨の収穫量・栽培面積・産出額共に日本一です（図 3）。千葉県の梨のルーツは江戸時代にまで遡り、長年の梨栽培の技術が蓄積されています。松戸市は梨の品種「二十世紀」の発祥の地でもあり、たくさんの観光梨園が開かれ 7～10 月まで様々な梨の品種を楽しむことができます。

最初に、梨と聞いて思い浮かぶ都道府県について 200 人にアンケート調査をおこないました。2018 年の収穫量上位 5 位から梨と聞いて思い浮かぶ都道府県について選択してもらいました（図 4）。グラフを見て分かるように、生産量 4 位の福島や 5 位の鳥取にイメージを奪われ、千葉県＝梨というイメージ



写真 6. 傷んだ部分を除去



写真 7. ジューサーで果汁に



写真 8. 麦汁と煮沸

が正確に浸透していないことが分かりました。

また梨農家の高齢化が深刻で年々栽培面積は減り続けています（図5）。歳をとり、後継ぎがいないため農園を閉める農家が増えてきました。つらい作業を間近で見てきた子供達は梨農家になりたがらず、食の多様化が進んだこともあり、それがより顕著になっています。

梨農家の朝はとても早く、繁忙期の収穫時期は朝4時から作業を開始します。収穫作業はすべて手作業で、熟した色の目視確認で梨が選ばれます。その他にも、草刈りやダンボールの組み立て、発送作業、農薬散布などで一日を終わります。収穫以外の時期では、畑の施肥、徒長枝の剪定、摘花、受粉等の作業を行い梨の収穫を待ちます（図6）。

今回、実際に梨農家の松戸の高春園さんと熊谷の五ツ星さんを訪問させていただき、お話をうかがいました（図7）。



写真9. ラベル貼り



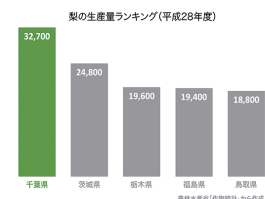
写真10. 完成した千葉梨エール



写真11. ビールを飲んで梨にエールを

千葉県は梨の一大産地

千葉県は梨の生産量全国1位



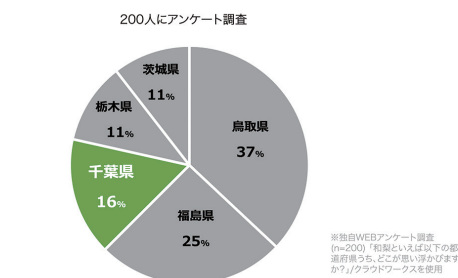
松戸市は梨の品種「二十世紀」発祥の地

1888年に大栗村(現在の松戸市二十世紀が丘梨元町)で発見
現在は鳥取県が全国1位の生産量



図3.

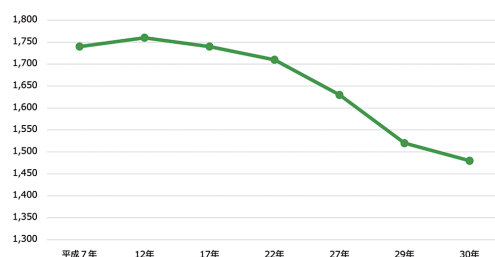
梨といえばどこを思い浮かべますか？



issue1 千葉県=梨というイメージがついていない

図4.

千葉県の梨の栽培面積



issue2 千葉県の梨農家は減り続けている

図5.

梨農家さんの生活



繁忙期の収穫時期(8~10月)

朝4~10時 収穫
日が暮れるまで 草刈り
ダンボール組み立て
販売所
発送作業
薬かけ

収穫時期以外

肥やし 徒長した枝を切る
剪定
摘花 良い花を選ぶ
受粉 蜂などを利用
摘果 輪が折れてしまった梨や、輪がついてしまった梨を落とす
高品質の梨を生産するため

図6.

つらいこと、苦勞していることは、まず手作業が多いことです。作業の大部分を手作業で行う必要がありますが、人手不足により一つの梨園を1人で管理している農家さんも少なくありません。そして収穫した梨を籠に入れて運ぶなど重労働が多いことです。

農家さんのモチベーションや強い思いとしては、美味しい梨を消費者に届けたいという想いや美味しかったという声だそうです。

高春園さんでは落ちてしまったり病気になるったりして売り物にならないような梨は、コンテナに回収して一部を地域近隣住民の方に安く還元し、残りは

廃棄しているそうです。このような梨は昔はすべて廃棄されていたので、かなり手間ですが地域の方々のつながりのために行っているそうです。消費者の気持ちには答えたいが、農家さんにとって落ちた梨を回収することは大きな負担であることが分かりました。

私たちは農家さんに負担をかけず消費者のニーズを生み出すことがサステナブルな産業であると考え、今回はこのような仕方なく捨てられていた梨を回収し、傷んだ部分を取り除きビールの醸造に使いました。醸造は千葉県松戸市の松戸ビールさんで行いました。松戸ビールさんは麦芽滓の肥料や飼料への再生を考えておられたので、私たちの思いを共有して一緒にビール作りを行うことができそうだと感じました。さらに千葉県のブリュワープで醸造、提供することによって、地元で採れた梨ビールをまずは千葉県の方々に楽しんでもらいたいと考えています。

今後の展開としては落ちた梨を拾う作業を学生が補うことによって、この活動を続けていけるのではないかと考えています。

チバ梨エールのロゴについては、落ちたり病気になるったりして売り物にならなくなった不揃いの梨の形をイメージして作りました(図8)。また、千葉県では豊水、幸水、二十世紀等様々な種類の梨が楽しめることをグラデーションで表現しています。人の手は学生と農家さんを表していて、梨をともに下から支えています。下から上に支えることでアップサイクルも意識しています。

ビールは爽やかな酸味とフルーティーな香りが楽しめるセゾンタイプに仕上がりました。ビールを飲んで梨にエールを届けたい。それが一番のセールスポイントです。ぜひたくさんの方々に楽しんでいただきたいと思います(写真12)。



図 7.

色：千葉県では様々な種類の梨が楽しめることをグラデーションで表現
黄土色・豊水、幸水
緑色・二十世紀

形：不揃いな梨
捨てられてしまうもの、傷物
売り物にならない梨

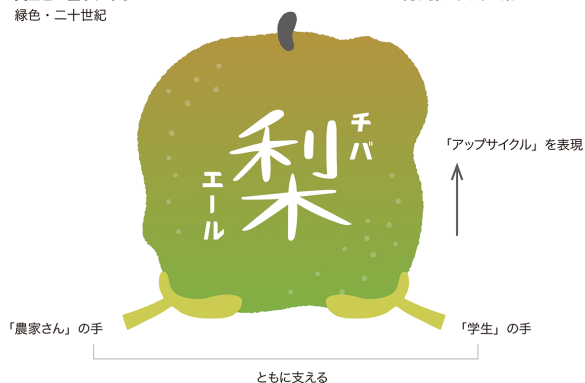


図 8.

商品ラインナップ



写真 12.



図 9.

爽やかな酸味が特徴のセゾンタイプのビールの製法をベースに、梨果汁を全原料の半分以上使用し、さらにアメリカ産のカスケードホップを一部使用することで、梨由来のフルーティーな香りとすっきりとした後味が楽しめる。

松戸ビールでは、以前より梨を用いたクラフトビールを醸造しており、その中で培った知見と、アサヒユアス社の有する豊富な知見を重ねることで、味にこだわった商品開発につながった。

4. チバ梨エール商品紹介

アサヒユウアス株式会社
おいしさユニット
小室麻里菜



チバ梨エールは松戸ビールさんが醸造していますが、私たちもアドバイザーという形で関わらせていただいています。爽やかな酸味が特徴のセゾンタイプのビールの製法をベースに、梨の果汁をたっぷりと使用しています。アメリカ産のカスケードというホップを一部使用しています。梨由来のフルーティな香りとカスケードホップの味と柑橘を思わせるようなフルーティな香りとが合わさってすっきりとした後味を楽しめる、そんな設計になっています（図9）。

松戸ビールさんはこの企画以前より梨を用いたビールを醸造されていて、培ってきた知見をお持ちです。そういった知見とアサヒユウアスグループが有するビールに関する豊富な知見を重ねることで、本当に飲んで美味しいという味にこだわった商品開発ができたのではないかと考えております。

5. 質疑応答

一般社団法人千葉大学経済
人倶楽部・絆事務局
司会 岡島



千葉大学 学生



柴田晴香

壽 菜子

小幡勇希

藤田順平（顔写真は非掲載）

Q. 梨を使っているのにビールがあまり甘くない感じがします。

A. アサヒユウアス：小室

梨果汁を半分以上使っているということで甘いと思われそうですが、香りは非常にフルーティ

なちょっと甘さを感じさせるような香りです。飲んでみると割とすっきりとしていてそんなに甘い味ではありません。ビール好きな方でもゴクゴク飲めるようなそんな味です。

千葉大経済人倶楽部・絆：虎岩

本当に甘いついていう感じではないですね。でも、梨らしい感じとホップがすごく合っていてすごく飲みやすくして食事にも合うし、コップに入れてちょっと泡が立った感じで飲むとすっきりした感じでゴクゴク飲んでしまう感じだなという印象です。1本だけだとちょっと物足りないの、ぜひいっぱい飲んでいただくと本来の味をしっかりと楽しめるのではないかなという気がしております。

Q. どんな料理に合わせる（ペアリング）と良さそうですね。

A. 千葉大経済人倶楽部・絆：虎岩

肉系かなという気がして、カルビみたいな脂ののった霜降りのお肉とか、味が濃いコンビーフみたいな感じというか、そんなお肉に合うのではという気がします。

アサヒユウアス：小室

そうですね。軽くてすっきりとした味なので、こってりとしたお料理に合うと思います。

Q. 学生の方への質問 今回参加してみて意識が変わったなど、自分の中での変化はありましたか。

A. 千葉大 BeertZ ～SDGs ビール研究会～班：藤田

僕はこちらの企画に参画するまで、そもそもSDGsっていう単語自体が流行っている言葉ぐらいの認識しかありませんでした。調べてみたら世の中の問題は基本的に全部SDGsに絡んでいるのだなと言うところから、日頃の様々な問題や日常の課題がSDGsのどの部分につながっているのか常に意識しながら生活できるようになりました。そうするとより社会とつながっているという感じが湧いてきて、それがすごく自分の教養を高めてくれたと思います。

千葉大学 オーシャンガルガル班：柴田

わりと絵空事のような感じに捉えていたSDGsを、この企画を通じてすごく身近に感じる事ができたというか、こういうことをすればSDGsにつながるのだと言うのを実感できたところがすごく良かったと思っています。

千葉大学 ダイバーシティ班：壽

今回、梨エールを作った側として農家さんや醸造所の松戸ビールさんなどの方々としっかり話をすることの大切さを感じました。実際に作業を行うなかで、自分たちが「負担」と考えていたことが農家さんにとっては負担ではなかったり、反対に自分たちが思ってもみななかったことが農家さんにとってすごく大変なことであったりとか、そういうのを感じました。しっかりコミュニケーションを取りみんなで同じ思いを持ってそれをつなげて作っていくことの大切さを感じました。

Q. ネット販売などの予定はないのですか。

A. 千葉大経済人倶楽部・絆：岡島

今回は仕方なく捨ててしまっていた梨をビールにするという所からスタートしたサステナブルビールの開発となっております。この点で、多くの量を作ることがそもそもの目的にはなっておりません。今回販売できる数量もかなりわずかな数量となっております。現時点でネット販売の予定はございません。限られた本数を地元の方に飲んでいただくというのが目的となっております。将来的にはこのスキームが大きくなっていくなかで、ネット販売や全国にこの取り組みが広がっていくことが期待できればと考えています。

Q. 他にはどんなビールを作る予定ですか。

A. 千葉大 BeertZ ～SDGsビール研究会～班：藤田

完成を待っていただきたいというのが一番の思いです。僕らは非常に千葉愛が強いチームですので、千葉に密接に絡むようなものを作っていきたいと思っています。

千葉大 オーシャンガルガル班：柴田

私たちのチームは海に関連したSDGsのビールを作る予定です。完成を楽しみにしていただければと思います。

千葉大経済人倶楽部・絆：岡島

すでに開発が進んでいるものもあり、まだ多くの情報を出すことができないという観点から簡単にコメントをいただきました。

Q. 松戸ビールさんからのコメントがあればお願いします。

A. アサヒユウアス：小室

松戸ビールさんからは学生さんへのお礼の言葉をいただいています。松戸ビールさんも地元の農家さんや大学生さんと一緒に地域に貢献できることをすごく楽しんでおられるというか、喜んで参加いただいています。地域のためになることを学生の皆さんとできることを喜んでいらっしゃいました。

千葉大 ダイバーシティ班：宮本

松戸ビールさんではビールの醸造の様子を初めて目の前で見る事ができて楽しかったですし、一緒にビールを作る経験ができたこともすごく貴重な体験だったと思います。

Q. パッケージが可愛いのですが、学生さんのデザインですか。

A. 千葉大 ダイバーシティ班：宮本

私は実はデザインコースでデザインを学んでいます。梨の形や梨という文字から手書きでデザインしました。農家さんの手と学生の手で支えるといった思いを伝えることができれば嬉しいと思っています。

Q. 実際にプロジェクトを進めるにあたり、苦労された点は。

A. 千葉大 ダイバーシティ班：小幡

開発の段階で、こういった社会問題があるのかというところから始まり、誰が困っているのか、どう

すれば解決するのかを考えていくところが難しかったと思います。私たちは松戸の梨農家に着目をしたのですが、その農家さんたちとたくさん話をすることによって、より社会問題がクリアに見て取れるようになってきました。難しかったのですが、コミュニケーションを取っていく段階で、いろいろな楽しさや学びがありました。

アサヒユウアス：小室

醸造の点では苦勞、困難なことはそれほどありませんでした。梨そのままではビールを醸造することができないので、果汁に加工する必要があります。それがすごく手間がかかる作業になりますが、今回学生さんたちがしっかりと加工してくださったので、スムーズに商品化まで至ることができたのではないかと思います。

千葉大経済人倶楽部・絆：虎岩

（プロジェクト全体を通して）自分自身苦勞したという感じはなく、現場のみなさんが一番苦勞してくださったと思います。企画の最初の段階でしたら大学生がビールに興味を持ってもらえるのか、若い時はあまりビールを飲むものでもないのに、ビールを作りたいと思ってくれる学生がいるのかなという心配はありましたが、ビール造りを通してSDGsを実践できるというところに興味を持ってもらえたというのがこのプロジェクトが大成功できた一因だったのではないかなと思っています。

そういう意味でもこれからサステナビリティとか廃棄食材とかSDGsに関する側面というのはものすごく社会的に意味のあることになってくると思います。大人も学生さんもビール造りを通して社会問題の現状に触れていけたというのは、今回非常に良かったのではないかなと思っています。今後、皆さんにこのビールをご愛顧いただけるようであれば、

これを量産するとか継続的に提供したりするとか新たな一歩につながっていくのではないかなと思っていますので、引き続きいろんな方からご支援いただきながら頑張っていきたいと思っています。

最後に付け加えさせていただくと、今回のプロジェクトの成功は松戸の高春園さんと松戸ビールさんとの出会いのおかげだと思っています。高春園さんも松戸ビールさんも本業がお忙しいなかで我々にご協力くださいました。今後、関係している方々にとって有益な取り組みになるようにしていくことこそがこのビールが継続的に製造でき、かつ飲まれるほどいろいろな人のためになっていくという状態を作り上げていけることになっていくと思います。いろんな方のご協力いただきながら、今後も進めていきたいと思っています。

6. 最後に

千葉大経済人倶楽部・絆 岡島

我々は千葉大学のOB団体として、学生に対して体験の伴うSDGsへの貢献を学ぶ機会提供を行っていきたいと言うふうに考えていました。今回、学生が集まるのかどうかというところからスタートし、いざ学生が集まっても誰もビールの企画なんか立てたことがないというような状況でいろいろと企画を上げてくれるなかで、その学生たちに対して弊団体の会員やアサヒユウアス社の皆様が、学生のプレゼンテーションに対して凄く真摯に実践的なコメント、アドバイスをを行うことで、社会経験を与える場として機能したのではないかなと考えております。

また、この誰かのために飲むクラフトビールという企画を進めていくことでSDGsにまつわるフードロスの問題、人手不足の問題、地域社会の活性化といった社会問題に対して何かしらアプローチができるようにさらに進めていければ良いと考えております。