

報道関係各位

アサヒグループと「エコアルフ」が衣・食分野でコラボレーション

**次世代に向けたサステナブルなライフスタイルを提案**アップサイクル ビー  
**「UPCYCLE B」プロジェクトを展開**

第一弾は廃棄コーヒー豆をアップサイクル

コーヒークラフト「蔵前 BLACK」を製造、7月3日から数量限定で販売開始

三陽商会が2020年3月より日本での展開をスタートさせたヨーロッパ発のサステナブルファッションブランド「ECOALF」は、飲料や食品を製造・販売するアサヒグループホールディングス株式会社（以下 アサヒグループ）とコラボレーションし、次世代に向けたサステナブルなライフスタイルを提案する「UPCYCLE B」プロジェクトを展開します。“ビールを介した際に生まれるコミュニケーションの力”と、“世代を超えて多くの人々が楽しめるファッション”という日常生活に欠かすことができない衣・食の分野が連携し、環境問題と向き合っていくことを訴求していきます。プロジェクト名の「B」は、Beerと、「ECOALF」のブランドメッセージ「Because there is no planet B（第2の地球はないのだから）」、Band（団結する）を由来としています。

「UPCYCLE B」プロジェクト第一弾は、廃棄コーヒー豆のアップサイクルをテーマに、アサヒグループが主体となり台東区、墨田区の事業者が連携し、廃棄物の削減・有効活用を推進するために、コーヒークラフト「蔵前 BLACK」を製造、7月3日（土）よりアサヒグループの外食店8店舗において数量限定で販売を開始します。

そして、「UPCYCLE B」プロジェクトでは、環境に配慮した製品を製造・販売することに加えて、「ECOALF」が取り組む環境問題に向き合うための啓蒙活動を、両社合同で各地にて開催していく予定です。



左・中) コーヒークラフト「蔵前 BLACK」と、合わせて発売するエコカップ「UPCYCLE B 森のタンブラー」

右) プロジェクト名の由来にもなっている「ECOALF」のブランドメッセージ「Because there is no planet B（第2の地球はないのだから）」

## ■ 「UPCYCLE B」第一弾の背景・概要

## 背景

「ECOALF」では、2020年秋冬シーズンより日本で販売している抽出後のコーヒーのかすを生地の原料として再利用した「KATMANDU マルチジャケット」の認知が広まるとともに、複数のコーヒー豆焙煎専門店やカフェからコーヒー豆の有効活用に関するお問い合わせをいただいています。このため両社が協業するにあたり、「UPCYCLE B」プロジェクト第一弾では、廃棄コーヒー豆のアップサイクルをテーマとして、アサヒグループが主体となり、コーヒーを扱う店舗などの各事業者が連携することでコーヒー豆を有効活用したコーヒークラフト「蔵前 BLACK」を製造することとなりました。

## 概要

### 【アサヒグループの取り組み】

- ・ コーヒー豆焙煎専門店・株式会社縁の木（※1）と、台東区蔵前の焙煎所2店舗において、テスト焙煎や店頭での販売期間管理の結果、やむなく飲まずに廃棄されていたコーヒー豆を回収し、コーヒークラフト「蔵前 BLACK」の原料にします。
- ・ 焙煎所からのコーヒー豆の回収や保管作業は、地域福祉団体の「つなぐ台東第三福祉作業所」に委託し、知的障害者の方が担います。
- ・ コーヒークラフト「蔵前 BLACK」は、アサヒグループのクラフトビールの開発拠点である「東京隅田川ブルーイング」で製造し、7月3日（土）から、醸造設備に併設している店舗「TOKYO 隅田川ブルーイング」をはじめ、アサヒグループの外食店8店舗（※表1）において数量限定で販売します。コーヒークラフト「蔵前 BLACK」は、スタウトビールを醸造した後に、抽出したコーヒーを加え、アルコール度数4.5%に仕上げています。コーヒー豆本来のフルーティーな香りとほのかな酸味、ビターチョコレートのような苦味が楽しめます。
- ・ 店舗では「ECOALF」のブランドメッセージをデザインした「UPCYCLE B 森のタンブラー」（※2）とセット販売も行います。
- ・ 「蔵前 BLACK」単品は700円（税込み、各店舗のグラスで提供）、「蔵前 BLACK」と「UPCYCLE B 森のタンブラー」のセットでは1,880円（税込み）です。「UPCYCLE B 森のタンブラー」の単品購入は1,100円（税込み）です。

（※1）**株式会社縁の木**：台東区のコーヒー豆焙煎専門店で、生豆を焙煎し周辺のカフェやオフィス、またオンラインで販売しています。蔵前地区の事業者と連携し、コーヒーかすをアップサイクルする「KURAMAE モデル」を立案、運営し、第一弾として有機質肥料の製造に関わっています。コーヒーかすの回収・加工は地域の福祉作業所に委託するなど、持続可能な社会の実現に向けた活動に取り組んでいます。https://en-no-ki.com/

（※2）**森のタンブラー**：“使い捨て”という消費行動自体を変革することを目標とし、使い捨てしない飲料容器としてアサヒビールとパナソニックの協業により開発されたエコカップです。  
「UPCYCLE B 森のタンブラー」は、アサヒビールモルト株式会社の副産物（加工する際に発生する廃棄物）である焙煎麦芽粉末を55%含有した「森のタンブラー MUGI」を使用しています。

（※表1）「蔵前 BLACK」販売店 8店舗

店舗名	住所
TOKYO隅田川ブルーイング	東京都墨田区吾妻橋1-23-36 アネックスビル2F
TOKYO隅田川ブルーイング パルstyle	東京都墨田区吾妻橋1-23-36 アネックスビル1F
フラムドール	東京都墨田区吾妻橋1-23-1 スーパードライホール1・2・3F
展望喫茶アサヒスカイルーム	東京都墨田区吾妻橋1-23-1 アサヒグループ本社ビル 22F
スーパードライ新宿	東京都新宿区新宿3-36-12 杉忠ビル1F
お茶の水テラス SUPER “DRY”	東京都千代田区神田駿河台2-1-20 お茶の水ユニオンビル1F
BEER & SPICE SUPER “DRY”KITTE 丸の内店	東京都千代田区丸の内2-7-2 JPタワー-KITTE 1F
スーパードライ京都	京都市中京区河原町通三条下ル大黒町50 アサヒビール京都三条ビル1・2・3F

### 【アサヒグループ、ECOALFの取り組み】

- ・ 7月10日（土）には、「UPCYCLE B」プロジェクト発足に関わった企業、タレント、インフルエンサー、学生などが集結し、サステナブルなライフスタイルを啓発する「ACT NOW!」（※3）イベントを実施します。当日のイベントの様子は一部オンラインにて配信する予定です。

（※3）**「ACT NOW!」**：「ACT NOW!」とは、人々が環境問題に向き合うために「ECOALF」が取り組んでいる啓蒙活動です。環境問題に関心が高い、或いは、問題解決のために向き合っている企業・団体・個人にアプローチし、店舗や屋外で集まりディスカッションやアクティビティを企画・実施しています。「ECOALF」としては、リサイクル製品の開発や海洋ゴミを回収し新たな製品に活用するプロジェクト「UPCYCLING THE OCEANS」などブランドの活動から直面する世界での環境問題を伝え、ファッションを通して出来る環境問題への取り組みを拡散することを目的としています。集まった人々がそれぞれのフィールドで向き合っている問題を共有することで、環境に対する意識の向上や問題解決策を見出すきっかけの場になれば、という想いで取り組んでいる活動です。

### 【ECOALFの取り組み】

- ・ 直営店「ECOALF 二子玉川」及びブランド公式WEBサイトにおいて、7月3日（土）よりエコカップ「UPCYCLE B 森のタンブラー」（1,100円 税込み）を販売します。サステナブルファッションブランドがもつ発信力やメッセージ性を活かし、SNSやブランドサイト等で「蔵前 BLACK」の商品訴求を行い、エシカルな消費を選択する層に向けて、衣・食におけるサステナブルなライフスタイルを提案していきます。



エコカップ「UPCYCLE B 森のタンブラー」

## ■今後について

「UPCYCLE B」プロジェクトは第二弾以降の開発も予定しています。アサヒグループと「ECOALF」の連携をさらに強化するとともに、取り組み地域や商品販売経路、取り扱い商品の拡大も検討し、衣・食分野のコラボレーションで実現するサステナブルなライフスタイルを訴求してまいります。

**UPCYCLE B**  
**Asahi ECOALF**

## ■ブランド「エコアルフ」について

### ～ 地球環境を守るために服をつくる「ECOALF」～

「ECOALF」は、ハビエル・ゴジネーチェが自身の子どもが生まれたことを機に次の世代に残すべき世界について考え 2009 年にスペインで立ち上げられたサステナブルファッションブランドです。“Because there is no planet B”（第2の地球はないのだから）をスローガンに、すべてのアイテムを再生素材や環境負荷の低い天然素材のみで製造し販売しています。ファッション産業が世界で2番目に環境を汚染している産業と言われる中で、ペットボトル、タイヤ、漁網などを独自の技術でリサイクルしてこれまで300種類以上もの生地を開発し新たな製品をつくり出しています。

### ～ SDGs の 14 番 “海の豊かさを守ろう” に繋がる活動～

また、海洋ゴミを回収し新たな製品に活用するプロジェクト「UPCYCLING THE OCEANS」を推進するなど、“地球環境を守るために服をつくる”という新しい発想のエコサイクル型ファッションブランドで、特に SDGs の 14 番“海の豊かさを守ろう”に繋がる活動に重きを置いてブランド運営をしています。

コンセプト：スペイン生まれのサステナブルファッションブランド。

ブランド自らが海のゴミを収集してウェアをつくるなど「地球環境を守るために服をつくる」新しい発想のブランド。

販路：直営店、EC

商品カテゴリー：メンズ、ウイメンズ、キッズ、シューズ、アクセサリー、ヨガ

ブランド開始年度：スペイン 2009年ブランド設立（スペイン ECOALF社）  
日本 2020年3月より展開（三陽商会）

■「ECOALF」日本公式WEBサイト <https://ecoalf.jp/>

### SNS

■Instagram [https://www.instagram.com/ecoalf\\_japan](https://www.instagram.com/ecoalf_japan)

■twitter [https://twitter.com/ecoalf\\_japan](https://twitter.com/ecoalf_japan)

■Facebook <https://www.facebook.com/ecoalfjapan/>



2021年春夏「ECOALF」ビジュアル

<この件に関する消費者からのお問い合わせ先>

株式会社三陽商会 カスタマーサポート：0120-340-460 受付時間：11：00-17：00（平日のみ）