



新たな発泡性酒類の企画開発による 事業の拡大と競争力の強化

日本酒需要の減少や若者のアルコール離れなどから、全国でも日本酒の出荷量は年々減少している。当社の主力商品は日本酒で、既存客だけを相手にした商品供給だけではジリ貧となることが予想される。今回の事業計画で、需要が伸びている客層を新たに開拓していくことになった。当社では、これまで手薄となっていた若い女性を対象とした酒類造りに取り組むため、新しい設備を導入し、新しい企画で製品開発を進め、安定した品質で供給することで売上拡大を図っていく。

1 本事業への取り組みの経緯

主力商品である日本酒を利用し、近年若い女性を中心に人気が上昇している発泡性酒類の開発・製造ができないかとの思いから、「平成25年度中小企業・小規模事業者ものづくり・商業・サービス革新事業」に申請した。補助金を利用することで、これまで取り扱うことができなかった発泡性酒類の製造設備を導入、長崎県工業技術センターでの分析も依頼し、他社及び自社製品の分析、官能試験を実施、自社製造の日本酒をベースとし目標とする酒質をもった発泡性酒類の開発に着手した。



2 実施内容

発泡性酒類の製造にあたっては、発泡性清酒充填機、炭酸ガス用圧力調整器、キャップ巻締機、ガス圧計、充填機用高圧洗浄機などを導入。また炭酸ガスを封入するには、低温での製造環境が必要なため、プレハブ冷蔵庫も新たに設置した。商品開発にあたっては、他社製品であるビール、シャンパン、日本酒、ジュース類など市販発泡性飲料の分析と官能試験を実施し、目標成分を設計。さらに自社の日本酒の成分分析を外部委託し、新商品の目標値と使用する酒類を決定、試作品の製造に取り掛かった。小型のガス注入器「エスプーマ」を使い仮試作したうえで、今回導入した各設備により本格的な試作品の製造に取り掛かり、当初は自社の日本酒をベースにしたものとリキュール類をベースにしたものを試作したが、リキュール類は大手メーカーがチューハイなど、低価格で商品を供給していることから、日本酒ベースに絞って開発を進め、平成27年11月に製品化に成功、販売を開始した。



3 取組成果・波及効果

新製品の開発販売により、自社製品のラインナップが増えた。特に最近の「とりあえずビール」ではない若い世代で、働く世代の女性をターゲットにできる発泡性酒類を供給できることは、今後の営業戦略上、他社との差別化を図る重要なアイテムとなる可能性が高い。また自社で発泡性酒類の製造設備と技術を持つということは、安定した品質を維持し、いつの時期でも、原料が揃う範囲で生産量を調整し供給できる強みを持つこととなり、全国でも数少ない発泡性酒類の酒造メーカーとなることができた。

今後の展望・活動予定は?



常務取締役

長野 剛士

今回の事業計画で、「SPARKLING SAKE」「LaLaLa Smile」「RuRuRu happy」(各500ml)と三つの新製品が誕生しました。いずれも自社の日本酒をベースとして、アルコール8度と5度の2種類の度数設定で、若い女性が好む「さわやかさ」「のみくちのよさ」「きれがある」などのテイストにこだわった製品となっています。現在はスーパーや百貨店などの小売店を中心に販売していますが、今後は飲食店などの新たな販路を開拓し、当面は年間3万本の販売を目指していきます。

事業者

梅ヶ枝酒造株式会社

代表者

長野 哲也

所在地等

〒859-3237 長崎県佐世保市城間町317

TEL 0956-59-2311

FAX 0956-59-2312

<http://umegae-shuzo.com/>

umegae@blue.ocn.ne.jp



設立年月

昭和30年12月

資本金

1,000万円

業種

酒類製造業

従業員数

21名