

20140830 東北食農研究会／第6回ミーティング議事録

「一ノ蔵が取り組む日本酒のマーケティング～国内における日本酒ファンを広げる取組み～」

日 時：2014年8月30日（土）17:30-19:30

場 所：仙台市「エルパーク仙台」

発表者：山田好恵さん（株式会社一ノ蔵マーケティング室室長）

参加者：参加者 15人（発表者除く）

（会社経営者、会社員、地方議員、NPO法人理事長、行政書士・司法書士など）

目次：

1. 一ノ蔵はどういう会社か？
2. 農業問題との出会い
3. 一ノ蔵農社の取組み
4. 「3. 1 1 未来へつなぐバトン」
5. 地元大学との連携
6. 世界22か国に販売
7. まとめ

発表：

一ノ蔵はどういう会社か、農とどういう関わりがあるかをお話します。

1. 一ノ蔵はどういう会社か？

宮城県内の4つの蔵元が企業合同し、昭和48年に創業しました。元々、日本酒、焼酎、泡盛などそれぞれの地域のお酒がありましたが、高度成長期に灘・伏見の大手酒蔵が TVCM を活用し全国に進出し、これまで地域に根差した日本酒を造り、消費されて来た地方の酒蔵が危機に局面することとなりました。そこで、企業合同し、従来の家業から脱却し、企業として地域に愛される酒屋を目指そうと考え、一ノ蔵が生まれました。

しかし創業当初、一ノ蔵は知名度もなかなか浸透しませんでした。苦難の時代が続きましたが、「無鑑査一ノ蔵」がヒットし、全国に知られるようになりました。創業以来、手づくりでお酒を醸し品質第一で酒造りを行っております。一方、清酒の原料である米の生産から加工、販売までの一ノ蔵型六次産業を目指し、地域の皆様に喜んでもらえる活動を行っております。その基本となるのが一ノ蔵の経営理念で、これは、毎日、社内で唱和し、目指す方向を社員全員が共有しています。

2. 農業問題との出会い

酒蔵は酒造組合を通し農協から酒米を仕入れています。自社生産米で賄っている酒蔵もありますが、比較的な小規模の酒蔵の場合です。一ノ蔵は会社の規模的に酒米を仕入れて、醸造しています。平成5年、冷夏により宮城県米は大凶作となり、原料米の総量規制を受けました。一ノ蔵として初めての減産を余儀なくされました。この時、酒米の確保の大切さ、そして、農業に会社として寄り添う必要を知りました。

平成6年、社内に農業問題研究会を発足し勉強する一方、自分たちで無農薬にて試験田を稲作に挑戦しました。このとき、田んぼに入る経験を積むとともに、自信と喜びを得ることができました。平成7年、セブーンイレブンからオリジナル酒のオファーを受けました。この時代、まだ画期的だった環境保全米仕込みのお酒を販売することができました。同年、松山町（現大崎市）酒米研究会が発足し、地域の農家と契約し酒米を作って頂くことになりました。平成8年、一ノ蔵無農薬純米酒を販売しました。平成13年、無農薬純米酒の売上の一部を環境保全米ネットワークの活動支援金として寄付することを始めました。平成15年、無農薬米仕込み純米大吟醸一ノ蔵を販売しました。これは、松山町酒米研究会から酒米生産に誇りを持つものとしてのご要望をいただいたことによります。

3. 一ノ蔵農社（一ノ蔵の社内農業部門）の取り組み

高品質な酒米確保のため、弊社もリスクを負担しています。酒米を作って頂く契約農家さんの米の品質チェックや有料米には加算金を付与するなど互いに切磋琢磨しモチベーションを上げています。製造部では有機米と慣行米では醗の活性に違いが出ていることなど、数値化することはまだ難しいのですが酒の出来に違いがあることがわかってきました。一ノ蔵農社では、自らが農業に携わることで、地域の主産業である農業を支援することにより地域貢献を果たしたいと考えています。

一ノ蔵型六次産業は「農業×製造業×流通＝六次産業化」という考え方です。農業進出は事業の多角化ではなく、地域再創建を目指すという位置づけです。一ノ蔵型六次産業化は旧松山町で推進しています。地元は大崎平野の典型的な農村地帯でもととはササニシキの産地です。昭和50年代までは東京圏に多く流通していました。しかし、日本の農業の衰退の中で、旧松山町では農業就業者の7割以上が60代を超えています。

一ノ蔵は「ふゆ・みず・たんぼ特別純米酒」を生産しています。ラムサール条約の湿地「蕪栗沼」周辺で生産された冬季湛水米を100%使用しています。日本最大のマガンの飛来地として有名な蕪栗沼ですが、この沼だけでは渡り鳥のためには規模が小さくなったので、周辺の湿地を湖沼化させています。こちらのお酒も大変な人気で、生産量を増やしています。売上の一部を関連するNPOに寄付し、ふゆみずたんぼの周知に役立てて頂いています。

弊社は、今後も環境にやさしい農業、お酒を拡大させていきたいとの思いから、環境保全米仕込み、有機米仕込みのお酒の種類を増やしています。

4. 「3. 11 未来へつなぐバトン」

東日本大震災にて、一ノ蔵本社も建物に被害を受けました。丁度出荷直前だった、純米大吟醸などの高級酒大量にが床に撒き散らされてまるで海のようになっていました。とはいえ、社員全員、無事であったことは大変ありがたいことでした。当時、役員は不在で、管理職と社員のみでした。停電になったことから、醗管理や浸漬している米の心配もあって杜氏と5～6人の蔵人が蔵に残りました。私は4時間かけて自宅のある石巻に戻りました。当時中学生の娘がとても心配でした。石巻に着いたときは真っ暗でした。その真っ暗な中で、津波に車が突っ込

んでしまいました。車を乗り捨てることになりました。それから、2泊3日、生まれて初めてホームレスを体験しました。

変わり果てたふるさつを見た時に、復旧・復興のために、会社をやめることも考えましたが、経済的な自立がないと支援はできないと思いとどまりました。また、一ノ蔵も世界中のファンから物心両面にわたり多大な支援を賜りました。それに報いようと社内で声が上がりました。一旦は、復活をアピールするためのお酒を造ろうとなりました。私はそれは少し違うと考えました。それでは御礼に過ぎません。もっと良いお酒を造ろう。そして、これからの未来を担う子どもたちのために何かをすることだと考えました。大人にしか飲めない酒を作っている企業が、未来を子どもに託すために、震災を象徴するお酒を造り、お客様にたくさん飲んでいただいて、その商品の売上げ全額を「はたち基金」へ寄付することを提案しました。全社員上げて一緒の思いとなりました。そのプロジェクトの名前は「F174」。Fはファイター、174は当時の社員数です。

1年目、約680万円を「はたち基金」に寄付することができました。当初は1年の企画でしたが、震災時に0歳だった子どもが無事に成人し、お酒が飲める年にまるまで、すなわち20年はやらなくてはいけないと提案しました。現在、毎年2月発売の生原酒の売上げをこの寄付にあてています。このお酒は大崎市田尻のふゆみずたんぼ米を使用しています。

5. 地元大学との連携

宮城大学宮原ゼミと一ノ蔵でグリーンツーリズムを実践しています。雑草刈りを含む農業体験や酒造研修、また、農家さんのところに伺って農業の実態について話しを伺うなどの地域研修を行っています。漬物体験も行っています。生まれてはじめて漬物の美味しさに気付く大学生もいます。

大学生たちはお酒の新規ユーザーでもあります。一ノ蔵として少しでも次世代ユーザーに寄り添いたいという考えもありますが、体験をとおしてもものづくりについての想像ができるようにしています。また、農業を通じ清酒のマーケットをいかにつくるかというテーマで事業企画のコンペティションも行っています。大学生からは実に素晴らしい提案を毎年していただいています。業界にいと気付かない提案です。企業として、プレゼンテーションの経験、コミュニケーション能力向上の機会を提供しています。

6. 世界22か国に販売

現在一ノ蔵では世界22ヶ国に清酒を輸出していますが、実態としては生産量の1%を切るぐらいです。その中では、アメリカ市場が第一位です。

ドイツのニュルンベルクで「Bio Fach 2013」が開催され参加して参りました。世界最大のオーガニック見本市です。2013年に初めてジャパンパビリオンが設けられ、ここに一ノ蔵も出展しました。この見本市ではお寿司への関心が高いことを実感しました。現在ヨーロッパでは大変な寿司ブームです。そして、ドイツ人もお寿司にはお酒と理解しています。しかし、福島原発事故から放射能の影響を気にしていました。そうした心配には証明書を提示して安心していただきました。

ドイツですが、20年前と比べると日本酒の品ぞろえが格段に良くなっていました。海外向けはいままで、ディストリビューターに任せていましたが、これからはメーカーの色を出して販売していかないといけないと考えています。

7. まとめ

日本の食料自給率は40%を切っています。そのような状況の中、日本酒業界は酒米が一番大事であり、そのためには農家を守っていかなくてはなりません。清酒は農業あつての生業です。さらに、このことに国民に気付いてもらう必要があります。そのためには、情報発信が大切と考えています。

旧松山町は耕作放棄地が増えています。そして、新規就農者をいかに確保していくかが課題となっています。また、農家の継承者が兼業とのバランスをいかにとるかについて一ノ蔵として提案しています。経営として農業で食べていくことをメーカーもコミットしていく必要があります。

農家の自立を促す政策も必要ですが、メーカーとしてわが事としてお米の課題に取り組んでいきたいと考えています。

以上