

酒類飲料業界の専門紙

酒類飲料日報

THE DAILY WINES & SPIRITS

●発行所 株式会社 **食品産業新聞社**

本社 〒110-0015 東京都台東区東上野2-1-11 サンフィールドビル TEL03(6231)6091 FAX03(5830)1570
大阪支局 〒530-0044 大阪市北区東天満1-11-15 若杉グランドビル別館 TEL06(6881)6851 FAX06(6881)6859
ホームページ <http://www.ssnpc.co.jp>

●購読料(前納) 6カ月本体 41,000 円+税/1年本体 79,300 円+税



www.sapporobeer.jp/yebisu
サッポロビール株式会社
飲酒は20歳になってから。

2016 年 (平成 28 年) 9 月 29 日 木曜日 第 13118 号

CONTENTS

禁無断転載

【ビール】	○キリンビール横浜工場、10月1日に見学施設をリニューアルオープン…………… 2
	「年間でビールはプラスで着地へ」—布施社長…………… 2
	◇「サッポロラガービール缶」限定再発売…………… 5
	◇ミツカンと「金麦」が鍋でコラボ…………… 5
【洋 酒】	○6年の歳月を経て、途上国と日本を結ぶスピリッツ「ワニック」が誕生…………… 3
	◇京都ジン「季の美」がポップアップバー…………… 3
【ワイン】	◇「ヴァーヴ・クリコ」新商品のフェア開催…………… 3
【清 酒】	○日本食レストランの増加でタイで日本酒が徐々に普及—ジェトロ…………… 4
	○「日本酒の未来に向けた技術者の役割」メインテーマに講演会—関西醸友会…………… 6
	◇「特撰松竹梅 御神酒〈純米〉純金箔入」…………… 8
	◇限定「越乃寒梅 普通酒 大江山産」…………… 8
【小 売】	○ファミリーマート、中食全面刷新、チルド惣菜・店内調理でおかずを拡充…………… 4
【飲 料】	◇「食品免疫産業賞」を受賞—アサヒ飲料…………… 5
【卸 材】	◇国分グループの組織改定・人事異動…………… 5
【機 器】	○醸造機械メーカートップに聞く① フジワラテクノアート藤原恵子社長…………… 7
【焼 酎】	◇「全量芋焼酎 一刻者〈紫〉」を限定出荷…………… 8
【目覚まし】	山手とキリン横浜工場を結ぶ…………… 6
【資 料】	○8月の発泡酒POS売れ筋ランキング(販売金額ベスト50)…………… 9
	○9月14日~9月30日の首都圏スーパーのチラシ特売状況③…………… 10
	○【西日本スーパーマップ⑬(完)】熊本・鹿児島・沖縄…………… 11



お酒は20歳を過ぎてから。飲酒運転は法律で禁じられています。のんだあとはリサイクル。宝酒造株式会社

◎ キリンビール横浜工場、10 月 1 日に見学施設をリニューアルオープン

キリンビール横浜工場は、現在の生麦に移転して 90 周年となる今年、最新の映像設備を導入するなど、見て、触れて、味わいながら、五感でビールづくりをリアルに体感できる広報施設に大幅にリニューアルし、10 月 1 日からオープンする。

今回のリニューアルでは、まず、「一番搾りうまさの秘密体感ツアー」のはじめに横浜工場と麒麟のイノベーションの歴史を迫力ある映像で伝えるシアターを新設した。



仕込工程の見学では、実際の仕込釜とプロジェクトマッピングなどによる最新映像の組み合わせで、釜の中の様子を分かりやすく説明する。発酵工程では、タンク内部を表現したミクロの世界に入り込み、酵母の神秘的な働きを知ることができる。

缶の製造ラインでは、自らが現場に潜入したかのような臨場感ある映像による疑似体験ができるなど、体験型コンテンツ主体のツアーに生まれ変わった。また工場見学後の試飲コーナーも改装した。



工場見学以外でも、同じ敷地に研究所がある横浜工場ならではの施設として、ビール醸造や包装・容器の研究員体験ができる「ノミモノ・ラボ」をオープンするほか、「ビールづくり体験教室」を移設・拡充し、快適な空間とした。

スプリングバレーブルワリー横浜、レストラン、散策路、ビオトープなど、横浜工場敷地全体で新たな体験型情報発信の拠点として改めて構築する。

同社は 28 日にグランドオープンセレモニーと内覧会を実施した。布施孝之社長（写真上）はあいさつして「1923 年、関東大震災により横浜山手工場は倒壊した。1926 年にこの地（鶴見区生麦）に横浜新工場が完成し、操業を開始

した。今年は 90 周年にあたる。10 月 1 日にリニューアルオープンするが、これからも“地域のことを一番に考える会社”として地域貢献していきたい。隣接する川に栈橋もできた。観光振興にもお役にたちたい」と話した。

林文子横浜市長（同右）が来賓のあいさつを述べて「私もかつて民間で働いていたが、当時は土日は朝からビールを飲むほど大好きだ。私はフレンチのコースを前にしても、“まずはビールを頂きましょう”と口火を切るほど。とにかくお祝い事はビールであり、横浜市としてキリンビールは一つのプライドだ。栈橋もできて、観光スポットと結ばれることになり、大変喜ばしいことだ。ゼロエミッションなど環境経営にも取り組んでおり、また災害時には飲料の提供などの協定を結ばせて頂いている」とエールを送った。



○ 「ビールはプラスで着地へ」―布施社長

布施社長はぶら下がり取材に応じて、販売概況について「7 月以降は、非常にいい形で来ている。一番搾りが好調を維持している。年間で締めて、狭義のビールはプラスで着地できる見込みだ。明らかに上半期のトレンドから変わってきている。9 月 20 日にフルリニューアルした“のどごしオールライト”もアルコール 3%を前面に出して好調に発進した」と述べた。

今夏の総市場について「業界全体としてよくない。8 月、9 月の台風・長雨がたたった。特に業務用は 5 月くらいからずっと悪くなっている。初の山の日、またリオ・オリンピックも外食にはウェルカムとは言えない要因となった。なにしろ消費マインドが冷え込んでいる。節約志向・デフレ傾向だ」と振り返った。

「47 都道府県が一番搾り」について「大いに好評を博した。トップである私の理念は“地域のお客様のことを一番に考える会社”。来年やるかどうかは未定だが、地元の応援を考えると、出さないわけにはいかないかな、というのが正直なところだ。更に一步、進化させる取り組みになるだろう」と述べた。

◎ 6年の歳月を経て、途上国と日本を結ぶスピリッツ「ワニック」が誕生

ココナッツジュースから造られる新しいカテゴリーのスピリッツ「Wanic (ワニック)」が、6年の歳月を経てついにリリースされた。

「ワニック」は、途上国のニーズと日本の技術力をつなげ、途上国の人々の課題解決につながるものを生み出すことを目的に 2010 年、設立された See-D のデザインコンテストがきっかけで生まれたプロダクトだ。

東ティモールでのフィールドワークで「現地にある資源を活かして、雇用を創出する」というヒントを得た 6 名のワニック・プロジェクトチームは、現地で捨てられていたココナッツジュースを高付加価値がつくお酒にすることを思い立つ。2013 年には世界最大のココヤシ産地であるフィリピンへ活動の場を移し、クラウド・ファンディングで資金を調達。ラオス・ビエンチャンに日本人が設立したラオディ蒸留所の協力を得ながら試作を重ね、今月ようやく世界で初めてのピュア ココナッツ スピリッツ「Wanic Spirits 2015 Vientiane」(700ml/8,000 円) をリリースするに至った。

27 日には、関係者を招いたリリースパーティーを東京・渋谷ロフトワークで開催。ワニッ



ク代表森住直俊氏(写真)が誕生までの経緯を紹介し、「ココナッツを割るところから、瓶詰まで、すべてメンバーの手で行った。2222 日かけて誕生したワニックをぜひ楽しんでほしい」とあいさつした。

ココナッツを使ったお酒は世界にもたくさんあるが、ココナッツのジュースを活用したスピリッツは世界初。ココナッツの香りや甘みが凝縮された味わいで、アルコール度数 42 度とは思えないやわらかさ。会場では、ココナッツの風味を活かし、パイナップルジュースで割った「ピニャコラーダ」や、ミントとライムを加えた「モヒート」などのカクテルスタイルも提案した。

初回製造数は 100 本限定。EC サイトも同日よりオープンした。国内だけでなく、現地のリゾート施設などでの展開も予定する。

今後は、「現地に雇用を、子供たちに笑顔を」という理想の実現に向け、フィリピンでの蒸留所設立に向けて動き出す予定だ。



◇ 「ヴァーヴ・クリコ」新商品のフェア開催

MHD モエ ヘネシー ディアジオは 10 月 31 日まで、シャンパーニュ「ヴァーヴ・クリコ」の世界観を楽しむフェアを、「ザ テンダーハウス」(港区白金台)で開催中だ。

新商品「ヴァーヴ・クリコ イエローラベル アロー」にインスピレーションを受けたディスプレイを配し、伝統的なロードサインであるアローに遊び心をきかせた旅を彷彿とさせるアイテムを揃えた。

◇ ベタンヌ&ドゥソーヴとピーロートが「ル・グラン・テイスティング」東京初開催

ピーロート・ジャパンは 11 月 12~14 日、フランス「ベタンヌ&ドゥソーヴ」が毎年パリで開催する試飲会「ル・グラン・テイスティング」を東京で共同開催する。日本での開催は初。

ベタンヌ&ドゥソーヴは 1995 年、ワインガイド食品産業新聞社を出版し、2005 年にはメディアグル

ープを創設。フランスだけでなく、香港や上海でも、試飲会「ル・グラン・テイスティング」を展開してきた。今回の試飲会には、世界 60 社以上の生産者が来日する予定。試飲会は 11 月 12 日~14 日、目黒雅叙園で、時間は 11 時~21 時。また、ピーロート恒例の「レディー&ジェントルメン イン ワインディナー」も 12・13 日の両日同所で開催。

◇ 京都ジン「季の美」がポップアップバー

ウィスク・イーは 10 月 14 日、京都蒸溜所が作るジン「季の美 京都ドライジン」を発売する。また、これを記念して 10 月 11~15 日まで、京都の町家にて期間限定のポップアップバーをオープンする。

ポップアップバーでは、『季の美』の製法やボタニカルを展示するほか、ゲストバーテンダーによるオリジナルカクテルの提供、京都蒸溜所のディステイラーを招いての Q&A セッションなど、『季の美』の世界を体感できる空間を提供する。

◎ 日本食レストランの増加でタイで日本酒が徐々に普及—ジェトロ

ジェトロは 23 日、東京の本部で食品輸出セミナーを開催した。バンコク事務所の海外コーディネーターの安田良輔氏が主に食品輸出を目指す企業に対してタイの食品市場の概況を説明した。タイでは日本食の普及、日本食レストランの増加に伴い、日本酒がタイ人富裕層・中間層にも徐々に認知されている。

タイの 1 世帯当たりの所得 (1 カ月) は 1 万バーツ (1 バーツ=約 2.9 円) 以下の低所得者層が 25% を占め、アッパーミドル (5~10 万バーツ) は 7.7% しかないが、約 1,000 万人が住むバンコク首都圏に限れば、低所得者層はわずか 6.5% で、アッパーミドルは 16.8%、さらに 10 万バーツ以上の富裕層も 6.8% を占める。この 2 つの層が日本食、日本産食品の需要層となる。また、在住日本人は登録者数だけで 6.4 万人、うち 7 割がバンコク在住。さらに短期駐在者などを含めると 7~8 万人の日本人が住んでいる。地方はまだ貧しい人が多いので、日本産食品の輸出、販売はバンコク首都圏がターゲットとなる。

酒類について見ると、バンコク市内では日本の 2~3 倍の価格で販売されている。それは従量税、従価税、さらに内国税、健康振興基金負担金など酒税が高いからだ。また関税は清酒・焼酎とも 60% だが、日タイ経済連携協定 (JTEPA) の適用を受けると清酒はゼロ、焼酎は 5.45% と極端に低くなる。輸入業者の中には JTEPA の適用を条件とする例も多い。

日本からタイへの清酒の輸出は 12 年以降急

激に伸び、15 年は 503k1 (前年比 14% 増)、2.3 億円となった。従来は駐在日本人が消費の主体だったが、現在はあまり飲まない。代わって日本食の普及、日本食レストランの増加に伴いタイ人の消費が多い。逆に焼酎はタイ人の味覚に合わないのか、飲むのはほとんど日本人となる。ここ数年 140k1 程度の輸出実績。

酒類の輸出・販売に関して留意点をあげる。輸出する場合、タイの輸入業者を通すことになる。実際はほぼ 100% を占める。輸入業者は輸入許可申請、通関、倉庫での保管、卸売、配送などの機能を持っている。輸入業者から小売店、日本食レストランなどに流通する。最適な輸入業者との提携が輸出の成功のカギとなる。酒類に特化した日系輸入業者もいる。1 銘柄 1 業者の登録となる。複数の輸入業者を使って競争させることはできない。ただ、実際には売れ始めた銘柄をヤミで輸入・販売するケースもあるようだ。

販売に当たっては雑誌、ポスターなど印刷物に酒類やそれを飲んでいる写真を掲載してはならない。小売店 (スーパー、コンビニ) では 11~14 時、17~24 時までしか販売できない。

なお、ジェトロ調査によるとスーパーでの販売価格は清酒 1.8L で 659~2,420 バーツ (酒質不明) と幅がある。焼酎は 720ml で 1,100 バーツ前後。ただし、韓国産、ベトナム産は半値以下で販売されている。



◎ ファミリーマート、中食全面刷新、チルド惣菜・店内調理でおかずを拡充

ファミリーマートは 13 日に横浜市で行われた下期商品政策説明会で、中食を全面刷新する方針を発表した。チルド惣菜、店内調理品、冷凍食品で、夕食のおかずやおつまみになる商品を大幅に増やす。「食の外部化比率が高まっている。コンビニの惣菜に対する添加物が多い、手抜き感があるなどのマイナスイメージを払しょくし、伸張している中食マーケットを取りに行く」(本多利範ファミリーマート取締役専務執行役員商品本部長) という。

また、本多取締役は、1 日付で統合したサークルKサンクスとの商品の統合について、「12 月までに中食以外の商品はすべて統合する。コーヒーは 11 月中に統合する。中食もファミチキは 11 月から順次、サークルKサンクスのお店にも導入してクリスマス商戦に対応する。中食はサークルKサンクス工場設備の水準が低く、今のままではファミマの商品は作れない。1 カ所ずつ話し合って投資し、来年春までに中食の統合を完了させたい」とした。

◇ 「サッポロラガービール缶」限定再発売

サッポロビールは、「サッポロラガービール」の缶製品を、11月22日から数量限定で発売する。350ml缶・500ml缶、販売計画20万c/s(大瓶20本換算)。



同商品は、業務用市場を中心に大びん・中びんで販売している。本年7月に缶製品を販売したところ好評を博し、予定を2割以上も上回る販売実績となり、期待に応えて、急ぎで再発売することとした。

ラベルに掲げられた赤い星は、開拓使のシンボルであった北極星を示し、ファンから〈赤星〉の愛称で長年親しまれている。伝統感と熱処理ビールならではのしっかりとした厚みのある味わい。

◇ ミツカンと「金麦」が鍋でコラボ

Mizkan は 10 月からサントリービールと「鍋で乾杯!」と称したコラボレーション企画を始動する。少人数世帯による個包装



タイプ鍋つゆの購入経験率が年々高まっていることから、ミツカンの個包装タイプ鍋つゆ「こなべっち」と、鍋と相性の良いサントリー「金麦」とのコラボレーション企画を実施する。

コラボ①テレビCM。ミツカンは9月から11月にかけて、優香さんが「こなべっち 地鶏塩ちゃんこ鍋つゆ」で作った「地鶏塩ちゃんこ鍋」を一人で楽しむ TVCM を全国で投下する。また、サントリーは10月からの「金麦」の TVCM で、檀れいさんが「金麦」とともに「地鶏塩ちゃんこ鍋」を楽しむ TVCM が放映する。

コラボ②店頭販促ツール。店頭において、オリジナルの販促ツールを活用し、両社で売場を盛り上げる。販促 POP の他、「鶏だんご」などの生鮮食品に添付するオンパックスール、店頭用 VTR も用意する。

コラボ③製品パッケージ。サントリー「金麦」の6缶パックのパッケージに、「地鶏塩ちゃんこ鍋」のメニュー画像を掲載する。

◇ 「食品免疫産業賞」を受賞—アサヒ飲料

アサヒ飲料は28日、緑茶の抗アレルギー成分を特定し、その作用機構を解明して応用開発につなげる成果をあげたことが評価され、日本食品免疫学会の「食品免疫産業賞」の第1回受賞者に選ばれたと発表した。同社と農業・食品産業技術総合研究機

構・九州大学・JA かごしま茶業との研究グループが受賞したもの。

同賞は、食品免疫学の研究成果を応用し、人々の健康の維持・増進に資する食品の開発や普及に貢献した民間・公共の研究グループを表彰することを目的に、本年度新設された。

◇ 缶コーヒーを飲んだ気持ちを数値化
慶大との共同研究で—アサヒ飲料

アサヒ飲料は、慶應義塾大学との共同研究において、最新の脳波測定技術「感性アナライザ」を応用し、缶コーヒーを飲んで無意識下で感じている様々な「気持ち(感性)」を世界で初めて数値化することに成功したと発表した。

脳波研究の専門家として活躍する慶應義塾大学理工学部システムデザイン工学科の満倉靖恵准教授の協力のもと、信号解析技術をベースとした最新の脳波解析装置「感性アナライザ」を世界で初めて缶コーヒーの飲用時に合わせて使用。その結果、飲用時の気持ちの変化をリアルタイムで数値化することに成功するとともに、同社の「スッと飲めて、キリッとした苦みを持つタイプのブレンド缶コーヒー」を飲む前と飲んだ後で比べると、特に「ストレス」が低下する傾向が見られるという結果を得ることができたという。同研究の成果は、今年5月13日に行われた「計測自動制御学会第97回パターン認識研究会」で発表されている。

◇ 国分グループの組織改定・人事異動

国分グループは、10月1日付で次の組織改定および人事異動を行う。

【国分関信越・組織改定】「関信越業務センター」傘下の「販売業務課」を廃止し、直下に下記グループ格組織を設置する。▽関信越コールセンター▽北関東業務グループ▽南関東業務グループ▽信越業務グループ。

【国分グループ本社・人事異動】低温フレッシュ・フードサービス統括部付課長[ヤシマ出向](国分フードクリエイティブ販売業務部販売業務課長兼国分グループ本社フードサービス事業部販売業務一課)米田修平。

【国分九州・人事異動】兼第二支店佐世保営業所長兼平戸島営業所長、第二支社販売業務課長 草野浩史。

【国分フードクリエイティブ・人事異動】執行役員経営統括部部長兼ナックスナカムラ取締役(ナックスナカムラ専務取締役兼営業本部長)中村典正▽販売業務部販売業務課長兼国分グループ本社フードサービス事業部販売業務一課(販売業務部販売業務課グループ長)金久保裕樹。

◎ 「日本酒の未来に向けた技術者の役割」メインテーマに講演会—関西醸友会

(大阪発) 関西醸友会は 9 月 27 日、京都市南区の京都テルサで第 5 回定時総会および講演会を開催した。定時総会には、正会員 136 人、賛助会員 36 社のうち、77 人が出席し、64 人が委任状を提出。第一号議案から第三号議案まで原案通り可決・承認された。講演会はメインテーマを「日本酒の未来に向けた技術者の役割」と題して、5 つの講演が実施された。

曾我浩会長（日本盛常務取締役酒類事業担当兼社長室担当）はあいさつで、「関西醸友会は関西地区の清酒醸造技術者の交流を推し進め、醸造技術の進歩発展および清酒業界の活性化に資することを目的に 2012 年に設立し、今年で 5 回目の総会、講演会を迎えることになった。発足当初は正会員 120 人、賛助会員 25 社でスタートしたが、当会の趣旨に賛同する人が増え、現在は正会員 136 人、賛助会員 36 社となっている。活動として本講演会はもちろん、昨年度より、関西の若手技術者の交流を図る目的で開始した“関西醸造研究セミナー”を開催している。醸造学会など各学会の演題を再発表してもらうもので、今年も 130 人を超えて活発な討議を行った。セミナー終了後の懇親会でも年代を超えた交流が図れた」と振り返った。



講演会については、「“日本酒の未来に向けた技術者の役割”をテーマにした。清酒業界は、国内では純米吟醸や純米酒など特定名称酒が伸び、海外輸出も順調に伸長している。一方で少子高齢化、人口減は避けられない状況だ。こうした環境の中で、我々技術者は今後どのような役割を果たさなければならないか。今回の講演が原点を見直す場になればと思う」と述べた。

講演の演者と演題は、酒類総合研究所の後藤奈美理事長による「酒類総合研究者の取り組み（2）」、農林水産省大臣官房政



策課調査官の天野正治氏による「農政の視点から見た日本酒振興」、熊本大学大学院自然科学研究科の副島顕子教授による「飲み手の情報解読力」、能登杜氏の農口尚彦氏による「杜氏という仕事・・・その心と技」、テクノカルチャー戸塚昭社長による「並酒と高級酒 - 日本酒における酒質設計の難しさ -」。

曾我会長は、「酒類総合研究所の後藤先生からは酒類総研の様々な取り組み、日本酒の未来をサポートするような話が聞ける。農林水産省の天野先生からは農政の観点から、日本酒の振興の様々な話が聞ける。熊本大学の副島先生は、我々がターゲットにしないといけない若者達がどのように情報を受け取ってお酒に接しているのか、その生の声が聞ける。能登杜氏の農口先生は、杜氏や技術者の中では知らない人はいないと思っている。長年清酒醸造に携わってきた先生の酒造りに対する技術者への有益な提言をいただける。戸塚先生はワインの先生のイメージだが、今回の講演資料を事前に拝見すると、先生の清酒業界に対する見識と強い思い入れが感じられた。今回はヨイショの話はしないと事前に聞いている。まさに今回のメインテーマにふさわしい話が聞けると思っている。関西醸友会は、今後も関西清酒技術者の交流を推し進める活動を通して、醸造業界の進歩発展に少しでも寄与できれば考えている」と力強く語った。

【目覚まし】 山手と麒麟横浜工場を結ぶ

○… 8 月 23 日、麒麟ビール横浜工場に隣接する入江川に観光船用の栈橋が誕生した。象の鼻栈橋、山下公園栈橋、赤レンガ倉庫、ぷかり栈橋など、横浜の象徴的な観光スポットがそろい踏み、みなとみらい地区と、横浜工場が結ばれたことになる。○…横浜工場は、首都圏からほど近いところで大規模ブルワリーに触れられる施設だ。しかし、最寄駅は各駅停車しか停まらない京急本線の生麦駅。駅から 10 分程度歩き、アクセスも最適かというところとまでは言えなかった。○…それが、山手のビール工場跡地を見て、シーバスで横浜工場に向かうことも可能になった。まさに「点が面となった」（布施孝之社長）ということで、ビールファンの誘致に一役買いそうだ。

◎ **醸造機械メーカートップに聞く①** 清酒メーカー複数社にプラント案件
「吟醸蔵商品群」ブランディング化—フジワラテクノアート藤原恵子社長

——まずは上期（1～6月）を振り返って

韓国の醤油メーカーをはじめ、国内でも地方の清酒メーカー複数社にプラントの案件があるなど順調に推移している。ただ、こういった大型案件の工程は長期に及ぶため、来期の売上げに寄与することになる。

製作については現在、生産管理の強化に取り組んでいる。工場にも若手社員が増えているので、レベルアップのためにも内作範囲を拡大している。コスト構造の最適化を図るとともに、社内の技術力の向上を目指し、製造が頑張っている。また、この時期はメンテナンスが本格化するので例年通り非常に忙しい。優遇税制や各種補助金を利用した設備投資が非常に活発で、政策によるお客の投資意欲は実感している。

——業界別の状況は

特に清酒業界は、補助金の利用などで積極的な投資意欲を感じる。原料処理工程の部分的な設備の更新だけでなく、蔵全体に及ぶ大型の新設、増設案件の発注もいただいている。当社では、昨年からの設計と開発部門と連携した営業展開を行っているが、その効果を実感している。

同じく昨年からの「吟醸蔵商品群」のブランディング化を行っており、吟醸酒を中心とした特定名称酒向けの提案を進めている。「回転式自動洗米浸漬装置」や「吟醸コシキ」、「完全無通風自動製麹装置 V E X」といった吟醸造りに適した商品群の呼称となるが、商品群という括りで提案することによって、現時点で導入が望ましい設備や、将来的に導入を検討していく中で設備をどうしていくかなど、蔵元に将来像を具体的に考えてもらえるようになってきている。今年は清酒向けの案件に向けた様々な取り組みを行っており、それらの成果が出ていることを実感している。

——焼酎の案件は

焼酎に関しては、例年通りメンテナンス案件や設備の更新に加えて、大規模なタンクの増設や、これまで入り込めていなかった複数のお客から新規の受注もいただいている。新しいお客からは、その案件をきっかけに来年以降も範囲を拡大した内容で引き合いをもらっている。一度実績ができることで、次々と新たな案件に繋

がることが分かった。

——下期の見通しを

売上高は例年並みで推移する見通しだ。受注は来年以降複数あるので、社内外で連携を密にしながら丁寧にプロジェクトの具体化を進めていきたい。当社は今まで大型案件でかなりの売上げを占めていた。1つの案件が数十億円規模でも、翌年それがないと売上げは減ることになる。そのため、大型案件に頼らない体質はつくっていききたい。安定的に利益を生む体質に改善することを進めている。

——海外案件の現状は

既存の取引先の中国最大手メーカー以外にも大手の醤油メーカーから引き合い案件はある。これまでの実績と、その裏付けとなる技術力をPRしながら計画を前進させようと努力している。

——一般食品向けの装置も注目を集めています

粉体殺菌装置「ソニックステラ」は、中国の漢方薬メーカーから受注をいただいた。来年の上期には本格稼働する見込みだ。同装置は、放射線殺菌の代替手段にできることが大きな付加価値で、かつ原料の変性が少ないこともお客からの評価が高い。今後は、中国の漢方薬の市場において大きな役割を果たしていけると考えている。

また、国内でも1号機を契約することができ、図面を作成して製作に入る段階である。この案件を成功させていけば、国内でもさらに受注は増えていくと考えている。6月に出席した国際食品工業展（FOOMA JAPAN）では「ソニックステラ」の引き合いが最も多かった。それを機にいくつかのテスト依頼もあり、確実にフォローして実績に繋げていこうとしている状況だ。テスト依頼は、魚粉のメーカーや製粉メーカーなど幅広い業種から寄せられている。

珪藻土濾過装置「サニフィルター」の引き合いに関しては、以前に比べると落ち着いてはいるが、香料メーカーや食酢などの新しい業界にも展開ができる見通しだ。これらの新しい装置が売上げに貢献してくれることを期待している。



◇ 歳暮ギフトセット 10 月下旬から—キリン

キリンビールは、歳暮ギフトセットを 10 月下旬から順次発表する。定番の「一番搾り」セットを中心に、季節限定の「一番搾り とれたてホップ生ビール」など、合計 49 種類のラインアップで展開する。「一番搾り プレミアムセット」や果汁 100% の「トロピカーナ 100%」シリーズとビールを詰め合わせた「ファミリーセット」、歳暮限定「一番搾り とれたてホップ生ビール」など。

「グランドキリン」は、今年の歳暮ギフトではスーパーなどの量販店や EC にも販売チャネルを広げる。



◇ 「全量芋焼酎 一刻者〈紫〉」を限定出荷

宝酒造は、昨年発売し好評だった「全量芋焼酎 一刻者〈紫〉」を 10 月 18 日から限定出荷で発売する。720ml (参考小売価格 1,522 円税抜)、1.8L (同 3,123 円)。アルコール 25%。

「全量芋焼酎 一刻者」は、芋麹を含め原料となるさつまいもに南九州 (宮崎・鹿児島) 産の紫芋だけを使用した「紫芋 100%」の本格焼酎。希少な紫芋原料と手間ひまかけた贅沢なつくりで実現した、フルーティーで香り高くすっきりと飲みやすい味わいが特長。

近年、紅さつまや金時芋に代表される赤芋やムラサキマサリやエイムラサキといった紫芋を原料に使用した焼酎の人气が高まっており、赤芋焼酎や紫芋焼酎の市場は拡大が続いている。

同社では、希少な紫芋原料を使用した「全量芋焼酎「一刻者」〈紫〉」を限定出荷で発売することで、話題性を喚起し、「一刻者」ブランドのさらなる価値向上を目指す。



◇ 「特撰松竹梅 御神酒〈純米〉純金箔入」

宝酒造は「特撰松竹梅 御神酒〈純米〉純金箔入」180ml を 10 月 18 日から期間限定で新発売する。参考小売価格 285 円税抜。御神酒 (おみき) とは、古来より神事・祭礼などの特別な日に神様へお供えするお酒で、お供え後には「お下がり」として飲まれる習慣がある。今回新発売する同商品は、精米歩合 70% まで磨いた、飲みごたえのある辛口な味わいの

純金箔入り純米酒。上質感のある金のラベルを採用し、年末年始のハレの日を華やかに演出する。

同社では、年末年始に最需要期を迎える清酒市場で、同 180ml を期間限定で新発売し、「松竹梅」のラインアップを強化することで、ブランドのさらなる価値向上を目指していく。



◇ 「超特撰松竹梅〈大吟醸〉純金箔入」180ml

宝酒造は、昨年も発売し好評だった「超特撰松竹梅〈大吟醸〉純金箔入」180ml を 10 月 18 日から期間限定で発売する。参考小売価格 400 円税抜。

精米歩合 50% まで磨いた米で醸した、華やかでフルーティーな吟醸香とすっきりとした味わいが特徴の金箔入りの清酒。キラキラとするカットを施した透明壺を使用し、金色を基調としたパッケージにすることで、店頭で映えるデザインにしている。

同社では、年末年始に最需要期を迎える清酒市場に向け、今回の商品で、特別な日にはいつもより良いお酒を飲みたいというニーズに応え、「松竹梅」ブランドのさらなる価値向上を目指していく。



◇ 限定「越乃寒梅 普通酒 大江山産」

石本酒造は、期間・エリア限定の商品「越乃寒梅 普通酒 大江山産」を 9 月 28 日から新潟市中央区・東区・江南区で限定発売する。720ml・960 円、1,800ml・2,030 円 (税別)、アルコール 15 度。

越乃寒梅 (石本酒造) の旧住所である大江山村の酒米「五百万石」を 100% 使用した酒で、地元の顧客に楽しんでもらうため、日頃の感謝の気持ちを込めて昨年仕込んだ。「全量酒造好適米仕込み」を達成した 2016 年販売の記念酒。そうしたことから、肩張りの「KOSHI NO KANBAI」は、30 年以上前のラベルを復刻させている。

今年は初年度であり、また原料米調達の兼ね合いから出荷は 1 回限りで、出荷地域は「新潟市江南区・中央区・東区」の特約店に限定販売させている。



—資料— 8月の発泡酒POS売れ筋ランキング(販売金額ベスト50)

(KSP-SP 調べ)

順位	名 称	販売金額	金額シェア	販売数量	数量シェア	平均単価	カバー率
1位	淡麗グリーンラベル 350ml×6 (麒麟麦酒)	55,444 千円	8.92 %	78,123 個	5.67 %	710 円	92.9 %
2位	スタイルフリー 缶 350ml×6 (アサヒビール)	47,981	7.72	67,349	4.89	712	93.9
3位	淡麗 極上 生 缶 (麒麟麦酒)	47,585	7.65	67,436	4.89	706	95.2
4位	淡麗グリーンラベル 500ml×6 (麒麟麦酒)	33,061	5.32	32,590	2.36	1,014	89.4
5位	スタイルフリー 缶 500ml×6 (アサヒビール)	29,285	4.71	28,940	2.10	1,012	83.3
6位	淡麗ブラチナダブル 缶 350ml×6 (麒麟麦酒)	28,404	4.57	39,762	2.89	714	85.9
7位	淡麗 極上 生 缶 (麒麟麦酒)	27,071	4.35	26,726	1.94	1,013	91.6
8位	淡麗 極上 生 缶 (麒麟麦酒)	26,080	4.19	9,476	0.69	2,752	65.3
9位	淡麗グリーンラベル 350ml×6×4 (麒麟麦酒)	20,792	3.34	7,530	0.55	2,761	61.9
10位	極ZERO 缶 350ml×6 (サッポロビール)	19,877	3.20	28,344	2.06	701	75.1
11位	淡麗グリーンラベル 缶 500ml (麒麟麦酒)	19,571	3.15	107,473	7.80	182	96.3
12位	淡麗 極上 生 缶 (麒麟麦酒)	17,058	2.74	93,772	6.80	182	96.2
13位	淡麗ブラチナダブル 缶 500ml×6 (麒麟麦酒)	16,803	2.70	16,545	1.20	1,016	65.4
14位	スタイルフリー 缶 500ml (アサヒビール)	16,542	2.66	90,792	6.59	182	89.3
15位	スタイルフリー 缶 350ml×6×4 (アサヒビール)	15,910	2.56	5,768	0.42	2,758	53.1
16位	淡麗グリーンラベル 缶 350ml (麒麟麦酒)	13,417	2.16	102,581	7.44	131	94.1
17位	スタイルフリー 缶 350ml (アサヒビール)	12,274	1.97	94,135	6.83	130	95.9
18位	淡麗 極上 生 缶 (麒麟麦酒)	11,900	1.91	91,171	6.62	131	97.3
19位	淡麗ブラチナダブル 缶 500ml (麒麟麦酒)	10,721	1.72	58,540	4.25	183	72.6
20位	淡麗ブラチナダブル 缶 350ml×6×4 (麒麟麦酒)	8,886	1.43	3,213	0.23	2,766	40.6
21位	極ZERO 缶 500ml×6 (サッポロビール)	8,850	1.42	8,821	0.64	1,003	49.3
22位	淡麗ブラチナダブル 缶 350ml (麒麟麦酒)	8,590	1.38	65,632	4.76	131	88.8
23位	極ZERO 缶 350ml×6×4 (サッポロビール)	8,520	1.37	3,110	0.23	2,740	35.6
24位	淡麗 極上 生 缶 (麒麟麦酒)	8,435	1.36	2,166	0.16	3,895	36.7
25位	淡麗グリーンラベル 500ml×6×4 (麒麟麦酒)	7,465	1.20	1,916	0.14	3,897	34.2
26位	スタイルフリー 缶 500ml×6×4 (アサヒビール)	6,625	1.07	1,710	0.12	3,875	29.8
27位	極ZERO 缶 350ml (サッポロビール)	5,277	0.85	40,657	2.95	130	78.6
28位	極ZERO 缶 500ml (サッポロビール)	4,814	0.77	26,589	1.93	181	57.2
29位	北海道生搾り 缶 350ml×6×4 (サッポロビール)	4,503	0.72	1,647	0.12	2,734	8.8
30位	スタイルフリーパーフェクト 缶 350ml×6 (アサヒビール)	4,357	0.70	6,152	0.45	708	27.1
31位	淡麗グリーンラベル歴代ユニT当たる 350ml×6 (麒麟麦酒)	3,956	0.64	5,490	0.40	721	24.4
32位	淡麗ブラチナダブル 缶 500ml×6×4 (麒麟麦酒)	3,744	0.60	961	0.07	3,897	21.9
33位	北海道生搾り 缶 350ml×6 (サッポロビール)	3,249	0.52	4,658	0.34	698	9.8
34位	極ZERO 缶 500ml×6×4 (サッポロビール)	3,169	0.51	821	0.06	3,861	14.7
35位	本生 アクアブルー 缶 350ml×6×4 (アサヒビール)	2,736	0.44	978	0.07	2,798	8.0
36位	淡麗極上 生 缶 135ml (麒麟麦酒)	2,406	0.39	31,761	2.30	76	37.3
37位	北海道生搾り 缶 500ml×6×4 (サッポロビール)	2,344	0.38	615	0.04	3,813	7.2
38位	水曜日のネコ 缶 350ml (ヤッホー・ブルーイング)	2,216	0.36	8,395	0.61	264	35.4
39位	スタイルフリーパーフェクト 缶 500ml×6 (アサヒビール)	2,093	0.34	2,078	0.15	1,008	14.6
40位	レッドアイ 缶 350ml (アサヒビール)	1,985	0.32	12,674	0.92	157	23.0
41位	スタイルフリーパーフェクト 缶 350ml×6×4 (アサヒビール)	1,967	0.32	717	0.05	2,744	11.0
42位	北海道生搾り 缶 500ml×6 (サッポロビール)	1,938	0.31	1,945	0.14	996	9.0
43位	淡麗極上 生 缶 135ml×6 (麒麟麦酒)	1,913	0.31	4,359	0.32	439	26.5
44位	淡麗極上 生 歴代ユニTCP 350ml×6 (麒麟麦酒)	1,816	0.29	2,576	0.19	705	22.2
45位	淡麗グリーンラベル歴代ユニT当たる 500ml×6 (麒麟麦酒)	1,807	0.29	1,784	0.13	1,013	12.7
46位	本生 アクアブルー 缶 350ml×6 (アサヒビール)	1,746	0.28	2,388	0.17	731	10.7
47位	淡麗極上 生 缶 250ml (麒麟麦酒)	1,627	0.26	13,455	0.98	121	37.3
48位	スタイルフリーパーフェクト 缶 350ml (アサヒビール)	1,530	0.25	11,771	0.85	130	30.8
49位	スタイルフリーパーフェクト 缶 500ml (アサヒビール)	1,461	0.24	8,132	0.59	180	16.8
50位	スタイルフリーデザイン缶CPパック 500ml×6 (アサヒビール)	1,386	0.22	1,359	0.10	1,020	3.5

＜対象店舗＞東光ストア、ホクレン、ラルズ、みやぎ生協、セーブオン、千葉薬品、サミット、東急ストア、福井県経済連、いちやまマート、マックスバリュ中部、関西スーパー、トーヨー、天満屋ストア、イズミ、西鉄ストア、鹿児島県経済連—など1026店舗。

—資料— 9月14日～9月30日の首都圏スーパーのチラシ特売状況③

			イオン	ヨーカドー	いなげや	エコス	オセキ	カスミ	京急	コープ	モディ	サミット	西友	梅田ロビン	ダイエー	フジ	ベシア	マルヤ	ヤオコー	ライフ
サントリー	-196℃ ストロングゼロ	350ml					108	113	112											
		500ml																162		
	ほろよい	350ml			113		108			108		108				108			108	
	鏡月グリーン25度	1.8L							992											
	麦焼酎むぎのか	1.8L					927													
	ザ・オールド43°	700ml					1,598				1,880									
	角瓶	700ml			1,382		1,382	1,382	1,350		1,329	1,377		1,383		1,380		1,393		
	白角	700ml			1,382		1,382		1,350			1,377		1,383						
	角ハイボール缶	350ml					182	192						193						
	角ハイボール缶(濃いめ)	350ml						192						193						
	トリスクラシック	700ml									754								689	
	カナディアンクラブ	700ml					1,014													
	澄みわたる梅酒	500ml															475			
	澄みわたる梅酒きゅんとすっぱい	500ml															475			
	澄みわたる白桃酒	500ml															475			
	酸化防止剤無添加のおいしいワイン	720ml													429					
		1.8L																842		
	無添加のおいしいワイン。濃い赤	720ml														429				
キリン/メルシャン	本搾りチューハイ	350ml							112	108					105		100			106
		500ml					160													
メルシャン	おいしい無添加ふくよか赤ワイン	1.5L				862					927									
	おいしい無添加ワイン	1.5L				862														
	コンチャイトロ フロンテ	750ml							582											581
朝日酒造	久保田 千寿 吟醸	720ml														1,922				
		1.8L					3,218													
大関	上撰 金冠箱の酒	2L					1,350													
	のものも	2L					927													
菊正宗	ピン淡麗仕立	2L							8,983											
黄桜	辛口一献	2L									961						880			
霧島酒造	黒霧島 芋焼酎25°	900ml					906													
		1.8L					1,598	1,598		1,625	1,707							1,490		
	白霧島25°	1.8L																1,490		
三和酒類	いいちこ25°	1.8L							1,402										1,393	
	いいちこ20°	1.8L																	1,236	
CGCサントリー	グランドゴールド	350ml×6									605									
		350ml×24									2,409									
		500ml×6									862									
スターセレクト	焼酎20度	2.7L																	1,077	
	焼酎25度	2.7L																	1,274	
セブンプレミアム	グランマルシャルドネ・ネトロネス	750ml		1,058																
宝酒造	焼酎ハイボール	350ml												106	105					
		500ml												150						
	ピュアバック25度	1.8L				927														
	極上宝焼酎25%	4L					2,354		2,344						2,344					
	一割者25度 芋	720ml													1,350					
	一割者25度 赤	720ml													1,491					
	焼酎20度	4L				1,831														
	焼酎25度	4L			2,035	2,036	2,035		2,036											
	松竹梅 上撰	1.8L																1,490		
	松竹梅 天	2L					862		897		862			938			880			
	松竹梅 天 辛口純米	2L							1,059					1,024						
	松竹梅 白壁蔵 濁	750ml													1,240					
		300ml													495					
	松竹梅 白壁蔵 濁 DRY	750ml													1,240					
		300ml													495					
	特選松竹梅 純米大吟醸	720ml							1,167											
	25° NIPPON	700ml							927											
辰馬本家	白鹿 淡麗辛口	2L					927													
白鶴	まる	2L					970													
八海酒造	八海山本醸造	720ml														1,922				
福徳長	博多の華25度黒麹麦	1.8L				1,166														
		1.8L	991		1,058	1,122														
	博多の華25度麦	1.8L×6	5,940																	
北関酒造	越後杜氏直伝からくち	2L								624										

(注)一部店舗のみ実施や特売日限定も含む。

—資料— 【西日本スーパーマップ⑬(完)】熊本・鹿児島・沖縄 熊本はイオン九州微減、鹿児島・沖縄は首位が強さ

【熊本】イオン九州は出店なしで微減にとどめた。アレスは店舗改装効果により増収。生活協同組合くまもとは、衣料品などの季節商材が低迷したが、店舗事業は配達利用の組合員の増加で増収。マックスバリュ九州は昨年11月に「八反田店」(熊本市)を閉鎖。スーパーナインは14年2月に破産開始。パルジェ(八代市)は昨年8月に事業停止して自己破産申請した。

【鹿児島】タイヨーは昨年3月にタイヨー楽天市場店スタート。イオン九州は「イオン始良」(始良市)の1店舗減。マックスバリュ九州は1店舗閉鎖するもダイエー

の1店承継で店舗数は維持した。

【沖縄】サンエーは堅調な個人消費とインバウンド需要によって売上高、利益とも過去最高に。金秀商事は「タウンプラザかねひで繁多川市場」と「同前田交際市場」の新店効果が寄与。イオン琉球は11期連続増収で過去最高更新。昨年4月オープンの「イオンライカム店」が押し上げた。リンボウストアは17年度に新店1店、リニューアル2店を予定。生協コープおきなわは今年10月に「コープ牧港」、11月に「同あつぷるタウン」をリニューアルする。(連載終り)

熊本県

(単位: 百万円、%)

	社名	年商	前年比増減率	店舗数
1	イオン九州	23,418	▲0.3	14
2	アレス	23,031	5.4	※1 30
3	マックスバリュ九州	21,709	2.4	19
4	ゆめマート	18,800	35.3	23
5	ロッキー	18,540	0.5	21
6	生活協同組合くまもと	* 16,114	2.3	13
7	鮮ど市場	14,200	0.0	※2 16
8	マルエイ	11,471	10.1	※3 16
9	グリーンコープ生協くまもと	7,592	2.1	5
10	鶴屋商事	5,530	0.0	5
11	みやはら	3,900	11.4	5
12	黒潮市場	3,562	▲27.9	7
13	にしだ	3,300	0.0	5
14	熊井商店	1,848	▲2.1	1
15	イスマ商事	1,775	▲6.7	5
16	シーズユー	1,720	11.0	3
17	栄屋フーズ	1,491	▲2.9	4
18	スーパーみつい	1,450	3.6	5
19	山口食品青果	900	0.0	1
20	有佐スーパー	889	3.3	4
21	菊屋	725	▲12.4	—
22	サンフードてらもと	585	0.0	1
23	マルメイ	550	0.0	—
24	アシスト商事	438	5.0	—
25	みずもと	370	▲3.9	1
26	荒木屋	224	13.7	1
27	菊池地域農業協同組合	34	0.0	1
	サンロード			※4 24
	イワサキ			8
	太陽電気工業所			4
	ビッグミカエル			4
	西友			3
	マイライフ新鮮市場			2
	エーコープ熊本			1
	サンフード イワナガ			1

※1 アレス30店(熊本17、大分4、宮崎4、福岡3、鹿児島2)

※2 鮮ど市場16店(熊本12、鹿児島3、福岡1)

※3 マルエイ16店(熊本14、福岡2)

※4 サンロード24店(SM12、書店4、CVS7、ドラッグストア1)

* 生活協同組合くまもとは総事業高

※ 売上非公表の企業は店舗数のみ。

鹿児島県

(単位: 百万円、%)

	社名	年商	前年比増減率	店舗数
1	タイヨー	125,100	▲2.7	※1 92
2	ニシムタ	61,600	8.1	※2 27
3	エーコープ鹿児島	48,900	—	70
4	マキオ	27,360	0.0	3
5	大和	20,952	▲3.4	※3 20
6	生活協同組合コープかごしま	15,033	6.0	19
7	山形屋ストア	14,810	1.9	※4 21
8	イオン九州	11,847	▲0.1	2
9	マックスバリュ九州	11,721	▲0.9	12
10	あけぼの	3,343	▲10.3	8
11	スーパーよしだ	3,300	0.0	6
12	城山ストア	2,600	—	※5 7
13	大丸(ダイマル商事)	2,283	—	※6 7
14	ビッグツー	2,015	0.0	2
15	うしじまストア	989	▲6.0	1
16	ハルタ	865	▲0.9	1
17	かごしま産直市場	176	0.0	1
18	グリーンコープかごしま生協	79	—	1
	クッキー			8

※1 タイヨー92店(鹿児島75、宮崎17)

※2 ニシムタ27店(鹿児島24、宮崎2、熊本1)

※3 大和20店(鹿児島17、宮崎3)

※4 山形屋ストア21店(鹿児島15、宮崎6)

※5 城山ストア7店(SM6、青果テナント1)

※6 大丸(ダイマル商事)7店(SM2、100円ショップ3、CVS2)

※ 売上非公表の企業は店舗数のみ。

沖縄県

(単位: 百万円、%)

	社名	年商	前年比増減率	店舗数
1	サンエー	163,844	5.5	※1 81
2	イオン琉球	77,102	11.6	41
3	金秀商事	65,473	2.1	60
4	野嵩商会	27,015	1.9	18
5	リウボウストア	20,724	14.0	※2 16
6	JAおきなわAコープ	10,126	▲5.0	19
7	ジミー	2,900	—	※3 24
8	コープおきなわ	2,360	0.0	8
9	イバノ	215	19.4	1
10	おおしろストア	150	—	1
	丸大			11

※1 サンエー81店(小売店66、外食店14、その他1)

※2 リンボウストア16店(SM14、その他2)

※3 ジミー24店(SM4、グロスリーベーカーリー専門店20)

※ 売上非公表の企業は店舗数のみ。