

## 2 卸売業事例

醸造設備を有効活用した新事業の開拓・・・・・・・・・・・・・・・・	14
（経営形態の転換）	
地元県産本格焼酎の夏用企画商品の販売について ・・・・・・・・	15
（差別化商品の開発及び販売）	

## 醸造設備を有効活用した新事業の開拓

## 卸売業事例

## 1 事業者の概要

Aは、昭和24年に協同組合として創立し、平成16年に株式会社に改組した法人である。現在、県内における酒類・清涼飲料・食料品の卸売販売を主たる事業としている一方、平成18年にコンビニエンスストアとフランチャイズ契約を締結し、平成23年9月現在、県内で6店舗を運営している。

## 2 具体的な取組内容

平成20年、Aは中国の国立研究機関の教授から、同教授がモンゴルの野生の乳酸菌から開発に成功した「B」（一般の乳酸菌に比べ、免疫細胞を活性化し病気からの回復力を高める効果があるとされる）の商品化の提案を受けた。

平成21年、Aは「B」の製造・販売事業を行うため、廃業を決めた県内の酒造会社を買収し、社名をCに改め、100%子会社化した。

乳酸菌は、殺菌・滅菌が徹底された環境下ではなく、醸造設備に古くから棲み着く酵母菌と共生して高い活性化が保たれるため、Cでは醸造設備を用いて「B」を培養し、飲料・食品メーカー等に対し、原料として販売する事業を展開している。

この事業は現在、旧酒造会社の従業員5人を含む11人体制で運営されている。

## 3 取組の効果

酒類市場の収縮という酒類卸売業にとって厳しい現実を見据え、廃業を決めた酒造会社が保有する経営資源を酒類以外の商品の製造・販売に有効的に利用した新規事業の開拓は、新たな収益源の確保によって大手酒類卸企業として安定的な継続が図られ、ひいては酒類業界の安定にもつながるほか、従業員の雇用確保等による地域経済への貢献が期待される。

## 地元県産本格焼酎の夏用企画商品の販売について

## 卸売業事例

## 1 事業者の概要

Aは、明治12年創業のB県における老舗の地場卸売業者である。

## 2 具体的な取組内容

Aが夏用の販売促進企画として、B県下の酒類製造者7社とタイアップし、統一ラベル「C」を使用した焼酎の開発を行った。

統一ラベルは「暑い夏をクールに過ごそう」をコンセプトとして作成され、ブルーを基調とし、背景に大きく「C」と描かれており、夏にふさわしい涼を感じさせるものとした。

「C」の開発に際し、Aから各メーカーに対し、ストレートやロックで飲める商品を発売したいとの企画意図を説明し、アルコール度を12度～20度に調整したものを製造してもらった。

また、容量についても、1回で飲みきれる500mlとし、ボトルもストレート瓶にするなど、消費者に手にとってもらいやすい、工夫を凝らしたものとした。

## 3 取組の効果

Aによる今回の企画は、1銘柄2,000本を目標に平成25年6月上旬から予約販売を開始した。同月下旬には既に目標本数に達し、追加増産を行ったメーカーも存在する。

販売先はB県内の他、東京、大阪など大消費地からも問い合わせがあり、県外への販売がおおよそ半数を占めている。

季節毎の飲まれ方に応じた企画商品を販売することは、県産焼酎の需要振興に大いに寄与・貢献するものである。

なお、今回の企画は、取引先から好評であったことを受けて、今後も継続的に同様の取組みを行っていく予定である。