

## テスト販売好調で全国展開へ。キリン×コロコロが新 IP 開発で挑む 「子どもが自ら飲みたくなる健康飲料※」という新市場創出の軌跡

※体調管理をサポート（プラスマ乳酸菌・鉄分を配合）/体調管理は、食事・睡眠・運動が大切です



「子どもたちが“好きなことに夢中になる瞬間”を、心と身体の健康を支えることで応援したい。」というビジョンに共鳴したキリンビバレッジと『コロコロコミック』が挑んだのは、新商品プロモーションにとどまらない、これまでにない徹底した子ども目線での「新 IP の創出」でした。

子ども向け健康飲料『つよいぞ！ムテキッズ』は 10 年、20 年先を見据えた「未来のワクワク」を育む長期プロジェクトとして発足した「子どものための飲みもの」です。「ムテキなキミでいてほしい」という両社の願いが結実し誕生したヒーロー『ムテキッズ』は、より子どもたちに刺さる世界観を追求するため、異例のスピードで生まれたキャラクター、世界観です。

両社がタッグを組んで開発した結果、1 年間のテストマーケティングでは想定を上回る売上と反響を記録しました。マーケティングの枠を超えた子どもたちが自ら楽しみながら健康習慣を育むきっかけを作ることができた理由は何なのか。その舞台裏について、キリンビバレッジで本プロジェクトを担当した八尾あすかさん、『コロコロコミック』編集部の西手成人に迫ります。

**キンビバレッジ様からのお声がけの背景にあった「子ども領域のプロの知見を借りたい」想い**

「キン つよいぞ！ムテキッズ」プロジェクトは当初、キンビバレッジとして念願の子ども向けの飲料開発プロジェクトとして始動したものです。始動時の担当者は、育休から復帰したばかりの子育て中の社員。「子ども向けの飲料を作りたい」という社員からの直談判と、キンビバレッジの「子ども領域に力を入れていきたい」という方向性とは合致し、始動したものでした。キンビバレッジが目指したのは、親が子どものために買い与えるものではなく、子ども自身が「飲みたい！」と主体的に選びたくなる飲料。そのため、パッケージには子どもたちにとって魅力的なキャラクターを作りたいと試行錯誤していました。

しかし、キンビバレッジにとって、子ども領域は未知のもの。デザイン案を検討し、調査上も一定の評価を得ていたものの「本当に子どもにとって魅力的なキャラクターを作れているのか」という葛藤や「これでいける！」という自信を持ち切れませんでした。そこでキンビバレッジが声をかけたのが、『コロコロコミック』編集部でした。

キンビバレッジからの相談に対し、『コロコロコミック』編集部は「キャラクターとの出会いを一生モノにして、子どもたちが自分から飲みたいと思ってもらうにはマンガ連載をすべきだ」と提案しました。キンビバレッジがこの異例の提案を受け入れたことで、プロジェクトはマンガ化も含めたキャラクターづくりへと舵を切ります。

当時すでに考えられていたキャラクターを実際に目にした西手は、当時の想いを次のように語ります。

「キャラクターとしての完成度は非常に高いと感じました。しかし、マンガ連載を通じてより多くの『子どもたちの好き』を作っていくとなると、今のままでは個性が伝わりにくいと思ったんです。お見せいただいたのは同じようなマスクを付けたヒーロー風の数人組のキャラクターで、見た目の大きな違いが色だったんです。マンガは基本的にモノクロですから、見た目の違いが小さいと、口調などで個性を伝える必要があります。読み手の子どもたちがパッと見たとき、『このキャラクターはこの子だ！』とわかりづらくなるのはもったいないなと思い、そうキンさんへお伝えいたしました」（西手）



そこで『コロコロコミック』編集部側から提案されたのは、キャラクターを再検討すること。「マンガで動かす」ことを念頭に置き、『コロコロコミック』と関わりのあるマンガ家たちにアイデアを募るキャラクターコンペを開く提案が出されました。

「パッケージデザインのメインとなるキャラクターを再検討するとなると、何度も繰り返した調査結果を覆すことになり、それはどうなのかという議論もありました。それでも『子どもの好きを本当に作れているのか自信を持ち切れない』という課題があったことから、キャラクターコンペを進めていただくことにしたのです」(八尾さん)



マンガにすることさえ考えなければ問題がないと言えるほど完成度の高い案を再検討する提案をしたことについて、西手は「申し訳ない気持ちだった」と振り返ります。

「完全オリジナルなものと、元のアイデアをブラッシュアップしたものとを比較する形でやりましょうとお伝えしましたが、それでも普通ではありえないお願いだったと思います。聞き入れてくださり、感謝しています。コンペは編集部員みんなに声をかけ、彼らから先生方に声をかけてもらい、希望者に出してもらおう形で進めました。」(西手)

#### 令和の子どもたちが「ムテキッズを飲みたい!」と思える世界観づくり

コロコロ作家陣によるキャラクターコンペは、2024 年 12 月末から 2025 年 1 月という短期間で行われました。キンビバレッジが「キン つよいぞ! ムテキッズ」で大切にしていたことは、子どもの「やってみたい」「なりたい」「好き」を大事にすること。本プロジェクトでは商品・ブランドが大切にしたい想いを汲み取り、反映する必要があることが特徴のひとつでした。

「通常の作品作りにおいても、作品には作家や編集者のどんな世界観にしたいかという想いが乗っています。今回は、それがキンビバレッジさんの想いを乗せ、作品で伝えていくという形になっただけで、マンガ作りという意味で大きな違いはなかったです。むしろ、『飲料』というテーマがあることで、かえってやりやすいと感じた先生もいたのではないかと思います」(西手)

「本当に多種多様だった」と西手が振り返るキャラクターコンペ作品は、すべて八尾さんたちにも共有されました。そのなかから選ばれたのが、ムテキッズとなるすけまる先生の案です。すけまる先生の案は、キャラクターたちのビジュアルや設定だけではなく、実際に彼らがマンガでどう動くのか、サンプルマンガも添えられていました。



すけまる先生のキャラクター原案

「マンガの形で見られたことは、私たちにとってかなり大きなことでした。それまで『再検討すること』にあまり前向きではなかった社内の人たちも、このマンガを見たことで『今後、こうやってムテキッズの世界観が広がっていくんだ』とイメージが具体化できたのです。これ以降、すんなりプロジェクトが進んでいったように感じています」（八尾さん）

こうして誕生したのが4人のキャラクターたちです。4人はそれぞれ、サッカー、パティシエ、エンジニア、ダンサーと、令和を生きる子どもたちが「なりたい」と憧れる職業を個性としています。これまで『コロコロコミック』で継続して実施している読者アンケートの結果も踏まえながら、子どもたちに人気のある職業を検討しつつ、子どもたちがムテキッズを飲むことで「できた！」と一歩前に踏み出せた喜びを感じられるストーリーに仕上げられるよう検討していきました。

「私には娘がいますが、今の子どもたちが何になりたいと思っているのか知見が十分あるわけではなかったため、ご相談できるのはありがたかったです。」（八尾さん）



「シンプルで魅力や個性がわかりやすく、今の等身大の子どもたちに近いキャラクターにすることで親しみやすさを意識しました。一方で、ストーリーの部分に関しては飲み物を飲んだあとの変化や表現方法をどうすれば面白く伝えられるかは非常に悩みました。そんななか主人公であるサッカー好きだけど人見知りのシュウトくんがムテキッズを飲むことで気持ちが元になり、得意なサッカーで困った人を助けるという話を作ったとき、『ひとつの形が作れたかな』と思いましたね」（西手）



ムテキッズのマンガ「つよいぞ！ムテキッズ」は、4人の等身大の子どもたちがムテキッズを飲むことでそれぞれの個性を生かしたヒーローとなり、子どもたちが日常で出会いがちな困りごとをキャラクター化した集団「コムリンズ」に対峙し、仲間にしていくというギャグマンガです。ここには、八尾さんたちの「ムテキッズは、子どもたちのやりたい・好きを伸ばすブランドにしたい」という想いが反映されています。

「シュウトくんの人見知りのような苦手や嫌いも含めて子どもたちの個性であり、『苦手はダメ』と伝えるのではなく、『苦手も個性として肯定し、上手く付き合いながら、好きや強みを伸ばす』世界観にしたかったんです。そのため、『つよいぞ！ムテキッズ』ではクリーンアップされたコムリンズがムテキッズたちの仲間に入りますし、ムテキッズを飲んだことでシュウトくんの人見知りがなくなるわけでもありません」（八尾さん）



つよいぞ！ムテキッズ 第一話より抜粋

『コロコロコミック』とのプロジェクトを進めるかたわら、ブランドとしてのコンセプト作りも深めていったという八尾さん。一貫しているのは「子どもが好き・飲みたいと思えるブランド」です。

「健康維持の取り組みは、子どもたちにとって『嫌いなものを親から食べさせられる』など、『大変なこと』と認識されてしまう部分があると思います。ムテキッズはそうではなく、子どもが自ら『飲みたい!』と思えるものにすることで、健康にいいことが子どもたちにとってポジティブなものとして生活習慣に根付いていくことを目指したいと思ったのです」(八尾さん)

ムテキッズを次世代にも元気を引き継げる存在に。  
テスト販売を経て全国展開、そして 20 年先を見据えた挑戦は続く

ムテキッズは、2025 年 6 月 17 日よりテスト販売を実施。テスト販売の成果は上々で、2026 年 3 月からの全国展開へと弾みをつけられる結果となりました。

テスト販売の結果について、八尾さんは次のように語ります。

「既存商品と子ども向け飲料という市場を取り合うのではなく、『ムテキッズ』を並べると子ども向け飲料カテゴリーの市場が伸びるという展開が見られました。実際に『コロコロコミック』で『つよいぞ! ムテキッズ』を読んだお子さんから『どうしても飲みたいからとせがまれ、探しに行きました』というお声や、『近所に販売店がなかったため、遠方に住む祖母に買って送ってもらった』『通勤先で見つけて買って帰った』といったお声がありました。マンガを読んで『飲みたい!』と思った子どもたちの思いの強さを感じ、うれしかったです。『サッカーをやっているから、シュウトくんデザインのものがほしい』というコメントもいただいているんですよ。市場の取り合いではなく、新たに市場を作り、伸ばせている結果だと捉えています。今後の全国展開への自信を深められました」(八尾さん)

読者からファンレターも寄せられていると西手。「全国で販売するといいな」「マンガを読んでも、ムテキッズを飲みたいくなりました」といった声も多かったといいます。



「つよいぞ！ムテキッズ」は、キリンビバレッジ社内で「自社商品が『コロコロコミック』で連載されている新しい取り組み」と認識されているとのこと。『コロコロコミック』読者であるキリンビバレッジ社員の子どもの持つ親たちから「読んでいるよ」「楽しみにしているよ」という声をかけられることもあるのだといいます。

「ふだんの広告施策とは違う広がり方をしているなと感じます。お客様のお声から、ストーリーと共にブランドが子どもたちに根付いていく様子も感じられていて、今回の取り組みをやってみて良かったと感じています。我が家でも、今回のプロジェクトを機に『コロコロコミック』を買うようになり、娘が読者になったんです。娘からは『ムテキッズ、毎日飲みたいから買ってきて』『今月はムテキッズの他に、この漫画がおもしろかった』など親子の会話も生まれています」（八尾さん）

キリンビバレッジがムテキッズで目指すのは、手洗いうがい、歯磨きのように、飲料による手軽な健康習慣を当たり前にすること。健康な人生の第一歩をつくることに貢献するビジョンを描いており、見据える先は20年後にまで至ります。

「最近、社員のお子さんがシュウトくんデザインのムテキッズを飲んでサッカーの試合に臨み、勝てたことに対し、『ムテキッズを飲んだから勝てたのかな』と話していたと聞きました。子どものうれしい瞬間や経験とともにムテキッズがあることで、『健康って大変』というイメージから、『手軽に当たり前に行うもの』『やりたいや好きの瞬間を守り、応援するもの』として根付いていったらいいなと思っています」（八尾さん）



「『コロコロコミック』も親世代から子世代へと2世代に渡って読んでくださる方たちが出てきました。今、ムテキッズを読んで飲んでいる子どもたちが大人になり子どもを持ったとき、ムテキッズやコロコロコミックを思い出し、我が子につないでいってくれたらうれしいですね。10年20年先も誰かに元気を引き継いでいく存在にしていけたらと思っています」  
(西手)

西手は「今回の経験からすべての商品をキャラクターにできると思えた」と胸を張ります。まずは、キンビバレッジとムテキッズを全国の小学生に知られるキャラクターにしていくなことが目下の挑戦ですが、「他の商品も、ぜひお話があれば何でもやりたい」と意気込みを見せてくれました。子どもたちに知ってもらいたい商品の価値、想いをコンセプト作りから共に悩み、最適な形でお届けする。これからも、『コロコロコミック』は子どもに届ける力を持ったクリエイティブ・パートナーを求めている企業様と、新たな未来をつくってまいります。





## プロフィール

### 西手 成人（にしで なると）

2004 年入社。コロコロコミック編集部歴 16 年。

これまで「デュエル・マスターズ」、「妖怪ウォッチ」などを担当。

現在は、ゲームやホビーマーカー以外の企業タイアップ漫画にも積極的に取り組み、各企業が抱える課題に寄り添い、商品・サービスが持つ魅力を最大限引き出すことで子どもたちにとって一生モノとなる接点を創出。コロコロコミックが持つ可能性を常に引き出し続けている。



### 八尾 あすか（やお あすか）

2024 年キリンホールディングス株式会社入社後、キリンビバレッジ株式会社 マーケティング部ブランド担当 ヘルスサイエンスチームに配属。2025 年よりムテキッズを担当。6 歳娘の子育てに奮闘中。



## 作品情報

作品名：「つよいぞ！ムテキッズ」（「月刊コロコロコミック」で連載中）

作者：すけまる

単行本：「つよいぞ！ムテキッズ」第 1 巻好評発売中 価格／770 円（税込）発行／小学館

URL： <https://www.corocoro.jp/title/981>

あらすじ：

子ども健康飲料「つよいぞ！ムテキッズ」を飲んで変身したムテキのヒーロー！ 日常にあふれる困りごとがモンスターに扮した「コマリンズ」を撃退！ ギャグあり感動ありの最強飲み物漫画が爆誕！！



## 商品・サービス情報

名称：

- ①「キリン つよいぞ！ムテキッズ」 100ml・ペットボトル
- ②「キリン つよいぞ！ムテキッズ」 100ml・ペットボトル 6 本パック



発売日：2026 年 3 月 17 日（火）

希望小売価格：①150 円（税込）②900 円（税込）

URL： <https://mutekids.kirin.co.jp>

販売：キリンビバレッジ株式会社

- ・すっきり飲みやすいヨーグルトテイスト
- ・プラズマ乳酸菌 500 億個（子ども 1 日分目安量）と、鉄分 1.2mg を配合

