

常温流通を可能にした スパークリングの日本酒で 新たなファンを獲得!

丸本酒造株式会社(岡山県浅口市)

泡々酒(ほうほうしゅ)

左:泡々酒ストライプ 300ml 519円(税抜価格)

右:花泡々酒 300ml 620円(税抜価格)

日本酒の発酵過程で発生した炭酸を閉じ込めた、発泡純米酒。アルコール度5%で糖類無添加。シャンパンのような味わいで「ワイングラスでおいしい日本酒アワード2013」スパークリングSAKE部門で金賞を受賞。花泡々酒は、ハーブのハイスカスとローズヒップを入れて発酵させたお酒で、ほんのりピンク色。



米作りからこだわっている岡山の老舗酒蔵が、

日本酒に苦手意識を持つ女性でも

飲みやすい微炭酸発泡酒を開発。

品質にこだわり完成した新商品は

冷蔵タイプだったが、

保冷設備を持つ流通や販売店は限られており、

販路を広げられないという課題に直面。

試行錯誤の末、常温タイプの商品を完成させ、

販路を広げること成功した。

その取組について、

6代目当主・丸本仁一郎さんに話を聞く。

日本酒に苦手意識を持つ

女性に向けて

スパークリングの日本酒を開発

丸本酒造株式会社の創業は幕末

の1867年。150年続く老舗酒

蔵を今に引き継いでいるのは、6代目

の丸本仁一郎さん(52)。経営者で杜

氏も務める丸本さんは、「美味しいお

酒を造るには、優れた原料を確保し

なければならぬ」との思いから、1

987年より「山田錦」など酒造好

適米の自社栽培を始め、米作りと酒

造りの一体化を図っている。

さらに、日本酒離れと言われる中、

1998年より新しい日本酒の開発

に着手。イメージしていたのは、日本

酒が苦手な女性でもシャンパン感覚

で飲める微発泡の日本酒。当時を振

り返り、「自社の製造技術で、スパーク

リングの日本酒を開発できるとい

う自信があり開発に着手しました。

まずは、程よい微発泡を実現するた

め、発酵方法を工夫したり、炭酸ガス

を注入するなど、様々な方法を試し

ました。また、アルコール度を抑えた

飲みやすい日本酒にするため、さらに

特殊な発酵方法も試しました。しか

し、品質が安定せず、アルコール度数

も下がらないなど、イメージしていた

商品がなかなかできずに苦労しまし

丸本酒造株式会社 代表取締役

まるもと にいちろう

丸本 仁一郎さん(52)

1963年生まれ。大学を卒業後、醸造試験場で酒造りを学ぶ。実家に戻り、丸本酒造6代目当主に。酒造りに関して最も大切な原料である酒造好適米を他社に依存していることに疑問を抱き、自社栽培を始める。伝統を守りつつ新しい日本酒商品の開発にも力を注ぎ、国内外に販路を広げている。





4 1921年頃に建築された丸本酒造の酒蔵。国の登録有形文化財に指定された建物の中で、酒造りが行われている。

5 酒造りに入る10月から3月くらいまで、丸本さんは杜氏として酒造りに集中する。出張しても48時間以内に必ず戻り、もろみの様子などをチェックする。



「泡々酒に合う料理レシピ」をフェイスブックで募集して消費者から寄せられたレシピの一例。いいね

酒粕チーズレンコン揚げと泡々酒(写真1)。一口サイズの細巻をはじめとしたパーティメニューと泡々酒(写真2)。酢豚と泡々酒(写真3)など、ファンを巻き込んで泡々酒の食シーンをPR。新たなファンの獲得にもつなげている。

開発に5年の月日かけた商品の賞味期限は要冷蔵で4ヶ月

新しい日本酒の開発期間は5年に及び、酵母が生きたままの状態を保つために行い、瓶の中で二次発酵させるという製造方法に絞られた。「瓶内二次発酵は、スパークリングワインなどでもよく使われる方法です。ただし、微発泡を残しつつ、日本酒の風味を落とさずに充填するには、通常よりも高度なテクニックが必要で、私たちはそこに特殊なプロセスを導入し、微炭酸で甘い麴の美味しさが味わえるスパークリングの日本酒を完成させることができました。

ところが、瓶の中に「オリ」と呼ばれる酵母や米の粉などの小さな固形物が残ることが原因で、常温に戻すと1ヶ月程度で品質が悪化するため、要冷蔵で4ヶ月の賞味期限で発売することにしました」と丸本さん。

新商品は、「泡々酒(ほうほうしゅ)」と名付けられ、2003年より発売を開始した。直売所での販売や、通信販売をはじめ、地元スーパーにも納品。岡山県内で配送が可能な範囲は、丸本酒造が所有する保冷車で輸送した。当時、スパークリングの日本酒は珍しく、「泡々酒」は、それまで日本酒に縁のなかった

女性たちから注目を集めた。しかし、自社による輸送では販売エリアが限られてしまう。販路の拡大が課題として浮かび上がってきた。

常温流通を可能にしなければ多くの消費者には届かない

「酒類の物流には、冷蔵施設が備えられていないことがほとんどでした。また、宅配便で遠方に保冷輸送するとコストがかかります。さらに、コストを抑えるためまとめて輸送しようとしても、販売先では店頭に並べている商品が全てで、バックヤードで在庫を備蓄しない場合がほとんどです。納得のいく商品を常温で流通できるようにしないと、多くの消費者に商品を提供できないと痛感しました」と丸本さん。

そして、2012年から新たな「泡々酒」の商品開発が始まった。常温流通を実現するためには、瓶の中に残るオリを取り除く必要があるが、瓶内二次発酵を行いつつオリを取り除くとコストが大幅に高くなる。そこで丸本さんは、瓶の中ではなく、タンクの中で二次発酵させ、加圧しながら濾過し、発生した炭酸ガスを閉じ込めたまま瓶に充填する「シャルマー方式」への転換を図った。しかし、充填の段階で泡が溢れてし



酒蔵の前の田んぼの一部では丸本酒造が使用する酒造好適米「山田錦」などを栽培している。2003年、この地を含む旧鴨方町全域が「鴨方町酒米栽培振興特区」に認定された。作付面積は契約農家の田んぼも含め、現在16ha。



まうという課題に直面。一方で、溢れないように調整をしないと、今度は味が落ちてしまう。そこで、社内の専門家が細かく分析を行い、試行錯誤を重ね、泡を溢れさせずに、かつ風味を保ちながら充填することができた製造条件を確立。常温流通可能な「泡々酒」を、一年をかけて完成させた。

「同じ設備を使って、炭酸水なら1時間で1000本、ビールなら800本の瓶に充填できるところ、泡々酒は、静かに丁寧に詰めるため、1時間に300本しか製造できません。でも、そうするとやっぱり美味しいんです」と丸本さんは話す。

オーガニック・サケを アピールして

海外にも販路を開拓

常温保存が可能となり、「泡々酒」の販路は大きく変わった。「基本的に酒類の物流網の範囲内なら、どこにでも流通させることが可能となりました。現在は、県内・県外のスーパーや百貨店、大手コンビニエンスストアチェーンでも採用され、欧米やアジア諸国など海外にも輸出をしています」と丸本さん。

国内での需要のみに頼らず、海外に販路を求めた背景には、商品に対する自信や裏付けもあった。丸本酒

造では、お酒の原料となる米作りにこだわり、国内外のニーズを踏まえて有機栽培も行っている。さらに、有機食品に関する日本農林規格の認証を取得。2009年には国産米による日本酒としては初めて、米国統一オーガニック基準であるNOP認証と、EU統一オーガニック基準のECレギュレーションも取得した。欧米ではオーガニックに対する需要が高く、丸本酒造が海外に輸出している「泡々酒」や純米大吟醸の「竹林(ちくりん)」などは、オーガニック・サケとして、外国人ファンを獲得している。



「酒造りは米がいのち」という丸本さん。丸本酒造では「農産酒蔵」という名も掲げ、米作り、酒造りに取り組んでいる。

味と品質を維持したまま 冷蔵から常温に 上手に切り替えられた商品



株式会社山陽マルナカ
グロサリー商品統括部
加工食品商品部 バイヤー
もりやま ひろし
森山 寛志 さん

手に切り替えられたと思いません。日本酒を普段飲まない女性の場合、日本酒特有の風味を感じると苦手意識を持たれる場合がありますが、「泡々酒」は「ワインみたいに飲める」という感想をいただき、手応えを感じています。

これまでのスパークリングの日本酒は、常温タイプよりも冷蔵タイプの方が甘さや香りが引き立ち、女性に人気があるという印象がありました。しかし「泡々酒」は、冷蔵タイプから常温タイプに切り替えた後も風味がそのままで、上

近年、大手メーカーがスパークリングの日本酒の販売を開始したことをきっかけに市場が広がり、「泡々酒」の売上げも伸びてきました。現在、岡山県内の山陽マルナカで、「泡々酒」はひと月に200本程度販売させていただいています。



女性の心をつかむ商品として、スーパー・山陽マルナカでは、注目される位置にディスプレイされている。



岡山県内55店舗を中心に関西・近畿圏まで広がると77店舗を展開している「スーパー・山陽マルナカ」。写真は岡山県浅口市にある鴨方店。



丸本酒造の主力商品のひとつ「竹林(ちくりん)」。ラインナップはすべて純米造りで、特約店限定流通銘柄。



「泡々酒」の販売戦略の強みは、明確なターゲットの設定にもある。「日本酒好きではなく、日本酒を普

通にしたい」と丸本さん。常温流通を可能にしたことにより、「泡々酒」の出荷本数は3〜4倍になり今では年間20万本を出荷。海外への輸出はこのうち2割を占めている。

「海外の販路開拓については、基本的には丸本さんが輸出を目指す国に出向き、営業を行っている。「商品を作った人は、責任を持って自分で売りに行くことが大切だと思いません。私の場合、その土地の食べ物をしっかりと食べて、そこに住むお客様のことを考え、ご提案させていただいています」と丸本さん。常温流通を可能にしたことにより、「泡々酒」の出

商品を作ったら責任を持って売ること。そこに待っていてくれる人がいる



丸本酒造株式会社

岡山県浅口市鴨方町本庄 2485
TEL:0865-44-3155
<http://www.kamomidori.co.jp/>

「狙っていませんでしたが、このネーミングでよかったです」と丸本さんは笑う。

今後の展開については、「スーパーキングの日本酒の可能性はまだあります。弊社独自の開発技術を活かし、次世代商品の開発研究にも着手しています」と、丸本さんは自信をのぞかせた。

段飲まない女性に飲んでもらいたい商品。パッケージについて、デザイナーと何度も相談して、カワイイを残しつつ高級感のあるデザインを目指しました」と丸本さん。実は、「泡々酒」という商品名は丸本さんの奥様が考案した。この商品名が、中国や香港、台湾では「パオパオチュウ」「ポウポウチュウ」という現地です。親しみやすい発音で呼ばれており、商品のアピールにつながっている。

出荷・販売



通年

泡々酒の出荷。現在、年間で20万本を製造。直売所での販売や通信販売をはじめ、県内・県外のスーパーや百貨店、大手コンビニエンスストアでも販売している。また、アメリカ、イギリス、ドイツ、オランダ、スウェーデン、中国、台湾へも輸出している。

酒造り



10月〜3月頃

保冷機能が付いたステンレス製のタンクが並ぶ貯蔵庫。ここから丸本酒造の主力商品の「竹林」「賀茂緑」などの日本酒が生まれる。

酒造好適米の栽培



5月〜10月頃

丸本酒造では、稲の持つ生命力を引き出す稲作りを目指している。たくましく育った稲は、防虫剤が不要で除草剤もごくわずかで済む。雑草を取り除く作業には敵しさが伴うが、その結果、タンパク質の含有量が少ない高品質の米が収穫でき、精米でのロスが激減させる。

営業

酒造りの期間はできるだけ酒造りに集中するため、4月から9月までの間が丸本さんの主な営業期間となる。