

5 製造・卸・小売業等複合、その他の事例

市場活性化プロジェクト「大吟醸初しぼり」キャンペーン	33
（イベント等による認知度の向上）	
「美」をテーマに、女性に対する本格焼酎のPR	34
（差別化商品の開発及び販売）	

市場活性化プロジェクト「大吟醸初しぼり」キャンペーン

製造・卸・小売業等複合事例

1 事業者の概要

A酒造組合連合会、B卸売酒販組合及びC小売酒販組合連合会の生販三層の組合は、地酒の需要振興を通じた酒類業界の活性化を図ることを目的として、平成19年6月に「市場活性化委員会」（現 市場活性化プロジェクト）をA酒造組合連合会内に設置した。

2 具体的な取組内容

市場活性化プロジェクトは、平成19年秋からの「ひやおろし」に続き、平成23年春からは、「大吟醸初しぼり」キャンペーンを実施し、季節ごとの「旬の味」をアピールし、清酒の需要振興に取り組んでいる。

「大吟醸初しぼり」キャンペーンは、市場にほとんど出回らない大吟醸（純米大吟醸を含む。）のしぼりたて原酒を生のまま180・瓶に詰めて商品化し、「幻の味・限定品」を売りに、「大吟醸初しぼり」（又は「純米大吟醸初しぼり」）の共通のロゴと各銘柄が入ったラベルで販売する。

2月上旬より県内酒販店で予約を受け付け、取りまとめ卸売業者が蔵元より集荷し、各卸売業者を通じて3月中旬に酒販店で一斉発売される。

プレイベントや県内のデパートでの発売イベントなどのPR活動を行うことにより、年々販売実績を伸ばしている。

3 取組の効果

当該取組みは地元のマスコミ（新聞、テレビ等）に大きく取り上げられ、酒類業界や酒類業組合の活性化に結びついている。

今後は、秋の「ひやおろし」とともに季節商品の定番化を図り、更なる清酒の需要拡大を図っていく。

「美」をテーマに、女性に対する本格焼酎のPR

その他事例

1 事業者の概要

A県の地元PR課は、A県産品の需要振興を主として行う部署である。

2 具体的な取組内容

A県の地元PR課が平成22年度からA県産本格焼酎の新たな需要を喚起する目的で、焼酎の消費の少ない女性をターゲットとして、女性向けの焼酎ボトルのデザインの提案・作成等を行ってきた。

これまではA県内の女性に参加してもらい、女性向け焼酎の開発等を行ってきたが、今回は「焼酎と美」をテーマに、購買層が厚い東京都内のホテルにおいてイベントの開催を行った。出版関係者やテレビ・ラジオなどのメディア関係者、人気ブロガー等情報発信力のある者に限定して招待し、約70名の女性が参加した。

同イベントでは、A県内の本格焼酎製造者15社による自社製品の試飲のほか、会場となったホテルのシェフによる本格焼酎と合う料理の提案もされた。

この他、テーマである「焼酎と美」の「美」の部分として、Bが製造した焼酎の蒸留残渣からつくられた化粧品の展示なども併せて行われた。

また、県内の女性杜氏による焼酎講座も行われ、会場の盛り上がり華を添えた。

3 取組の効果

東京という大消費地でイベントを行うことで、県産本格焼酎の認知度向上と需要振興に大いに寄与・貢献している。

また、女性をターゲットとすることで、新たな需要の掘り起こしにも寄与・貢献している。