

日本酒ライスパワー・ネットワーク会報

創刊号

新たな創造的企業集団の 船出に寄せて

常任幹事（株式会社一ノ蔵 会長）

鈴木和郎

最近、若い女性を中心に「夜お茶族」という、お茶とコーヒーで朝まで過ごす動きがあり、男性もそれに続くという状況があるようです。酒類業界は、特に最近の新業態の中で低価格化が進み非常に厳しい状況にあり、さらに安全性や安心、健康問題に対する関心も非常に高まってきています。一方、来年の三月には清酒業界全体で百億円近い軽減税率が適用されている租税特別措置法第八七条が切れることになっていきます。これまで級別廃止とか増税などに対する激変緩和という形で導入され、延長されてきましたが、来年の三月までにそういう激変があるのかないのか、あるいは逆に戦略的に激変を作っていくかなければならないのか、業界として考える必要があります。

その一番の激変可能性が酒税制度の抜本的見直しではないでしょうか。特にビールと発砲酒の問題、さらに最近ではみりんの「本直し」が六分の一くらいの酒税で焼酎と競合関係が出てきています。味があつて安くてマージン率が高いということになればどちらが売れるかは目に見えています。そういう矛盾がこの業界にどんな広がっていかれば行政はそれを追いかけるを得ないでしょう。

本質的には酒類市場はだんだん狭まり、パイの食い合いの中で清酒もどんどん押されてきています。清酒産業としては、今までの清酒をそのまま守り続けていくのか、あるいは清酒と何

かを組み合わせる事業を展開していくのか、あるいはわれわれの持っている醸造発酵の技術を活用した新しい企業行動をとっていくのか、といった選択をしていかなければならない時代になってきているのです。在来商品を今までの市場で売っているのか、在来商品を新しい市場に出すのか、新しい商品を在来市場に出すのか、あるいは新しい商品と新しい市場を組み合わせるのか、その組み合わせも清酒だけ・酒類だけの製品・市場ではない場合もあるし、既存の流通ではないインターネット流通の世界もあります。

さらに平成一五年から販売免許制度が完全に緩和すると、どこに新しい市場があるか分かりませんが、これからは海外市場も考える必要があります。そういう中で今までのわれわれの業界活動・業界行動では行き詰まりは目に見えていますから、このような激しい環境変化を真剣に考え新しい行動をとっていくべきではないかと考えました。そこで、もう一度「コンボ・バムバム」の原点に戻り、会員企業の手持っている技術あるいはネットワークを生かしながら新しい行動に打って出ようという趣旨で、名称も新たに「日本酒ライスパワー・ネットワーク」（略称NRN）と変更したわけです。

これまでわれわれの活動の原点であった技術開発の勇心酒造も今大きな瀬戸際に立っていて、開発成果をNRNを通して組織的に展開していくかざるを得ない状況にあります。それだけにグループの再スタートが勇心にとってもNRNにとっても、また各会員企業にとってもプラスになり、ひいてはこれが業界全体の活力になっていけばと考えています。なお、この度は防衛大学の白石先生がわれわれの運動に大きな関心を寄せサポートして頂けることになりました。いろいろなご意見を聞かせて頂き、そして新しい活力のある組織に生まれ変わって有効な活動ができるよう指導して頂きたいと思えます。

（設立総会「開会挨拶」要旨）



常任幹事（嘉美心酒造株式会社 社長）

藤井晃生

企業の理念や企業の倫理は正しいのに、なぜ現実の成果はこうなのか？ 私たち同志は多かれ少なかれ閉塞感の中にあります。

私は、お互いの長所を活かす中で突破口を開きたいと思っています。夢を語る人、夢を実現する基本手法を語る人、夢を現実化するための展開方法を語る人、それぞれ、みんな必要な人です。

資本主義の世界です。結果が問われます。私は、夢を語る人の補佐をして、現実の世界を考えて、夢列車が銀河を走れるように現実的な補佐をする役を買うつもりです。みなさんも協力してください。

常任幹事（勇心酒造株式会社 社長）

徳山 孝

私たちは、二一世紀は米を中心とした天然の総合素材の時代になるとの考えに基づいて天然物薬用研究会を中心とした総合利用研究すすめてまいりました。すでにご承知のように、ライスパ

ワー・プロジェクトとしては、この長年の研究成果をふまえ現在ライスパワーエキスの実用化に取り組んでおります。世界で初めての「皮膚バリア機構・機能健全化効果」をもつ素材を中心とした商品開発や、また身体の内から生体機能を健全化する各種素材の用途開発が順次進展して参りました。これらの素材、商品は人にも、地球にも安全であり、生活環境の変化や、環境汚染等による生体機能異常から私達の健康を守るものと確信しております。

今回NRNとして酒類の開発に取り組むことに

なつた抗潰瘍エキスのほか、すでに開発の目途がついている酒類素材として、「糖尿病の予防・治療効果」のあるエキスがあり、また開発中の酒類素材として、「高脂血症・脳卒中などの原因となる高中性脂肪・高コレステロール」の予防・治療効果のあるエキスがあります。これらを素材とする酒類が出揃いますと「本物の健康酒シリーズ」がラインアップされることになり、会員各社にとつても有力な商品群になると思われます。

ライスパワー・ネットワーク参加の皆様方によりライスパワー素材が種々の商品に生かされるとともに、これからの商品が普及して会社の業績に貢献できることを念願してやみません。

常任幹事（富久錦株式会社 会長）

稲岡輝彦

今、各地の酒蔵には酒が溢れています。大手蔵をはじめ、かつて引く手数多の有名地酒蔵も例外ではありません。だからといって、日本酒が殊更嫌われたというわけではないと思います。酒は溢れているけれども、買いたいと思う日本酒が少ないということでしょう。

それは、日本酒に対するお客様の価値観や美意識が変わり、今まで高い評価を得ていた酒が徐々にその価値を失い、従来の訴え方や仕組みが根底から破綻しつつある、ということだと思います。

時代の潮流は幾多の紆余曲折を経ながらも、着実に自然、健康、純粋、安全といった方向に進んでいます。酒蔵として、味覚が優れていることや原料の厳選、工程の純正を訴えて来たのは当然のことではあります。二一世紀を展望するには何が欠けている、重要な何が欠落していると言わざるを得ません。それが健康・安心志向であり、環境に対する配慮であり、地域社会における「周

縁」であって、これらを前提としての品質であり、純粋さであり、新技術だと思っています。

従来、私達は勇心酒造の徳山社長の発想や考えに共感を覚えながらも、目先の現象に心を奪われ、結果として半身に構えて時を過ごしてきました。過去の経緯を振り返ってみて、氏の正しさは立証されたと思っています。

今後はNRNに組織の英知を結集し、力を合わせて新しい時代に向けて正面から取り組んで行くうではありませんか。

顧問（防衛大学校社会科学教室 教授）

大石 剛

現代ビジネスのキーワードは、変化、スピード、ボーダーレス（業種・国境の壁の消滅）、ネットワーキングです。伝統産業の典型で保守的な日本酒業界といえども時代の変化に無縁ではあり得ません。

日本酒は、他の酒類と違って多様な製品を造ることが可能という大きな優位性があるにもかかわらず、業界は特定名称酒に続く柱を育てる努力を怠ってきました。消費者の嗜好の変化に背を向けているかのようなこれまでの日本酒業界の姿勢からは、新たな二一世紀へ向かつての希望は決して生まれてこないでしょうし、それどころか、このままていくと十年後にはシェア5%前後と「一握りの好事家のための文化的な酒類」になつてしまふ可能性が高いのです。

この閉塞状況を打ち破ることが出来るのは、戦略的な志向を持った企業集団であるNRNしかありません。日本酒ビジネスの全世界的な拡大とライスパワー・プロジェクトの成果を活用した新分野の開拓をめざして斬新な方策を実行に移し、日本酒業界に一石も二石も投じて行くことはありま

せんか。私としては、皆さんの積極的な行動を期待するとともに、微力ながら一生懸命サポートをさせていただきます。

抗潰瘍酒の開発がスタート

発足間もない当グループが最初に取り組む重要課題「抗潰瘍酒開発プロジェクト」がスタートした。本件については、昨年十二月九日に開催された臨時総会において承認され、また総会後に行われた記者会見においても正式に発表が行われ、いよいよ本格的に動き出すことになった。以下は、その概要である。

抗潰瘍酒の酒類定義

国税庁へ問い合わせ中でまだ結論は出ていないが、雑酒に分類される可能性が高い。

基本コンセプト

低アルコール酒タイプ（五〜八％程度）

試験醸造担当会社と各社の役割分担

- ・ 嘉美心：ライスパワー 101Aエキスによる低アルコール酒開発（雑酒）
- ・ 一ノ蔵：乳酸発酵度が高い同 101Bエキスによる低アルコール酒開発（雑酒）
- ・ 富久錦：低アルコール酒タイプのブレンド酒（リキュール）
- ・ 従来の低アルコール酒をベースに、異なるタイプの純米酒と 101Aエキスを適当な割合でブレンドしたタイプ
- ・ 梅錦山川：洋風感覚を取り入れた屠蘇酒風の低アルコール酒開発（リキュール・タイプと雑酒タイプ）
- ・ 和洋の生薬（ハーブ）を配合

開発スケジュール

- ・ 2000年夏までに試作品完成
- ・ 2000年秋に市場導入

雑酒・リキュール免許

まず試験醸造担当会社が免許取得した

後に、残る全会員企業が免許申請を行う。今後の必要投資額と資金源
・ 設備投資として三年間で約一億二〇〇〇万円が必要であるが、この資金源については「中小企業経営革新支援法」の制度を利用する予定で申請準備を進めている。

臨時総会の後、マスコミ各社を招いて記者会見を行い、抗潰瘍酒の開発計画について正式発表を行った。その結果、以下のメディアが取り上げた。

- ・ 河北新報（十二月十日付）
 - ・ 日本経済新聞（十二月十日付）
 - ・ 山陽新聞（十二月十日付）
 - ・ 酒類飲料日報（十二月十三日付）
 - ・ 日経産業新聞（十二月十四日付）
 - ・ 醸界新報（十二月二十日付）
 - ・ 日経流通新聞（十二月二十一日付）
 - ・ 週刊醸界通信（二〇〇〇年一月十二日付）
- 中でも河北新報は、「胃に救世酒」という見出しで五段抜きのスペースを割いて報じた。アルコール飲料と健康の関係をめぐってさまざまな論議が行われているだけにマスコミの注目度も高い。
- 今後の開発の進展状況をみながら成果を発表していくことになるが、その過程で消費者の関心と期待感が高まってくれば、この新製品のマーケティング活動にもはずみがつくものと思われる。

ライスパワー 101エキス
の驚くべき効能

ライスパワー 101エキスが胃の潰瘍を防止し、また治療効果があるという点について、これ

までの実験段階でどのような結果が出ているのか開発者の徳山常任幹事に改めて伺ってみると、次のように予防・治療両面で驚くべき効能を備えていることが分かった。しかもこの効能はアルコール飲料になっても変わらないということなので、今回の抗潰瘍酒開発プロジェクトの成果が期待される。

《ストレス潰瘍の予防効果》
マウスに強いストレスを与えた後、101エキスを与えると九〇％近くのマウスが胃潰瘍にならなかった。

《エタノール潰瘍の予防効果》
高濃度のアルコールを大量に投与したマウスに101エキスを与えると、約六〇％のマウスは胃潰瘍にならなかった。

《急性胃潰瘍の治療効果》
急性胃潰瘍（ストレス潰瘍）になったマウスに101エキスを投与すると、約六〇％のマウスが一日で回復した。

また、慢性胃潰瘍の患者にこのエキスを八週間投与したところ、治癒した。

《市販のストレス性潰瘍特効薬との比較》
現在、ストレス性潰瘍特効薬として「リンゴ酸クレボプリド」が市販されているが、副作用が強い。ところが101エキスは、副作用がなく、しかも効き目はリンゴ酸クレボプリドとほぼ同様である。継続使用をしても一度に大量に飲んでも何ら問題はないから、ドリンクにも食品にも自由に添加することができる。

第一回・会員アンケート報告

NRN会員企業の関心事項を把握するために、平成十一年十一月に会員アンケートを実施した（回答・二三社、回収率・七九％）。回答結果の概要は、次のとおりである。

【質問項目】

関心のあるプロジェクトテーマ／ 関心のある研修のテーマ・分野／ 関心のある研究会のテーマ・分野／海外視察の意向

関心のあるプロジェクトテーマ

新製品・新商品の開発への関心が高い。コンセプトやイメージ構築にも関心が高い。
マーケティングやイベントの開催などへの関心もある。

△主な回答例▽

- ・ 一社のみでは開発不可能な酒の開発／抗潰瘍酒の開発／発芽玄米酒の開発／生酒の非加熱殺菌処理法／機能醸造品ソフト
- ・ タイプ清酒の開発／酒粕利用の食品開発
- ・ 米作（酒米）農家との交流／初体験日本酒プロジェクト／酒と健康／食と飲料研究
- ・ 本会が開発する商品のマーケティング
- ・ 清酒醸造技術の応用（酒類に限らず）
- ・ 女性と日本酒

関心のある研修のテーマ・分野

マーケティング関連テーマが多い。
特定の技術テーマ（抗酸化能、微量ミネラル）や開発したい商品への関心も。

△主な回答例▽

- ・ 雑酒、リキユールに拘らず健康指向の酒／フアッシュヨナブルな酒／流通（食品・酒類）二〇〇三年以後の規制緩和見通し／発泡純米酒／低アルコール／抗酸化能の測定方法／米の育種／微量ミネラルが人体に及ぼす影響
- ・ 醸造初心者向けのマニュアル本
- ・ 各地の風土に合った酒米づくりの実際
- ・ 機能性酒類のマーケティング手法の在り方／海外事情
- ・ 商品開発（容量、ネーミング、価格、販売方法など）
- ・ 今後の酒税法の動向／酒類販売免許緩和後の経営戦略
- ・ クローズマーケット商品の育成方法
- ・ インターネット市場への対応
- ・ ライスパワーエキスの詳細な効用

関心のある研究会のテーマ・分野

マーケティング・制度関連のテーマ希望が多い。
日本酒と健康、日本酒の効能に関するテーマ希望も。

△主な回答例▽

- ・ 健康指向のフアッシュヨナブルな酒／コスト軽減策／抗潰瘍酒の開発／酒造技術全般／発泡純米種／低アルコール
- ・ 新・ノンアルコール米製飲料開発研究会（新・甘酒など）
- ・ 酒のある豊かな生活シーン研究会

- ・ 日本酒CMD(クラフト・チャンク・ドリンク)研究会／マーケティング
- ・ 酒販免許制度を崩さない通信販売
- ・ 未成年の飲酒防止と免許制度
- ・ 効能の実証と生能機能／効能表現と薬事法
- ・ 酵母の酸生成機作成
- ・ 酒粕の有効利用、高度利用
- ・ 日本酒ベースのリキユール研究
- ・ 他業種（食品）の商品研究

海外視察について

米国、中国への希望が多い。
時期は6〜7月ごろに集中。

(一) 関心がある

行先	中国	一五社
	米国	九
	欧州	三
時期	五・六月	一
	一〇・十一月	一

(二) 関心はない

八社

編集後記

遅ればせながら会報創刊号をお届けいたします。今後の会報の内容についてご意見・ご希望を事務局までお寄せ下さい。

発行人 日本酒ライスパワー・ネットワーク

〒一〇一・〇〇五四

東京都千代田区神田錦町二一 興信ビル

c/o日本アブライドリサーチ研究所

電話・〇三(五二八二)二七三八