

10/1「日本酒の日」 新たな事業連携でコロナ禍を乗り越える

山梨県酒造協同組合

長期化するコロナ禍により飲食店などの客足が鈍り、県内の日本酒出荷率は7割程度まで減少している。こうした中、山梨県酒造協同組合（北原兵庫理事長 組合員13社）は、Go Toキャンペーンや酒税改正を日本酒の需要喚起につなげようと、10月を需要拡大の強化月間に位置づけ、1日の「日本酒の日」を皮切りに販売会や他業種と連携した新たな取り組みを始めた。

JR甲府駅では、観光客や駅利用者をターゲットに、酒蔵12社の逸品日本酒や組合ブランド「名山の水 山の酒 山梨の酒」純米酒呑み比べセットを販売。加えて、原産地呼称日本酒認定の7蔵は、各社の売店で3,000円（税抜き）以上お買い上げのお客様に山の酒デザインのエコバック提供などの販促にも取り組み、購買意欲を高めた。

また、コロナ感染拡大により日本酒をPRするための試飲会が開けない中、県のグリーン・ゾーン認証第1号の常磐ホテルと連携し、「YAMANASHI JIZAKE FESTA」を10月一ヵ月間にわたって開催し、県内外約4,000名が来場した。組合員13社24アイテムが飲み放題、金土曜日の「Special Day」には、各酒蔵が今一番呑

んで戴きたいお酒を「逸品」として日替わりでサプライズで振る舞った。

来場者からは、「Go To トラベルを利用して宿泊し

たら地酒が呑めるイベントがあり得た感じ」「山梨の日本酒の飲み比べや蔵元自ら酒造りに関する話が直接聞けたのも良かった。また、普段味わえない酒を振る舞ってもらい、なお良かった。」と満足な感想をいただいた。

北原理事長は、「長期化するコロナ禍だが、各酒蔵の課題を組合の事業として解決・展開する突破口を見つけられた。「観光」をキーワードに常磐ホテルと連携して日本酒の魅力をPRできたことは、業界にとって大きい。今後も様々な企業や業界と連携して事業継続を図りたい。」と抱負を述べた。



酒蔵の逸品を来場者に振る舞う