

## 5 製造・卸・小売業等複合、その他の事例

日本酒と音楽とのコラボレーションによる県産清酒の消費拡大 . . . . .	27
（イベント等による認知度の向上）	
生販三層による地酒振興への取組 . . . . .	28
（イベント等による認知度の向上）	

## 日本酒と音楽とのコラボレーションによる県産清酒の消費拡大

## 製造・卸・小売業等複合事例

## 1 事業者の概要

A実行委員会は、県産清酒の消費拡大と若者の飲酒離れに歯止めをかけたいとの思いから、平成25年5月、B県内の16蔵元、酒販店及び飲食店の有志で立ち上げられた委員会である。

同委員会は、①日本酒を楽しく飲もうよ、②日本酒の底上げをしようよ、③地酒でB県を元気にしようよ、のキーワードを合言葉に、若者に対して県産清酒の魅力を発信しようと、集客力と話題性のあるイベントなどを企画、運営している。

## 2 具体的な取組内容

A実行委員会は、平成25年6月にC市中心街のB県観光物産館近くに位置するライブハウスで日本酒と音楽のコラボレーションイベントを開催した。開催に当たり、同委員会の構成メンバーの取引先や常連客等へのPRが功を奏し、イベントには、当日300人弱の来場者があり、同会場では、12人のDJによる演出が行われる中、各蔵元から提供されたフルーティーな香りがする吟醸酒等のほか、これらをベースにしたカクテルが提供された。

このイベントは県内初の試みであることから、地元新聞で報道され、同委員会では今後も県産清酒のファン獲得と消費拡大のため、同ライブハウスでのイベントの継続開催を軸に県内各地で同様のイベントを開催することとしている。

## 3 取組の効果

このようなイベント開催によって、日本酒になじみの薄い若者や女性にも気軽に地酒を楽しんでもらうことができ、各蔵元の顔や銘柄の知名度アップにも寄与している。

また、イベント会場をライブハウスとしたことで多くの若者が参加し、県産清酒の効率的なPRと日本酒のイメージアップにも貢献した。

## 生販三層による地酒振興への取組

### 製造・卸・小売業等複合事例

#### 1 事業者の概要

Aは、B県C市・D市（以下E地区という。）の酒造業者・卸売業者・小売業者から構成されたE酒類連絡協議会が、地域の伝統産業・文化である地酒を守り、育てる取組を行うために平成25年10月に立ち上げた地元地酒の会であり、E地区における地酒の占有率50%を目指している。

#### 2 具体的な取組内容

E地区は古くから銘酒の産地として県内外に知られているが、地元では地酒の占有率が落ち込んでいることから、消費拡大策として、居酒屋やすし屋などの飲食店で、少量ずつグラスで地酒を楽しむ「地酒飲みくらべ」を提供することとした。

また、協賛してくれる店舗には、プレートを設置して地酒をPRするとともに、地酒で乾杯をする条例制定に向け、C市・D市へ働きかけを行った。

#### 3 取組の効果

この取組はマスコミで取り上げられるなど、地酒振興に寄与している。年末には一部店舗で地酒が不足するなど効果は大きい。

また、C市・D市では、この取組結果として清酒乾杯条例を制定するなど、行政と商工会や観光協会との連携により地元の活性化に貢献している。