

### 3 小売業事例

地元の山ぶどうを使用したワインの販売（差別化商品の開発）	13
純米大吟醸を原料にした無添加石鹸の開発（差別化商品の開発）	14
生き残りをかけた日本酒の輸出（新たな販売方式の導入）	15
地元特産品のきゅうりを使用した酒類の開発・販売（差別化商品の開発）	16
未利用資源を活用した食品の商品化（差別化商品の開発）	17
地域水産資源を活用した単式蒸留しょうちゅうの開発（差別化商品の開発）	18

## 地元の山ぶどうを使用したワインの販売

### 小売業事例

#### 1 具体的な取組内容

4農協の合併により誕生したAは、米価下落の影響の中、米以外の農産物で農業者の所得向上を図るため、平成15年に山ぶどうの栽培及び研究を行うことになった。

平成16年から本格的に取り組み、ジャムやジュース等の加工品を商品化し、栽培面積、農業者数ともに増やしていったが、収入が頭打ちとなり、次第に農業者の生産意欲も薄れていった。

そんな中、農業者の一人から「ワインにしてみてもどうか」という提案があったことから、小仕込みが可能で、山ぶどうを使用したワインを製造しているBに依頼することになった。使用品種や熟成期間等の研究、試作を重ねた結果、平成20年2月、県の奨励品種の山ぶどうを使用したワイン（果実酒）が完成した。

初年度（平成20年）は限定700本であり、10日間で完売したことから、2年目は2,700本と増産して、Aのほか、道の駅や市内の小売酒販店で販売しており、3月上旬からゴールデンウィーク前までの間にほぼ完売の状況である。

なお、Aでは、市と連携した商品企画のほか、ラベルやポスターの作成まで手掛けている。

#### 3 取組の効果

農業者も当該ワインの商品化を喜んでおり、増産への意欲を高めている。

## 純米大吟醸を原料にした無添加石鹸の開発

## 小売業事例

## 1 事業者の概要

Aは創業300年を越す土産販売会社であり、特産品を通して、地元の県の魅力を全国に広めたいとの思いから、「地域性・本物志向・おいしさ」にこだわり、厳選された特選品、スイーツなどを県内の空港など8店舗とインターネットで全国的に販売している。

Bは享保年間創業の清酒製造業者であり、地元が発祥である酒米を使用して、こだわりを持った純米酒造りに取り組んでいる。

## 2 具体的な取組内容

Aは、地域の日本酒文化の伝統・普及を目指して、清酒を練り込んだ化粧石鹸をB及びハーブ研究所Cと共同開発した。

開発の経緯は、近年、日本酒の効能が注目される中、大手化粧品メーカーが日本酒に含まれる保湿成分などを活用した商品を発売していることを知り、手作り石鹸を製造するハーブ研究所Cに清酒を原料にした石鹸の開発を提案したものである。

開発に当っては、地域貢献も視野にいれ、地元のBによる純米大吟醸原酒を原料とした。

今回共同開発した石鹸は、パーム油から作られた石鹸素地に天然の白樺樹液を加え、さらにBの純米大吟醸原酒を入れて、季節や温度に合わせて手作業で丁寧に練り込み、1ヶ月ほどかけて自然乾燥させ仕上げている。

平成21年5月からAの3店舗を中心に限定100個で発売すると、瞬く間に完売したため、本格的に販売したところ、ネット販売分は即日完売、店舗販売分も3日で売り切れた。

価格は木製の升入り1個1,050円(80g)と、化粧石鹸としてはリーズナブルな価格設定となっていると言われていたこともあり、消費者から好評を得ている。

## 3 取組の効果

Aにとっては、地元産清酒の関連商品として、新しい分野での土産・ギフト品としての市場を開拓することができた。

Bにとっては、純米大吟醸原酒を原料として使用されることで、原酒の知名度が向上でき、清酒の販売拡大が期待される。

## 生き残りをかけた日本酒の輸出

## 小売業事例

**1 事業者の概要**

Aは昭和40年代開業の酒類小売店の2代目である。

販売している日本酒は、東北を中心とした地酒がメインであり、地元における地酒専門店の草分け的存在である。

輸出事業への意欲は旺盛であり、人脈等を通じた積極的な情報収集と輸出のために蔵置場の設置許可を自ら受けるなど取り組んでいる。

**2 具体的な取組内容**

Aは、平成20年に東北の蔵元20社とともに、東北各県の日本酒の海外輸出に向けた販路拡大と海外での東北の個性豊かなオリジナルブランドの確立を目指した協議会を立ち上げた（平成22年1月現在の蔵元数は28社である。）。

当協議会の代表者に就任したAは、人脈等を通じて関係方面から入手した各種イベントや商談会等の情報提供から、参加までの手続き等をフォローしている。

平成20年8月には「香港WINE EXPO」に参加することにより、協議会の地元の酒販店等による会員蔵元名及び商品（銘柄）のアピールができ、取引拡大の契機となった。

平成20年10月からは韓国に輸出している。韓国での販売は、飲食店や小売店等が中心であり、また販売している日本酒の大半は180mlカップ酒となっている。

**3 取組の効果**

会員の取引拡大に貢献している。

現在は韓国が主な輸出先となっているが、今後も各種イベント等に積極的に参加して、輸出先の販路拡大を目指すこととしている。

## 地元特産品のきゅうりを使用した酒類の開発・販売

## 小売業事例

**1 事業者の概要**

Aは、商工会議所、市及び農業協同組合が、特産品であるきゅうりを使用した様々な商品開発に成功した事業を引き継ぐため、地域資源を活用したブランド品の開発と販売などを主な目的として平成21年に設立された合同会社である。

**2 具体的な取組内容**

地域資源を活用したブランド品開発を目的に、商工会議所、市及び農業協同組合が、平成18年度以降、日本商工会議所の「地域資源∞全国展開プロジェクト事業」などを活用し、地元名産のきゅうりを原料としたリキュールを開発した。

平成21年9月には、この事業を手掛けるためにAを設立した。リキュールの発売は順調な滑り出しであり、地域振興につなげるために、地元の小売酒販組合員の店舗や農産物直売所での販売のほか、観光客を対象に空港売店での販売や、温泉地での提供など、全国への普及や販路の拡大も目指している。

**3 取組の効果**

地元の特産品を使用した商品を開発することで、地域の活性化に繋がるとともに、農家の経営安定に貢献できる。

販売面では、きゅうりの主な出荷先が首都圏であることから、首都圏での販路拡大も期待できるほか、女性への需要拡大も狙っている。

さらに、酒類以外にもきゅうりを使用した食品や美肌パック等を販売しているほか、リキュールと同名のドリンクも開発しており、今後は同じブランド名の使用を通じた相乗効果による需要拡大が期待される。

## 未利用資源を活用した食品の商品化

## 小売業事例

**1 事業者の概要**

小売業者であるAは業界の構造変化等を踏まえ、地元の酒造好適米を栽培して「生産者の顔の見える地酒」の販売や休耕田を活用したそば焼酎の販売を行ってきた。

また、いも焼酎の原料になるコガネセンガンを地元の小学生と一緒に栽培・収穫し、地元産いも焼酎を販売している。

**2 具体的な取組内容**

Aは一定の割合で利用されることもなく埋め立て処理されるリンゴがあることに着目した。

単純にリンゴジュースとして販売するのではなく、「地域の将来を担う子供たちに、カルシウムを強化したリンゴジュースを提供したい」との思いから、地元企業の醸造するリンゴ酢に、地元企業が生成する海洋資源から抽出したカルシウムなどを溶かし込んだリンゴジュースを発売するという地域企業の連携事業を、地域力連携拠点の支援を受けて立ち上げた。

平成20年6月から地域力連携拠点のコーディネートでプロジェクトチームを立ち上げ、1ヶ月に1回のペースで生産農家、酒販店、関係企業等の農商工業者が集まり、試作・試飲等の検討会を重ねた。

平成21年1月に学校給食用カルシウム強化ジュースが完成し、地域の小学校等に学校給食用として提供することができた。

**3 取組の効果**

地域の企業との連携によるものであり、地域経済の活性化に貢献している。今後は、リンゴジュースの搾りかすを原料とした酒類を製造する等により利益率の向上を図る予定である。

## 地域水産資源を活用した単式蒸留しょうちゅうの開発

### 小売業事例

#### 1 事業者の概要

Aは、酒類と各種飲食料品の販売を行うコンビニエンス形態の小売業者である。

Aの代表者は、地域内における過疎化、少子高齢化による地域経済の衰退に危機感を抱いたことから、地域内の有志による活性化グループを立ち上げ、酒類を始めとしたプライベートブランド商品の開発と自社ホームページを活用した情報発信を行っている。

#### 2 具体的な取組内容

B町は熊野灘に面したリアス式海岸を有しており、水産資源が豊富な地域であることから、Aは緑藻類の一種を使った、全国的にも例のない単式蒸留しょうちゅうの開発（製造は酒造メーカーに委託）を行った。

この商品は、地域の各機関（漁協、工業研究所、商工会及び高等学校(※)）を巻き込んだ多彩な連携によって完成したものである。

この取組については、県から経営革新計画の承認を受けており、B町の特産品として、地域での消費拡大及び全国展開を目指している。

※ 授業において、地域資源を使った商品開発の意義を取り上げるとともに、ラベルデザインを生徒が行っている。

#### 3 取組の効果

地域の各種機関と連携した活動であることから、地域経済の活性化に寄与しているとともに、当該商品は、地域特産品の一つとして、B町の知名度向上に貢献している。