



国分グループ本社(株)

## 全国卸の機能を最大限に発揮、 企画力と流通網で新たな価値を提案

マーケティング・商品統括部 酒類部  
酒類二課  
新潟酒販 特販部

勝 章人  
熊倉 章

### 全国卸だからこそ展開できる 「JWINE」

弊社が展開する「JWINE」は、「一人でも多くの方に日本ワインの可能性をお届けする。」ことをコンセプトにした取り組みです。2018年に日本ワインと国産ワインのガイドラインが制定され、両者の違いが明確になりました。「JWINE」は100%日本産ブドウを使用した日本ワインとなります。

日本ワインはいわゆる“地ワイン”であり、大手に限らず中小のワインメーカーも数多く製造しています。そこで全国卸の力を駆使し、彼らの魅力的なアイテムを地域から外に発信していくことが私たちの目的です。ワイナリーにとってセラーダアの売り上げは非常に大事ですが、観光客はリピーターになりづらく、気に入ったとしても近所のSMで入手できないことが多いのも事実。この機会ロスの解決を新たなビジネスチャンスと捉え、地方の良質なワインをいつでも気軽に買える環境を構築しました。

通販では送料がかかり、売る側としても1本単

位では販売しづらい。そこで卸が販売ルートを確認します。これにより、地元限定商品も県外に出していきやすくなりました。なかには、故郷のワインを懐かしがって購入する人もいます。

これまで百貨店の物産展やご当地フェアなどでは、食品は取り扱われていても、酒類はあまり扱いがありませんでした。ロットの問題や売れ残りが課題だったからです。ですが、地元活性化の意識もあり、量販店でのご当地フェアも増えてきました。一番大きなきっかけは東日本大震災でしたが、支援の取り組みは2年ほどで終了しました。これをしっかり定着させようと、百貨店だけではなく、身近なSMでも定期的に開催するよう取り組みました。

### 日本ワインを3つの切り口で提案

現在、「JWINE」のテーマとして、「小容量」「フルーツワイン」「スパークリング」があります。

日本ワインの小容量はほとんど市場になく、新たな入り口として確立する必要があります。ワイナリーの単価アップも期待できるからです。製造ラインがないこと、そして中味の劣化が早くなることから、中小ワイナリーは手が出しづらい。ですが、ワイナリーのおみやげ売り場には小容量を並べています。そこで「全国卸の力を使って、これをもっと売らしましょう」と提案しました。大手メーカーの小容量との違いは何と云っても“日本ワインであること”です。

「フルーツワイン」は、流通のスピード感が高まっているのを感じます。例えば、イチゴの季節にイチゴのワインを提案するなど、季節を愛でる日本人の感性にマッチするのではないでしょう



か。まだワインメーカーもそこまで注力していませんが、ブドウの端境期に醸造が可能で、稼働率が引き上がるため、もっと広めるべきでしょう。地元ならではの味わいを出せまずし、規格外による廃棄ありません。SDGs視点でも契約農家と協力して取り組む意義のあるカテゴリーだと考えています。

「スパークリング」については、コロナ禍で下りた助成金で製造設備を導入したワイナリーが多数あったことから、様々な新商品が開発されています。日本ワインの泡モノは今後増えていくでしょう。(勝氏)

## ブレンド日本酒の新たな可能性 「コシノロクハク」

新潟の著名な6蔵元の日本酒をブレンドした「コシノロクハク」は、一段上の「ブレンド日本酒の可能性」に挑戦するもので、今後新しいカテゴリーとして打ち立てていけるよう注力しています。参加蔵元は「越の白鳥」(新潟第一酒造)、「越乃白鴈」(中川酒造)、「こしのはくせつ」(弥彦酒造)、「白龍」(白龍酒造)、「白露」(高野酒造)、「白瀧」(白瀧酒造)の6蔵元です。

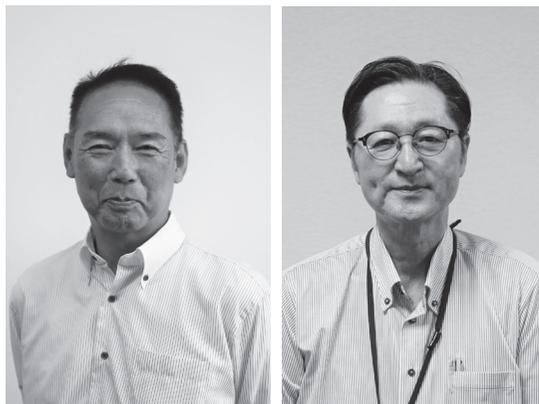
日本酒業界を盛り上げていくためには、ストーリー性が必要です。2020年の開発1年目は5蔵元で「コシノゴハク」、21年から現在の「コシノロクハク」となりました。ちょうど新潟県内各地にバランスよく蔵元が集まり、新潟県を結集したような形となりました。

各蔵元の日本酒を集めてブレンドするのは卸だからこそ実現できるアイデアです。ブレンド比はシンプルで、6蔵元の酒を均一にしました。さら

に、昨年11月には2蔵元のブレンドもリリースしており、年に3~4回、遊び心をもって搾りたてやひやおろしなども出していく予定です。

今年で3年目となる「READY! LADY! READY!」は、女性の女性による女性のための日本酒です。「準備はいいかい、女性たち!」という想いを込めました。田植え、稲刈り、醸造とすべて弥彦酒造の女性杜氏と参加女性のみで行いました。21年の初年は新潟酒販の女性社員が作った「吟醸 For YOU」、2年目は日本航空新潟支店とコラボした「そらとなでしこ」を上市しました。3年目は栗山米菓とコラボして新たな可能性を模索しています。

新幹線輸送も、卸の機能を最大限活かした企画です。新潟では白龍酒造が最初に挑戦してくれました。約30年前は、朝しぼった無濾過生原酒を商品化し、配送するのは非常識と言われたものです。「白龍 純米吟醸生原酒 今朝しぼり」は、本来蔵元でしか味わえない無濾過でしぼりあがったばかりの純米吟醸の新酒を、その日のうちに楽しめます。11月第2木曜日に「日本酒ヌーヴォー」として限定出荷しています。評判も上々で、その日に飲む分と、3~4ヶ月の熟成を経てから味わいの違いを楽しむ分として、2本買いする人も多いです。新潟県内、東京駅、新潟のアンテナショップで販売しています。



勝氏

熊倉氏

