

「麒麟淡麗〈生〉」、「氷結」シリーズなど、数多くのヒット商品の生みの親



わだ とおる
和田 徹

- *元麒麟ビール(株) マーケティング部エグゼクティブ・フェロー
- *スプリングバレーブルワリー顧問／ファウンダー（前社長）
- *For the Planet 合同会社 社長／ファウンダー

■プロフィール

1961 年 新潟県小千谷市生まれ。

1985 年 慶應義塾大学経済学部卒。麒麟・シーグラム株式会社入社。

1989 年 本社マーケティング部へ異動。国産洋酒のマーケティングを担当。その後、ウイスキー、缶入カクテル、スピリッツ類の新商品開発を担当するもヒット商品にはめぐまれず。

1997 年 麒麟ビール(株) マーケティング部商品開発研究所で、同社初の発泡酒「麒麟淡麗〈生〉」を開発、史上空前のヒット。

2000 年 チューハイ市場参入プロジェクトリーダーとして「麒麟チューハイ氷結」の開発を指揮、大ヒット。その後シリーズを拡充。立て続けにヒットとなる。

2007 年 麒麟創業 100 周年プロジェクト「麒麟・ザ・ゴールド」の開発を任されるも失敗に終わり、ビールよりも苦い思い出を残す。

2009 年 飲酒運転やアルコールによる事件・事故を完全にゼロにしたいという強い思いから、世界初の完全ノンアルコールビール「麒麟フリー」を開発。世界的なノンアルコール市場（0.0%市場）創造の火付け役となる。

2015 年 麒麟ビールの社内ベンチャー「スプリングバレーブルワリー(株)」の社長就任。クラフトビール事業と飲料・食品業界の「クラフト」市場の飛躍的拡大をリード。東京・代官山、横浜、京都、銀座ソニーパーク（SONY とのコラボ店）などにフラッグシップ店舗を次々と展開。

2021 年 同社を退職。

2020 年 NPO 政策塾「一新塾」卒塾(45 期生)。「和のこころ」プロジェクト参画。GENERYS にも参加。現在は「For the Planet Inc. (フォー・ザ・プラネット合同会社)」を創設し、「0→1(ゼロイチ)」の市場創造・イノベーションの知見を活かし、商品づくりコンサルタントとして活動中。生涯のビジョンである「世界平和」や地球環境保全、より良い社会を実現する新たなプラットフォーム構築を鋭意画策中。

代表開発作品：「麒麟淡麗〈生〉」、「麒麟チューハイ氷結」シリーズ、「麒麟 FREE」、「ハードシールド」、「スプリングバレーブルワリー」

■主な講演実績

京都総合経済研究所／播州信用金庫／浜松いわた信用金庫／鹿児島銀行／多摩信用金庫／イオン北海道／東京大学／学習院大学／日本文理大学／拓殖大学／日本経営合理化協会／小千谷商工会議所／日経トレンド EXPO／マーケティング懇談会／丸の内ブランドフォーラム／スタートアップカフェ大阪／100 人カイギ／WeWork／ GENERYS その他多数

■著書

商品をつくるな 市場をつくれ

麒麟「伝説のヒットメーカー」商品づくり 24 の技法（ダイヤモンド社）



■全職位向け

1. キリン「伝説のヒットメーカー」が伝えるヒットの極意～商品をつくるな市場をつくれ～

一つの商品・サービスの誕生によって、生活や習慣が大きく変わるということは珍しくありません。

「氷結シリーズ」はいままで“おじさんの飲むもの”というチューハイを若者でも手に取りやすく、飲みやすいお酒に変えました。また、ノンアルビール「キリン FREE」はお酒が飲めない人たちにも受け入れられ、ノンアル市場を開拓しました。言い換えればヒット商品とはいままでの常識を一変させ新しい未来をつくるモノと言えます。講演では和田氏がキリンで学んできたヒットを生み出すための思考方法、アイデアの磨き方、商品実現の仕方までヒットの極意を凝縮して伝えます。商品開発に携わる方だけでなく、新しいコト・ビジネスを始めたい方や挑戦する方が学べる内容です。

2. 氷結開発プロジェクト～新市場を創造したイノベーションとその軌跡～

氷結はビール市場が縮小していくなか、ビール以外で新たな道を創る商品として開発されました。氷結前、酎ハイは”オジサン”が飲むイメージが強いお酒でしたが、氷結後、誰もが手に取りやすいお酒に変わり、チューハイ市場は大きく成長しました。多くの人達、特に若者や女性に受け入れられるようになったのです。変化に対応できないものはいつか減んでしまいます。だから変化に対応しなければならぬと言われます。正解ですが、これからのビジネス環境では満点の考えではないかもしれません。氷結は変化に対応するのではなく、自ら変化を起こすことで、新しい定番としてキリンを支えるロングセラー商品となりました。講演では氷結開発を行った成功、失敗エピソードを織り交ぜながら、現状に満足することなく、常に新しい変化を主体的に起こしていくこと、そして、リーダーとして、どうやって周りを巻き込み、プロジェクトを成功させたかを伝えます。

3. 世界初のアルコール 0.00%飲料をつくった理由～新規事業創造で社会に貢献する企業人の挑戦～

なぜ、ビール会社がノンアルコールビールを開発したのか？世界初のアルコール 0.00%飲料 キリンフリーの誕生の裏には開発者である和田のある想いがありました。それは飲酒運転を無くすことです。その想いが起点になり、現在では各社から多種多様なノンアルコール飲料が提供され、結果的にノンアル市場という新しい市場が生まれました。世の中の仕事はお客様（ステークホルダー）の幸せや問題・課題を解決するために存在します。本テーマは世界初のアルコール 0.00%飲料 キリンフリー開発秘話や裏話を織り交ぜながら、新規事業創造に挑戦するモチベーション向上や、自分の仕事の意義を改めて考え、誇りを喚起させます。

■経営者／管理職／開発担当者向け

1. 商品をつくるな市場をつくれ～未来の市場のド真ん中を射抜く～

2. ヒットを生み出す思考法～才能不要。必要なのは考え抜く力～

ヒットの種となるアイデアはとても貴重です。たくさん集めた種のなかの一つからヒットが生まれる可能性があります。天啓のように降りてくるアイデアもありますが、多くの場合、ヒット商品のアイデアは発案者の思考の深さによるものです。また、考え意識しなければ、降ってきたアイデアを拾うことも難しいと言えます。多くのヒット商品を生み出した和田氏はアイデア出しのステップ、磨き上げのチェックリストなどいくつかの思考フレームがあります。講演ではヒットメーカーの思考法を伝えます。

■管理職／チームリーダー向け

1. スプリングバレー・ブルワリー立ち上げの奇跡～周りを巻き込み理想を築くリーダーシップ～
構想十数年、最初に企画をあげたとき、社内からは猛烈な反対の声があがりました。スプリングバレー・ブルワリーは麒麟の社内ベンチャーとして、妥協せず、組織の中での様々な抵抗や課題を突破して理想的なアウトプットに結びつけたプロジェクトです。講演では理想を実現する突破力、そして、チームメンバーをまとめ、より大きな力にするリーダー力について、開発時のエピソードを交えながら伝えます。

2. 麒麟のリーダーシップ～メンバーの心に火をつける～

3. 麒麟のチームマネジメント～ヒットを生み出すチームづくり～

飲料品は多くの人の力によって生み出されます。ビールであれば、企画、製造・生産、営業、マーケティング、デザインなど多くの専門家の知恵と力の結晶です。メンバーの心に火をつけ、一つの方向にチームが向かないとヒット商品は生まれません。言うは易しですが、メンバーはその道のプロ。一筋縄ではいきません。講演では麒麟ビールでの経験をもとにリーダーシップ、チームビルディング、チームをまとめるコミュニケーションなどをお伝えします。