

地元の資源と独自技術を活かした新たな取組 ～300年の歴史を持つ企業が取り組んだ「地サイダー」開発～

大阪府立産業開発研究所 主任研究員 木村和彦

企業名：能勢酒造株式会社
事業内容：清涼飲料製造業
従業員数：11人（平成21年7月末現在）
住所：豊能郡能勢町吉野358
URL：<http://www.eonet.ne.jp/~nosemizu>

はじめに

能勢酒造株式会社（以下、同社）は、大阪府の北部、京都府と兵庫県に接する緑豊かな能勢町で、吉野酒屋として正徳2年（1712年）に創業、昭和23年に能勢酒造株式会社として法人化した企業です。

創業した正徳2年という江戸時代で、6代将軍徳川家宣の下、「折たく柴の記」で有名な新井白石が活躍していた時代ですから、その歴史の長さがうかがわれます。現在は、9代目にあたる子安鎮郎代表取締役が経営にあたっています。



能勢酒造全景

約3年後に創業300年を迎えるという同社ですが、その道のりは平坦ではありませんでした。

昭和47年には、長期的な日本酒離れの傾向を感じ、日本酒造りで経営を維持していくことは難しいという認識から、創業時からの主力製品である清酒「桜川」の醸造を休止しています。この主力製品に対する需要の減少、それに伴う醸造休止という企業存続に関わる危機に対し、同社

では「桜川」の仕込み水として使用していた北摂山系の釈迦ヶ岳（花崗岩層）を源とする桜川（環境省名水百選候補）の水を活かして、その当時、ウイスキーを水で割って飲む「水割りブーム」が起きた時代という時流に乗ったかたちで、「ノセナチュラルウォーター」を開発、酒造業から仕込み水を活かした飲料メーカーへと転身していったのでした。

1. 「桜川サイダー」への取組

しかし、水割りブームも過ぎ、平成15年前後には、「ノセナチュラルウォーター」に対する需要も停滞、新たな製品開発が必要となっていました。

新製品のヒントを模索する中、18年に代表取締役夫人が、地サイダーを紹介した新聞記事を発見し、地サイダーへの取組を提案したのでした。

取組を検討するうち、地サイダーが同社にとってうってつけの製品であることが明らかになっていきました。

それは、

①当時、同社の販売ルートは飲食店向け等、業務用がほぼ100%で、新たな販路開拓が必要となっていた。地サイダーという特色のある製品ならば小売事業者向け販路開拓が見込まれること。

②特色ある製品であるため、販売価格が維持できること。

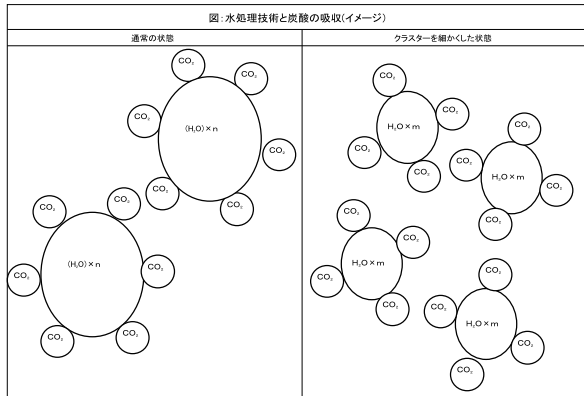
③総硬度、有機物含量が低く、清涼感、やわらかさ、まるやかさを備えているとともに、古来、霊水といわれている水に多く含まれるという珪素を多量に含むという特質を持つ桜川の水を原料として使用できること。

そして最も大きい要因が、④クラスター（分子が結合した集合体）細分化による飲料水等に炭酸ガスを吸収させる加工技術を活用できたことでした。

これは、磁気により水分子のクラスターを小さくし、これに炭酸ガスを吸収させることで、気泡サイズが細かくなり、炭酸ガスの保持能力が高ま

るとともに口当たりがよくなるというもので、12年頃に行った新製品開発の折に開発した技術でした。

今回は、この技術が活き、他の地サイダーとの差異化を図ることが可能となったのでした。



クラスター細分化による炭酸吸収イメージ

このような既存技術が活用できたこと等により、18年末に開発に着手した地サイダーは、わずか4か月後の19年4月に試作品を完成させました。



桜川サイダー

この製品は、「桜川サイダー」と名付けられ、道の駅「能勢（くりの郷）」や「おおさか府民牧場」でテスト販売が行われました。

その結果、販売好調であったことに自信を深めた同社では、本格的に生産を開始し、営業活動を実施しました。しかし、19年9月決算期の売上は200万円弱で、新規顧客開拓の難しさを改めて感じさせる結果でした。

この状況に変化を与えたのが、20年5月に発売になった『FENEK』（講談社）という雑誌の地サイダー特集で「桜川サイダー」が取り上げられたことでした。

これが呼び水になり、その後、20年11月に『朝日新聞』、『あまから手帖』21年6月号や5月発売の『関西ウォーカー』等、マスコミで取り上げられ、それに呼応するかのように、(株)フェリシモの通販カタログ採用、阪神百貨店や(株)いかりスーパーマーケット等での取扱開始と、新規取引先開拓も順調に進行するようになり、同社は、マスコミの力とプレスリリースの重要性を知るようになりました。

そして、「桜川サイダー」の売上は20年9月期に約600万円、21年9月期（見込）は約1,200万円と、同社の主力製品のひとつになりつつあります。

2. さらなる発展に向けて

同社では、「水の活性化技術を応用した商品開発と天然水を生かしたサイダーの開発・販売」で経営革新計画の承認を受ける（19年8月8日）とともに「大阪地域創造ファンド」へ応募し、19年9月採択されました。そこで地域活力向上の一助として箕面の滝をラベルに施した「桜川サイダー」を発売。その折に接触を持った箕面市から、箕面の特産品である柚子を使ったサイダーの開発希望を受けて柚子サイダーを製造し、「2009食博覧会・大阪」に出展、来春から季節限定製品として本格的な販売が始まる予定となっています。

このように地元の資源である桜川の名水と、同社の持つ磁気による水クラスター細分化という技術により、新たな事業の柱となる地サイダー開発に成功しました。

今回の地サイダー開発にみられるように、時代の変化に対応してきたことが、同社が300年近くの歴史を刻むことができた大きな要因といえます。そしてこの時代の変化に対応していくという経営者の意識が継承されていく限り、同社は成長・発展を続けると期待できます。

《謝辞》

最後になりましたが、本稿の執筆にあたりいろいろとご教示いただきました子安丈士取締役に対し、この場を借りて厚くお礼申し上げます。