

長野県を食の王国に！

2017年6月14日 真澄蔵元 宮坂醸造(株) 宮坂直孝

私見 『食の王国・長野』のイメージ

- 多種多様な食材(農畜水産物)の生産が盛んで、品質(味わい・安全性・パッケージデザイン)が極めて高い。県内各地に必ず高いブランド力を持つ農畜水産物がある。
- それらの食材を原料にした加工食品の生産が活発で、品質(味わい・安全性・パッケージデザイン)のレベルが極めて高い。県内各地に知名度の高い名産品がある。
- 信州らしい食材を信州らしい調理方法で調理し、信州らしいしつらえで提供する飲食店が多々ある。安全性も担保されている。
- 県民の食に対する意識や知識が非常に高く、信州の食材・加工食品・飲食店の質の高さにプライドを持っている。
- 技術レベルの高い食品関係の研究機関を持ち、食育にも力を入れている。

真澄のアクションプラン

社長の還暦を契機に「真澄生まれ変わり作戦」を始動。様々な改革を断行して来た。

① 基本品質向上プロジェクト

人口減少による市場の縮小、消費者の味覚・知識・意識の高度化、食品加工技術や製造機器の進化が同時進行し業界内・他のアルコール飲料との競争が激化する中、傑出した酒を永続的に生産できる仕組みの整備が必須。

- 社員の意識改革
- 製造系人材の採用と育成
- 良質な原料米の確保
- 製造設備の充実
- 製造技術の洗練

② 商品力向上プロジェクト

基本品質の向上は魅力的商品に直結しない。マーケティング的発想で全商品を磨き直す。

- ブランディング
- 商品コンセプトの明確化
- 商品デザインの洗練

③ 酒蔵ツーリズム推進プロジェクト

欧米では酒蔵とツーリズムを結びつけ、ファン造り・地域振興に活かすのが一般的。東京オリンピック到来・インバウンド客の急増を考慮すると、酒蔵ツーリズムの推進は日本酒国際化の最大のキー戦略。

- セラ真澄の充実
- 諏訪蔵整備構想
- 富士見蔵活用構想

④ 海外市場開拓プロジェクト

人口減少を考慮すると海外市場の開拓は必須。2000年前後から輸出促進に注力して来た。これを早期に20%にまで引き上げたい。

- 外国人スタッフによる営業活動
- 国際的な商談会への参加
- 教育的マーケティングの展開

⑤ 食品開発プロジェクト

米ぬか・麴・酒粕など日本酒の製造工程から生まれる副産物は様々な点で魅力的な原材料だが有効活用されていないのが現状。県内食品企業との協働で新たな加工食品を開発したい。

- 調味料・菓子類などの開発
- 県内食品加工企業との協働