

製造業事例

大吟醸酒を使用した生チョコレートの開発 （差別化商品の開発及び販売）	2
昔ながらの酒蔵を活用した観光酒蔵事業の展開 （新たな販売方式の導入）	3
地元産有機酒造好適米を原料とした地酒ブランドの確立 （差別化商品の開発・新たな販売方式の導入）	4
地元のカボチャを原料とした発泡酒の開発 （差別化商品の開発及び販売）	5
ペットボトルのリユースで販路拡大 （差別化商品の開発及び販売）	6
発泡清酒の開発と農商工連携の取組 （差別化商品の開発及び販売）	7
特産品を原料とした酒類の製造・販売 （差別化商品の開発及び販売）	8
海外への販路開拓のための古代米を活用した日本酒の開発 （差別化商品の開発）	9
原料と醸造技術にこだわった深紅の本みりんの開発 （差別化商品の開発及び販売）	10

大吟醸酒を使用した生チョコレートの開発

製造業事例

1 事業者の概要

Aは地元有力者が江戸時代から続けていた清酒製造業を継承する形で設立され、数度の統廃合を経て現在の体制となった。

2 具体的な取組内容

外国に清酒工場を建設した際に、現地の人々がチョコレートをつまみに清酒を飲んでいる姿を見たことをきっかけとして、チョコレートと清酒の相性の良さを若い人にも知ってもらおうとともに、清酒のすばらしさを伝えたいとの思いから、自社の大吟醸酒を使用した本格的な生チョコレートの開発に着手し、平成21年に商品化した。

2年目となった平成22年は、全国新酒鑑評会で金賞を受賞した大吟醸酒を使っておいしさにこだわったほか、販売時期をバレンタインデーに限定し、在庫を抱えない完全注文販売制とすることで希少性を強調し、自社のホームページ及びメールマガジンでPRを行った。

3 取組の効果

清酒を使用した生チョコレートは他でも多く見受けられるが、味にこだわった高級路線と期間限定という希少性がファンをつくりつつあり、また、地元テレビ、新聞にも取り上げられたことから、前年より売上を大きく伸ばしている。

この商品は主に若い女性が購入しているが、年配の男性からの問い合わせも多く、これについて、Aでは、全国新酒鑑評会の金賞受賞酒を使用しているということに関心を持ったためと分析している。

Aでは、今後も清酒をベースにした様々な商品を企画し、清酒ファンの拡大を目指す予定である。

昔ながらの酒蔵を活用した観光酒蔵事業の展開

製造業事例

1 事業者の概要

Aは、小さいながらも地元の米と湧水を原料として酒造りをしている江戸時代創業の清酒製造業者である。

2 具体的な取組内容

長い歴史を有する昔ながらの酒蔵を観光資源として最大限に活用することで、既存商品の売上増加などを図っている。

平成19年には、酒蔵の一部を改造してレストランを併設し、地元の食材をふんだんに使ったランチなどを提供している。

3 取組の効果

マスコミ各社で報道されたこともあって、レストランに近郊の観光施設・温泉地への往来客が立ち寄ってくれるようになり、最初の数か月は既存商品の売上が伸びた。

しかし、翌年以降は徐々に客足が減少したことから、現在は事前予約制で営業を行っており、今後は近郊の観光施設などとの連携を探りながら、来客数を増やしていく予定である。

取組の類型：差別化商品の開発
新たな販売方式の導入

仙台国税局管内

地元産有機酒造好適米を原料とした地酒ブランドの確立

製造業事例

1 事業者の概要

Aは地元の米と湧水を主な原料として酒造りをしている明治初期創業の清酒製造業者である。

2 具体的な取組内容

地元で生産された有機酒造好適米を原料として、有機JAS規格に準拠して製造した特別純米酒を酒販店に直接販売することにより、米の生産者から販売店までのトレーサビリティが可能になる仕組みを構築することとした。

また、平成21年に経営革新計画の承認を受けたことから、低利の融資を活用して圧搾機やサーマルタンクを購入し、長期貯蔵による製品のビンテージ化にも取り組むこととした。

平成21酒造年度*は約40石（約1.5kℓ）を仕込んだが、将来的には300石（約11kℓ）程度にまで増やしていく予定である。

※ 酒造年度とは、7月から翌年6月をいう。

3 取組の効果

地元農家の活性化に貢献できるほか、従来から取引のあった信頼できる酒販店を中心に販売していくこととしているため、酒販店は当該商品を優先的に取り扱えるメリットがあるほか、トレーサビリティが可能な商品であるため消費者も安心して購入することができる。

また、ビンテージ品として販売することにより当該清酒の付加価値が高まり、需要の拡大が期待できる。

地元のカボチャを原料とした発泡酒の開発

製造業事例

1 事業者の概要

Aは大正時代創業の清酒製造業者であるが、地ビールや発泡酒の製造も行うほか、清酒や地ビール等と郷土料理を提供するレストランの経営も行っている。

2 具体的な取組内容

Aは、地元産食材を利用した地ビールの商品開発に積極的に取り組んでいる。

これまでに、牡蠣を原料とした発泡酒や地元生産の麦Bを原料としたビールなどの製造販売を行うほか、近年のアルコールの消費量の低迷や嗜好の多様化に対応するために、Bを原料としたコーラの商品開発にも取り組んできたが、新たに、C地域で生産されているカボチャを原料とした発泡酒の製造販売を始めた。

このカボチャは、県環境保健センターにおいて開発され、C地域の農家で生産されたもので、フルーツ並みの甘さを有していることから、でんぷんを効率よく糖化できるという特徴があり、発泡酒の製造に適していた。

この発泡酒は、カボチャがもたらす黄色の色合いとほんのりとした甘さ及びコクが特徴で、初年度は300本限定（330ml、480円）で販売したところ、販売開始後すぐに完売するほど好評であった。

なお、地元においては、このカボチャを原料としたアイスクリームやコロッケなどが既に販売されており、今後も新たな商品の開発が行われる予定となっている。

3 取組の効果

地元で生産された農作物を原料としていることから、地産地消に貢献するとともに、地域の活性化にも寄与しており、地元マスコミにも取り上げられている。

特に、生産農家からは、生産意欲の向上につながるとして、大いに期待されている。

また、発泡酒に関しては、ビール愛好家などから「フルーティーな香りとコクがある。」と大変好評であり、次回の販売を待ち望む声が多く聞かれる状況である。

ペットボトルのリユースで販路拡大

製造業事例

1 事業者の概要

Aは清酒及び連続式蒸留しょうちゅう、単式蒸留しょうちゅうの製造販売を行っているが、清酒の販売の低迷から焼酎の販売へとシフトし、現在、全課税移出数量に占める焼酎の課税移出数量の割合は95%を超えている。

2 具体的な取組内容

Aでは、ビンより耐久性があつて軽く、流通効率も高まるためペットボトルを使用しているが、酒販店では回収したペットボトルを廃品業者に処分費用を払って引き取ってもらっていると聞き、自社のペットボトルだけでも回収して何とか再利用できないかと考え、40ペットボトルのリユースを開始した。

酒販店が料飲店から引き取ったペットボトルを、製品を納入した帰りの空きトラック（自社便）を利用して自社に持ち帰り、従業員が再利用可能なものを選別する。選別したペットボトルは、自社で改良・製作した高压洗浄機を使い洗浄している（再利用は2、3回が限度）。

また、回収先の酒販店に対して代金を支払う方法により、酒販店や消費者の協力を得て良質なペットボトルを確保している。

3 取組の効果

この取組に賛同した隣県の酒販店のグループや酒販協同組合から取引の話が持ちかけられたほか、ペットボトルの購入費用も軽減されている。

他の団体等からも引き合いがあり、販路の拡大を図っていきたいが、流通面のコストの問題もあり、販売範囲の拡大には限界があるため、当面は近隣の参加者を増やし、ペットボトルのリユースの効率を向上させていきたいと考えている。

発泡清酒の開発と農商工連携の取組

製造業事例

1 事業者の概要

Aは、社長の交替を機に量から質へと生産体制を変革し、現在では、吟醸酒の構成比が4割を超えるまでになった。

また、地元で酒米生産者組合を設立し、酒造好適米「五百万石」の総量契約買取り制を導入するなど、農家との協働を進めてきた。

2 具体的な取組内容

Aは高品質、高付加価値の商品造りを目指して吟醸酒を主力とする一方、平成6年から発泡清酒の製法技術の開発に取り組んでおり、平成20年に発泡吟醸酒「B」を商品化した。

「B」は、製品・製造特許を取得し、連携農家が生産した減農薬栽培による酒造好適米を原料として更に付加価値を高め、国内外の高級市場を中心に販売を行っている。

当面は世界に通じる商品造りを目指して「B」の品質の安定化を図るとともに、フランスのぶどう農家とシャンパンメーカーのような信頼関係に裏打ちされた地域活性化を地元で実現させたいと考えている。

海外での清酒の需要が伸びていることから、将来的には、「B」の輸出の拡大を目指していく。

3 取組の効果

この取組は平成20年に農商工等連携事業計画の認定を受けており、3期目となった現在は、連携農家が生産米の総量買取り制により安定した収入を得ながら高品質な米作りに専念できるため、清酒の安定した仕込みが可能となる生産量が確保でき、Aは地域ぐるみの活性化・経済効果に手ごたえを感じている。

なお、「B」は、国際的なイベントにおいて食前酒や乾杯酒に採用されるなどの高い評価を受けているほか、国内において知名度の高い旅館・ホテル・レストランでも取り扱われていることから、今まで清酒になじめなかった人にも受け入れられ、国内はもとより10数か国に向けて輸出されている。

特産品を原料とした酒類の製造・販売

製造業事例

1 事業者の概要

Aは明治初期創業の清酒製造業者である。

10年前から社員体制での製造に踏み切り、少量生産によるコスト高を補うこと、地元農家との契約栽培による地産地消を推進するなど、他社商品との差異の明確化、差別化に努めている。

2 具体的な取組内容

平成17年に、B市から特産品のいもを原料とした焼酎の開発相談がAに寄せられた。これは合併により誕生したB市の特産品を用いて新しい商品を開発し、市民全員が共有できるシンボルを作りたいとの発想から生まれたものである。

この焼酎の開発に当たっては、規格外品のいもを原料として使用することにより、いもの使い道を増やし、生産者のロスを軽減することを主眼とした。

試験醸造の良好な結果を踏まえ、平成18年にB市、農協、商工会等が参加した地域ブランド戦略会議が結成され、本格的に焼酎の開発に着手した。平成19年8月にしょうちゅう製造免許を取得して9月に製造を開始し、10月には、B市ブランド第一弾となる本格焼酎「C」として発売した。

平成19年は2トンのいもで2,600本（720ml）を製造し一週間で完売、平成20年は7トンのいもで10,000本を製造して半年で完売した。平成21年以降は、10トンのいもで14,000本を製造するなど、製造量は順調に推移している。

この経緯や実績を基に地域産業資源活用事業計画を作成し、平成21年9月に認定された。

この事業計画では、認定以降の5年間で古酒や原酒商品の開発、伝統工芸品とのコラボレーション商品の開発を合わせて行うなど商品アイテムの拡充を図り、ブランド力の構築に努めるとともに、インターネットを活用した通信販売、首都圏を中心とする県外への販路拡大等を図ることとしている。

なお、事業計画終了時には13トン以上のいもから18,000本以上を製造し、焼酎を清酒と並ぶ事業の柱にすることを目標としている。

また、製造に当たっては、焼酎粕の処理に苦慮していたが、地元農家の稲作用液肥として試験活用を始めており、その効果が注目されている。

3 取組の効果

地元の特産品を使用した商品開発に積極的に取り組み、また、地元マスコミにも大々的に取り上げられるなど地産地消に大きく貢献するとともに、地域経済の活性化に寄与している。

海外への販路開拓のための古代米を活用した日本酒の開発

製造業事例

1 事業者の概要

Aは明治時代創業の清酒製造業者で、早期に吟醸酒を商品化するなど、これまで高付加価値の酒造りを行ってきており、大吟醸酒及び吟醸酒の売上割合が5割以上を占めている。

清酒の国内消費が低迷する中、Aは、海外に新たな販路を求め、輸出に積極的に取組んでおり、レストランなど海外事業にも投資している。Aは、発展著しく、旺盛な購買力を有する中国に着目し、中国人の嗜好に合った清酒を開発することを計画した。

2 具体的な取組内容

開発するのは、県内産のもち米の一種で甘みが強く香りが高い古代米（緑米）を原料として製造した貴醸酒で、中国人富裕層の贈答品としての需要を見込み、中国国内価格を1本50,000円（750ml）に設定した（なお、古代米は県内の農業法人から安定的に供給を受け、輸出に関しては、日中間で輸出ビジネスの実績のある法人から支援を受けることになっている。）。

この取組は、平成23年2月に農商工連携事業計画として認定された。事業は5年計画で行うこととしており、北京、上海、大連等の中国主要都市で貴醸酒の試飲会、市場調査を重ねつつ販売し、古代米の生産増加も図ることとしている。

このほか、開発に先行して既製の貴醸酒（自社製品）を中国国内の博覧会に出品して中国人の評価などのサンプル調査を実施しているほか、専門の蔵人を配置し、新たな貯蔵設備（サーマルタンク、低温貯蔵庫など）を導入するなど、万全の体制で取り組んでいる。

原料と醸造技術にこだわった深紅の本みりんの開発

製造業事例

1 事業者の概要

Aは江戸時代創業の酒類製造業者である。

「地産地消」という理念のもと、原材料に地元で栽培された酒米を使った酒造りや地元の高等学校とコラボレーションした甘酒（ノンアルコール）等を製造している。

2 具体的な取組内容

Aは、発色の良い紫黒もち米を使用し、県が開発した色素を多く残す醸造技術を用いて、色鮮やかな深紅の本みりんを開発した。

商品名は、その色合いからイタリア語で「深紅」を意味する語とした。また、ボトルやパッケージデザインも従来のみりんとは異なる斬新なものを使用している。

このみりんは、調味料としての「みりん」のイメージを覆す鮮やかな色彩から、飲料としても訴求できることが特徴で、地域の農林畜水産物を利用した加工食品の全国コンクールにおいて高い評価を受け、全国の強豪を抑え最優秀賞である農林水産大臣賞（新技術開発部門）を受賞した。

開発から3年を経た現在は、熟成によってどのように変化するかを研究しており、みりんの新たな可能性を追究している。

3 取組の効果

県内で栽培された紫黒もち米を原材料に使用していることから、Aの理念でもある地産地消に貢献するとともに地域経済の活性化にも寄与している。

また、従来にないカテゴリーの商品であったため、どのような商品か販売先に伝わらない苦労もあったが、新聞、インターネット等で取り上げられて知名度が向上したことにより、引き合いが増加するなど好評を博している。