

サントリー（株） 2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）に 向けた取り組みについて

- 再生農業原料を使用した当社初のビールを大阪・関西万博会場で販売 –
- お客様参加型の新しい商品開発モデルを大阪・関西万博で展開 –



この高解像度画像は <https://www.suntory.co.jp/news/index.html> に掲載しています。

サントリー（株）は、2025年日本国際博覧会（以下、大阪・関西万博）のテーマ「いのち輝く未来社会のデザイン」に深く共感し、持続可能な未来の構築に向け環境負荷を軽減した商品開発、および新たな商品開発モデルの実現に挑戦します。

当社は、1970年の日本万国博覧会（以下、EXPO'70）において、「生命（いのち）の水」をテーマにパビリオン「サントリー館」を出展。パビリオン内に設けたバーでの万博オリジナルカクテルや、「アラスカ氷のオン・ザ・ロックス^{※1}」など、自然の恵みがもたらす豊かな飲食体験をお客様にご提供しました。

※1 ア拉斯カから空輸で取り寄せた氷河の氷を使った、ウイスキー オレンジ ジュースを来場者に提供

今回の大阪・関西万博では、再生農業^{※2}原料を使用した当社初のビール「水空エール」、CO₂削減びんを使用した日本ワイン「SUNTORY FROM FARM 登美の丘 赤 時のかさね」「同 信州 シンフォニー 2023」を大阪・関西万博会場に当社が出店するレストラン「水空 SUIKUU」で提供します。

さらに、お客様の嗜好を反映するお客様参加型の新たな商品開発モデルを活用して、「ワールドKANPAIビール」の開発に挑戦します。今後、商品の開発プロセスを発信するとともに、完成した「ワールドKANPAIビール」は9月に全国数量限定発売します。

※2 土壌の健全性や生物多様性などを保護・改善しながら、農家の生活向上にも資する、成果ベースの農業アプローチ



この高解像度画像は <https://www.suntory.co.jp/news/index.html> に掲載しています。

(1) 再生農業原料を使用したビール「水空エール」発売

再生農業原料（大麦・ホップ）を使用した当社初のビール「水空エール」を、大阪・関西万博で発売します。

農林業由来のGHG排出量が、全体の約4分の1を占めると推定^{※3}される中、カバークロップ^{※4}の活用や耕起低減などの農法を導入する再生農業手法は、農業由来のGHG排出量が削減できるといわれています。また、土壌中の生物多様性が再生されることによる土壌の肥沃化、化学肥料や農薬の使用量削減、水の有効利用などの効果が期待されます。一方で、コスト面や品質面の不透明性、土壌の改善移行期の一時的な生産量低下といった課題がありました。

サントリーグループでは、2022年より大麦などの主要原料に対し、サプライヤーに加え、本取り組みに賛同いただいた農家にも協力を仰ぎ、持続可能な農業に向けて取り組んでおり、今回「水空エール」を開発することができました。

※3 国連食糧農業機関調べ

※4 土壌中への有機物の供給や土壌浸食の防止等により、土壌改良効果が期待できる被覆作物

●中味について

再生農業によってつくられた大麦由来の淡色麦芽と、再生農業によってつくられたホップを使用しました。爽やかで清々しい香り、心地よくすっきりとした後味が特長です。

●販売店舗

大阪・関西万博会場内のレストラン「水空 SUIKUU」

*樽生ビールを、世界初の特別なグラス（大気中のCO₂を回収しガラス原料の一部に使用）で提供予定

*販売価格未定、数量限定のためなくなり次第終了

(2) 「SUNTORY FROM FARM 登美の丘 赤 時のかさね (CO₂削減びん使用)」「同 信州 シンフォニー 2023 (CO₂削減びん使用)」発売
ガラス生地を溶融する際の燃焼方式を空気燃焼から酸素燃焼に変更することで、CO₂排出量を約13%削減^{*5}したびんを、「SUNTORY FROM FARM」ブランドに採用しました。

※5 同一ガラスびん製造所内比

●販売店舗

大阪・関西万博会場内のレストラン「水空 SUIKUU」

*びん(750ml)、またはグラスで提供予定

*販売価格未定、数量限定のためなくなり次第終了

(3) お客様参加型の新しい商品開発モデルの展開

— 「ワールドKANPAIビール」9月発売に向けた取り組み —

お客様参加型の新しい商品開発モデルを大阪・関西万博期間にあわせて展開します。4月13日（日）から5月31日（土）まで、大阪・関西万博会場でベースとなる味わいのビールを販売し、そのビールに対するお客様の嗜好をアンケートで回答いただきます。アンケート結果をもとに商品開発を行い、9月には「ワールドKANPAIビール」として全国で数量限定発売します。世界中の皆様のお声を反映した味わいにご期待ください。

●販売場所

大阪・関西万博会場の西ゲートおよびEXPOアリーナに隣接したフードトラックエリア

*そのほか、当社ビール工場やイベントでも一部販売予定

●アンケート実施方法

専用サイトから「香り」「刺激（炭酸）の強さ」「味の濃さ」「苦味」「後味」「アルコール感」「味や香りに関する意見」「出来上がるビールからイメージする色」の計8項目について回答

(4) 赤玉スイートワイン 万博ラベル

ラベルに「大阪生まれの赤玉」と記載し、大阪・関西万博のロゴマーク、公式キャラクター「ミャクミャク」をデザインに取り入れました。通常品から切り替え、近畿エリアで3月下旬以降順次、数量限定新発売します。

※大阪・関西万博会場では販売予定なし

●大阪・関西万博に向けたサントリーグループの主な取り組み

▼未来社会ショーケース事業および催事企画コンテンツ

水上ショー「アオと夜の虹のパレード」

(ニュースリリース No.14510、No.14721 参照)

▼次世代向け S D G s プログラム「サントリー×ダイキン Out of KidZania

水と空気の研究員～大阪・関西万博から“水と空気の未来”を提案しよう～」

(ニュースリリース No.14619 参照)

▼2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）での飲食店出店

(ニュースリリース No.14660 参照)

▽本件に関するお客様からの問い合わせ先

サントリーお客様センター <https://www.suntory.co.jp/customer/>

以上

水と生きる SUNTORY

自然と水の恵みに生かされる企業として、貴重な水資源を守ること。

さまざまな企業活動を通じて社会に潤いをもたらし、社会にとっての水であること。

社員一人ひとりが水のように自在にしなやかに挑戦できる会社であること。

「人間の生命（いのち）の輝き」をめざす想いを、「水」に託して伝えるメッセージです。