

ホッピー
ビバレッジ

地元飲食店のサポートに注力 「発幸プロジェクト」も展開



▲ホッピービバレッジの石渡美奈社長

ホッピービバレッジは、主要販売先の飲食店が新型コロナウイルス感染拡大による外出自粛や緊急事態宣言で厳しい状況にある中、同社の地元である東京・赤坂を中心に飲食店サポートを柱に地域活性化活動に取り組んでいる。

その最たるものが、石渡美奈社長が代表を務める「茜共創プロジェクト」の活動となる。

新型コロナの影響で活気を失った赤坂の街に再び光を灯したいという想いから、石渡社長をはじめ有志が立ち上げたもので、地元赤坂の飲食店に加え、地元企業、地元の神社が参画し、石渡社長が代表理事を務めている。

21年6月に開催されたオンラインイベントを契機に、今後はオンラインとリアルの融合を模索していく。

石渡社長は「コロナで厳しい環境に置かれているが、オンラインやリモートワークの定着をその産物だと捉え、今後もオンラインとリアルの融合で企画していく」と述べる。

持続的な成長に向けて社員の健康にも配慮する。

石渡社長が心療内科医・医学博士の姫野友美氏の著書に感銘を受けたことから、社員に半年に一度、血液検査を受診し、そのデータ分析に基づく食生活のカウンセリングをひめのともみクリニックに依頼している。

さらに、福利厚生の一環として、一人ひとりの栄養状態に合った医療グレードのサプリメントを社員に支給している。

商品面では「ホッピー」が酵母の力によって醸し出される発酵飲料であることから、この発酵と掛けて「発幸プロジェクト」が始動。

「発幸プロジェクト」のレシピサイトを開設し、

20年10月から「ホッピー」家庭用製品（家庭用リサイクルボトル）に記載しているQRコードから誘導を図ったところ、家庭に留まらず飲食店からも好評を博しているという。

同サイトでは、管理栄養士の大柳珠美氏が考案し姫野氏が監修した健康に配慮した発幸クッキングレシピやプロの味を再現した発幸カクテルレシピを紹介し、毎週木曜に更新されている。

環境配慮・サステナブルの新たな取り組みとしては、製造で使用した麦芽や酵母を飼料として再利用することを検討していく。

需要喚起策としては新商品や新しい飲み方提案に取り組む。

「『ホッピー』は何にでも合わせられるミキサードリンクだと改めて実感した。今後はミキサードリンクとしての使命をさらに突き詰めると共に、低アルコール発酵飲料としての一面も追及していきたい」という。

今後については「経営者として不安が全くないと言うと嘘になるが、この先どうなるかを考えたところで分かるわけもなく、どっしり構えてやるべきことをやり続けていくのみと考えている」と語る。

この考えの下、同社は社訓に則り“お客様に安心して召し上がっていただけるおいしいホッピーをつくり続ける”ことに注力していく。

「創業116年の歴史の支えも大きいと感じている。弊社は関東大震災、二・二六事件、東京大空襲など幾多の困難を乗り越えて今がある。この状況も乗り越えられないはずがない、乗り越えなければ、初代・2代目に申し訳が立たない」と引き締める。