

製造・卸・小売業等複合事例

開拓者精神を感じるプライベートブランド清酒の開発・販売 （差別化商品の開発及び販売）	2
酒蔵や飲食店等による「食」の観光振興 （イベント等による認知度の向上）	3
災害復興と地域農業支援のために酒米栽培から手がける酒造り （新たな生産方式の導入・差別化商品の開発及び販売）	4
地酒で県内同時乾杯イベントの開催 （イベント等による認知度の向上）	5

開拓者精神を感じるプライベートブランド清酒の開発・販売

製造・卸・小売業等複合事例

1 事業者の概要

A地酒会は、B酒販組合青年部会の会員に、地元の酒類製造業者Cと農協を加え、平成6年に発足したグループである。

2 具体的な取組内容

A地酒会は、地元の原野の開拓に身をささげた明治の人々の開拓者精神を感じてほしいと考え、開拓された土地で収穫された米と水を使用し、Cに清酒の製造を依頼した。

初年度は12,000本(720ml)を製造し、会員だけで販売したが、駅前で試飲会を行ったほか、地元新聞などにも取り上げられたこともあったためか、1年も経たずに完売となった。

翌年も15,000本を製造したところ、同様に完売となったため、新たに生貯蔵酒(300ml)を製造し販売した。

平成10年からは、新たに会員となった酒類製造業者Dにも依頼して、新たな銘柄の清酒を10,000本(720ml・1800ml)製造して販売した。この商品は、会員が酒造りに参加しただけでなく、地元の大学の学生がラベル作り等に参加したり、大学の留学生や一般市民が会員と共に田植えを行うなどにより、地域を巻き込んだ活動になっている。

以後、時代の流れに合わせ、より高品質で付加価値を高めた純米大吟醸酒も製造、販売している。

3 取組の効果

B市の観光協会やコンベンションビューロー*などに加盟したことで、地元で開催される各種のイベントに数多く参加できるようになり、商品の販売数量の増加につながっている。

また、会員となっている農協から必要な量の地元の米を必要なときに容易に調達することが出来ることも大きなメリットとなっている。

今後は、活動の活性化を図るためにも、新たな会員を加えるなどして、世代交代をしていくことが課題とされている。

※ 会議、イベント等を誘致し、支援を行う機関。

酒蔵や飲食店等による「食」の観光振興

製造・卸・小売業等複合事例

1 事業者の概要

Aは、衰退傾向にある地元飲食店の現状を打開し地域の活性化を図ることで、地酒の消費量低下に歯止めをかけようと、平成21年10月に地元の酒蔵、酒販店及び飲食店等が中心となって設立した地酒研究会である。現在の会員は、地場の飲食店、観光事業者、食品事業者、酒販業者、地元の酒類製造業者の社員、大学関係者等20数名であり、地元の酒類製造業者がサポート役として参画している。

2 具体的な取組内容

Aは地酒と地元料理を組み合わせ「食」の観光振興を図るため、様々な情報を発信している。

平成22年度は、地域の産業振興プロジェクト支援助成事業に採択されており、助成金を受けて地酒のブランド育成に取り組んでいる。

地酒の価値を考察する研修会や地元の蔵元見学会の実施、地域の複数の蔵元の清酒を飲み比べできるイベントの開催等、地酒のPRを実施している。また、イベント開催時に行った消費者動向のアンケート調査等を活用し、飲食店の参考となる商品ニーズ等の情報提供を行っている。

特に、平成22年9月に実施した市内54店舗の飲食店を対象とした「地酒アンケート」は、店が力を入れて提供している酒類、来店客が好む清酒の味や飲み方、店が清酒を取扱う際に重視するもの、地酒に合う料理及び地酒の製造業者に対する要望等を回答してもらったものであり、その取りまとめ結果は地元紙にも取り上げられた。

3 取組の効果

蔵元見学会や研修会等を通じて、各会員の地酒に対する理解が一層深まったほか、各種活動が地元紙に取り上げられたことによって、Aの活性化にも貢献している。また、一般市民を招いたイベント等を開催したことによって、多くの人に歴史ある地酒の価値を再発見してもらうことができた。

今後は、アンケート結果等の各種情報について、より多くの関係者に活用してもらい、目的としている「食」の観光振興に結び付けたいと考えている。

災害復興と地域農業支援のために酒米栽培から手がける酒造り

製造・卸売・小売業等複合事例

1 事業者の概要

A会は、災害で被害を受けた地元の有名棚田の再生に寄与する目的で、平成17年にB地区を中心とした清酒製造業者とその取引先である酒販店が共同で立ち上げたグループである。

2 具体的な取組内容

A会は、災害からの復興と地域農業を酒屋の立場から支援できないかと、有名棚田の耕作放棄地を利用したプロジェクトを5年前から始め、会員自ら農作業を行い、酒米の栽培を開始した。

酒米は6反（約60アール）から徐々に作付面積を増やし、平成22年は2町2反（約220アール）に拡大している。このうちの4反（約40アール）は純米大吟醸酒用に生産した合鴨農法による有機栽培米である。

収穫した酒米は杜氏の指導を受けながら会員が仕込み、こだわりの清酒ができあがった。この清酒は、会員の店でのみ販売を行っている。

なお、A会には設立以降数者の加入があり、現在は県内20の小売業者が参加している。

3 取組の効果

自ら作った酒米で清酒を造り、地域に還元したいという思いが、地主、農家、蔵元及び酒販店の協力による差別化商品の限定販売という形で実現したものであり、造り手に確かな手ごたえと希望の光を与え、棚田を荒廃から救うことにより地域農業へ大きな貢献を果たすとともに、地域関係者には復興のシンボルの1つとなった。

この取組は地元テレビでドキュメンタリーとして放映され、マスコミにも注目されている。

B地区の小売店のみでは限界があるため、今後は地元農家との「契約栽培」や草刈、田植えなど部分的に手助けする「援農」、また、農機具関係業者や、有機肥料業者とのコラボレーションによる米づくりを考えている。

直近ではサポーターを募集し、平成22年の田植えには総勢60人が参加している。

現在、この清酒は年間約10,000本（720ml）の出荷があり、Cの全出荷量の約1割を占めており、今後のさらなる伸びが期待される。

さらに、首都圏からの引き合いがあり、棚田で栽培した飯米と併せて取引を開始する展開も進んでいる。

地酒で県内同時乾杯イベントの開催

製造・卸・小売業等複合事例

1 事業者の概要

Aは、平成19年に県内の酒販店と蔵元により発足したグループで、現在は酒販店7者、蔵元8者の計15者が参加している（平成22年8月現在）。

2 具体的な取組内容

Aは、県内で製造された清酒や単式蒸留しょうちゅう等の魅力を全国に向けて発信し、その認知度を高めることを目的としており、これまで、料飲店を対象としたセミナーや交流会のほか、酒造りの基本となる水（水源となる森）を守るための森林整備事業への寄付活動を実施している。

経済不況、地酒の消費低迷が続く中、少しでも「明るく・楽しく、また明日への活力」が生まれてほしいと思い、また、人の和を広げ、より多くの人に地酒の良さや人とのつながりの良さを再認識して楽しんでもらい、地酒業界・飲食業界の活性化につなげようと、平成22年9月にイベントを実施した。

このイベントは、同日同時刻に、県内各地の飲食店等において、県内の酒蔵で製造された清酒で一斉に「カンパイ」というもので、業界初の企画である。

参加者は、会員の呼びかけで事前に登録した飲食店187店の客や、家庭、事業所等のグループで、総勢6,744人に及んだ。

3 取組の効果

多数の者が参加して地酒を味わったという事実は、今後の地酒の需要振興、認知度の向上に好影響を与えたものと考えられる。地域によっては、登録した飲食店を巡回し、参加者に自社製品を振舞うなど、カンパイ終了後も独自にPR活動を行い、販路の拡大につなげた蔵元もいた。

また、開催日前後に新聞や雑誌等にイベント内容が紹介され、開催当日も地元テレビ局のニュースにおいてカンパイの様子が生中継されるなど、メディアによるPR効果は非常に大きいものとなった。全国的な業界紙にも取り上げられたことから、遠方の県からも同様の企画をしてみたいという問い合わせがある。

今後は、登録する飲食店の地域的な偏りをなくして県内全域をカバーできる体制づくりや、今回の参加者に対するフォローアップを行いつつ、ギネスブックへの申請等により、さらに多くのメディアにPRして参加者を増やすなど、より効果的な対応を図りたいと考えている。