

ネット限定販売や独自商品開発 首都圏企業が酒流通支援

2021/5/31 18:57 | 日本経済新聞 電子版

新型コロナウイルスの影響で苦境に立つ酒類メーカーを支えようと、首都圏の企業がユニークな支援策を打ち出している。ネット限定販売の日本酒を共同開発したり、近年人気が高まる日本酒からつくったクラフトジンを製造したりと知恵を絞る。飲食店向けの販売が落ち込む中、新たな酒の楽しみ方を提案しようとしている。

日本酒「菊泉」を製造販売する滝沢酒造（埼玉県深谷市）。主力の飲食店向けの販売が5割も落ち込むなかでも販売を伸ばしているのが、日本酒通販サイト「KURAND（クランド）」で限定販売するスパークリング日本酒「白那」だ。2020年は全体の生産量を19年に比べ7割弱に抑える一方、販売好調な白那は増産を決めた。

クランドを運営するリカー・イノベーション（東京・足立）は白那のようなオリジナル商品を各地の日本酒メーカーと共同開発し、全量買い取って販売している。新型コロナの感染拡大前は直営の飲食店での提供が中心だったが、感染拡大後はネット販売に重点を移した。

特にオリジナルの酒を詰め合わせたネット通販用の商品「酒ガチャ」は、自宅で日本酒を飲み比べできる楽しさが受け、売り上げは前年の3～5倍で推移しているという。5月には中国の通販サイト「天猫国際」に出店、オリジナル日本酒で海外ファンを開拓しようとしている。



docomo 4G 18:30 83%
kurand.jp

最大40%OFF!
KURAND
春の酒ガチャまつり

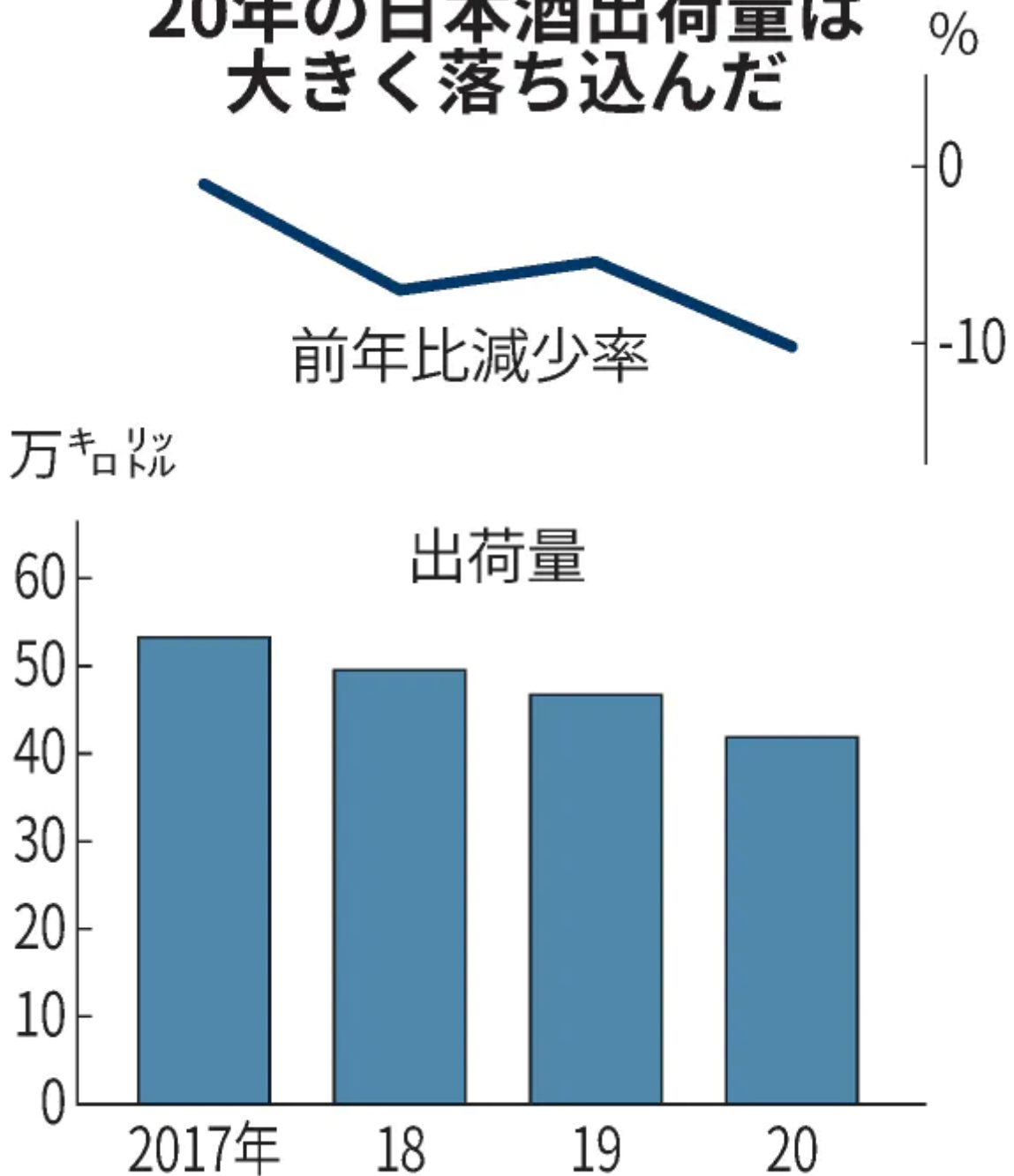
春の限定酒
30種類以上!

緊急事態宣言の延長に伴い
期間延長しました

プランを選ぶ

クランドでは珍しい日本酒を気軽に飲み比べできる「酒ガチャ」が人気だ

20年の日本酒出荷量は大きく落ち込んだ



(出所) 日本酒造組合中央会

飲食店の時短営業や酒類の提供休止といった感染防止措置は首都圏では20年春から断続的に続いている。日本酒造組合中央会によると、20年の日本酒出荷量は19年から10.4%落ち込み、21年1~3月も前年割れとなっている。瓶詰めから時間が経過し、在庫の処分を迫られるメーカーも少なくないようだ。

エシカル・スピリッツ（東京・台東）は20年12月、製造から時間がたった日本酒を蒸留して製造したクラフトジンが発売した。第2弾として新潟県の酒蔵から買い取った日本酒を蒸留し、製品化の準備を進めている。山本祐也社長は「行き場を失った日本酒をクラフトジンとして再生していきたい」と話す。



「日本酒プレミアムラウンジ 一献風月」では甘酒フェアを始めた（千葉市）

ウェブサイト制作などのオニオン新聞社（千葉市）は女性に人気の甘酒に着目した。JR千葉駅ビルに設けた県内の地酒の販売スペースで、5月から守屋酒造（千葉県山武市）の米麴を使った自家製甘酒を販売し始めた。ストロベリーフレーバーなどカクテル風味の甘酒を提供し、若い女性の人気を集めている。

業務用ビール容器などを製造するメイクラフト（神奈川県大和市）は、国内各地のクラフトビールをタイプごとに詰め合わせたグラス付きの飲み比べセット数種類を売り出す計画だ。「飲食店でのビールの提供がストップしており、われわれも何かできないかと思った」（山崎重利社長）。個人向けの販売を強化して、少しでもメーカーの出荷拡大を支援する狙いという。

本サービスに関する知的財産権その他一切の権利は、日本経済新聞社またはその情報提供者に帰属します。また、本サービスに掲載の記事・写真等の無断複製・転載を禁じます。