

がんばれ!!



新連携・地域資源活用・農商工連携

第43回

未利用地域資源を有効活用し、 こだわりの新酒を提供

独立行政法人中小企業基盤整備機構 経営支援部 経営支援課 課長代理

二宮 健晴

紹介事例の概要

会社名	吉野酒造株式会社
認定区分	地域資源
認定事業名	未利用資源である「梅」「夏みかん」等 果樹類を活用したリキュール開発販売 事業
認定日	平成21年11月20日

◆ 厳しい経営環境の中での取組み

千葉県勝浦市は房総半島の南東部に位置して、県下2位の漁獲量を誇る勝浦漁港を有し、古くから漁師町として栄えてきた。太平洋に面して黒潮の影響を受けやすいため、冬は暖かく夏は涼しい過ごしやすい気候である。近年は東京湾アクアライン開通により、都心へのアクセスが大幅に短縮されたが、一方で昭和30年代の市制施行以降、人口は減少し続けていて、現在は2万人弱となっている。首都圏とはいえ、多くの地方都市と同様に、人口減少・少子高齢化等多くの課題に直面している。

今回ご紹介する吉野酒造(株)は、江戸天保年間の西暦1830年創立以来、地酒『腰古井』の銘柄で地元・勝浦に根差してこだわりの酒造りを続けてきた事業者である。国内の清酒販売数量は昭和50年をピークとして現在はその3分の1程度と厳しい市場状況にあるが、同社はこだわりの酒造りに徹して、他社が苦戦する中においても生き残ってきた。人口減及び既存の市場縮小という厳しい経営環境の中、どのように活路を見出そうとしているのか、同社の取組みを追いかけてい

◆ 未利用地域資源を活用したこだわりの商品

現社長の吉野慎一氏は、同社の伝統であるこだわりの酒造りに努めてきたが、一方で消費者の嗜好の多様



吉野酒造

化に 대응しなければ、今後生き残れないと考えていた。そんな中、地元からは農業者の高齢化等により管理が行き届かず放置された梅の木が増えていることを聞き、梅の実を有効活用できないかと考えるようになっていった。このことを勝浦市商工会に相談したところ、地域資源活用事業を薦められた。それまで国の支援制度には縁がない同社であったが、新規事業に取り組む機会と捉えて早速、中小機構関東本部に相談。専門家のアドバイスを受けつつ事業計画を策定し、平成21年11月に地域資源活用事業の認定に至った。未利用資源の果樹類を活用したリキュール開発事業であり、まずは梅酒の製品化を目指すこととなった。

同社は自社で精米を行っており、手間や時間、コストがかかろうとも酒との相性を考慮してじっくり丹念に米を磨く技術を有しているため、このことが梅酒造りにも存分に活かされた。また一般的な梅酒は、焼酎を利用して漬けられることが多い中、同社はこだわりの純米大吟醸原酒を用い、保存料や着色料を一切使わずに素材の持つ自然な味、香りを十分に引き出し造り上げるため、安全・安心かつ高級感のある上品な梅酒ができて上がった。製造工程においては、梅の実を厳選し、1粒ずつ丁寧なヘタ取りに始まり全工程が手作業で行われる。このように原材料、製法共に徹底的にこ

だわって造られた梅酒は、早速、地元農家やスーパー等で好評を博し、着実に売上を伸ばしていった。

梅酒の製品化に成功した同社は、引き続き夏みかんを活用したりキュールの開発に取り組んだ。地元未利用の果樹類に日本酒を活用するという点では、梅酒とほぼ同様の取り組みであったが、梅と異なり夏みかんの場合は、実の部分のみを使用するため一つ一つ丁寧に甘皮まで剥くという作業が必要とされていた。機械化は困難ですべて手作業が求められたが、関係者が一丸となり取り組んだ結果、えぐみを抑えた清涼感ある味わいの商品化に成功。夏みかん酒もこれまでになかったりキュールとして地元で高く評価され、生産量が限定されていることもあり、知る人ぞ知る逸品として市場に浸透していったのであった。



梅酒と夏みかん酒

◆ 地道な販路開拓

見事に商品化を果たした同社は、次なるステップとして販路開拓に取り組んでいった。事業計画認定により展示会や異業種交流会への参加する機会を得ることとなり、そこで問合せがあった相手先全てに商品を送るなど、地道な営業活動に努めた結果、TV局から取材を受け、その放映を契機として知名度が一気に高まったのであった。現在は百貨店やレストランから引き合いがあり、また海外への輸出やネットショップで継続的に売上が発生するなど、順調に販路を拡大している。また売上拡大によって地元の梅が商品価値を持つこととなり、結果的に梅の畑がきれいに整備されるようになったのであった。「うちは営業にお金をかける余裕がないので、口コミで広めてもらうしかない」と吉野社長は自社のスタンスを割り切って説明するが、酒造りへのこだわりと商品に対する自信、そして愚直

な営業活動のなせる業であると言えよう。

吉野社長の実直な姿勢は営業活動に留まらず、事業活動全般にわたっている。梅酒や夏みかん酒の成功を聞きつけた生産者からは、その後、未利用製品の活用依頼が舞い込むようになったが、そう簡単に酒造りが成功するものではなく、その他の多く（豆、きんかん、ふぐ等）は失敗に終わっている。しかし依頼されたからには、試作品を依頼主にも飲んで納得してもらえるようにしており、地元とのつながりを重視する吉野社長ならではの対応ぶりと言えよう。



吉野慎一社長

◆ 地元への想い

吉野社長にこれまでの経歴を伺ったところ、以前は同社とまったく関係ない食品の研究開発部門に所属し、流行の新商品を生み出そうとさまざまな添加物を駆使していたことがわかり、また実際にさまざまな商品・会社の浮き沈みを見てきたと言うことであった。現在とあまりにも違う仕事の方向性に、とても驚かされたが、新規事業の梅酒や夏みかん酒が好評を博しているにもかかわらず、会社全体のバランスを見ながら安易な拡大路線に走らないのは、その時の経験が作用しているのであろう。「地元ではとにかく人の確保が大変で、仕事にも大きく影響してくる。幸い勝浦には素晴らしいさまざまな地域資源があるので、是非、家族やシニアに来てもらい、自分たちで作って味わってもらいたい」と、吉野社長は地元での更なる交流に期待を寄せている。人口減少・少子高齢化が進む地元において、老舗で守ってきた技術・味を継承し進化させながら、一過性ではない地元の振興を見据えているのであろう。勝浦の発展に向けた同社の今後の活動に注目したい。