

2 卸売業事例

「食料産業クラスター事業」の活用事例 2
(差別化商品の開発)

卸売業者主導による酒造メーカーと新商品の開発・販売 3
(差別化商品の開発及び販売)

「食料産業クラスター事業」の活用事例

卸売業事例

1 事業者の概要

A社は、大正時代から酒類卸売業を営む地場の酒類販売業者であり、以前は多数のコンビニエンスストアとの取引により一定の売上を維持してきたが、この契約の終了に伴い売上が減少し、新たな事業展開を思案していた。

2 具体的な取組内容

このような経営環境の中、A社は「自らが、商品開発にも関わった独自商品の取扱いが重要」との意識を持つようになった。

その対象として地元の果物を活用した酒類の製造に着目し、この商品化に向け、農林水産省が推進する「食料産業クラスター協議会」（地域の食品産業と農業の連携により、食材・人材・技術その他の地域資源を有機的に結びつけるネットワークを形成し、国産農水産物を活用した高付加価値食品の供給及び産地ブランドの確立を図る事業）に入会した。

自らが酒類製造業者や原料調達先と連携したクラスター形成に取り組み、農林水産省からの助成金を活用して、地域特産の梨を利用した「梨チューハイ」の開発・商品化に至った。

3 取組の効果

「梨チューハイ」は、販売開始から3年4か月で、227k0の販売実績を挙げており、この成功を契機に、「スイカチューハイ」や梨を利用した清涼飲料水「梨サイダー」の開発・販売にも取り組むなど、事業規模を拡大しつつある。

卸売業者主導による酒造メーカーと新商品の開発・販売

卸売業事例

1 事業者の概要

Aは、県内の酒類製造者、酒類販売業者が出資して設立した県内地場酒類卸売業者であり、県産焼酎の販路開拓や拡販を牽引する会社である。

2 具体的な取組内容

(1) Aは、県内酒造メーカーを対象に「勉強会」を開催し、新商品開発や需要振興に向けた取り組みへの支援を行っている。

勉強会において、新商品企画等に参加する酒造メーカーを募り、商品化に向けた具体的な協議会を開催し、企画の実現化を図っている。

(2) 商品Bの企画では、その酒造年度当初に、単一で仕込んだ焼酎（ブレンドをしていない焼酎）を十分な酒質とするため150日間の貯蔵を行い、統一ロゴをラベルに表記した商品を、3月1日に各社一斉に販売している。

当初は6酒造メーカーの参画であったが、5年が経過した現在、13酒造メーカーの参画に拡大されており、県における季節的定番商品になりつつある。

3 取組の効果

県内中小酒造メーカーへの弱点である企画力を補うとともに、需要振興、業界の活性化に寄与・貢献している。