

おいも探訪 3

世界のビール大会で数々の賞に輝いた「紅赤ビール」！

～国内から海外へも輸出版売する朝霧重治社長に聞く～

川越いも友の会 事務局長

やま だ えい じ
山 田 英 次

1 はじめに

サツマイモ・ビールを製造する国内のメーカーは、現在3社ある。川越の協同商事コエドブルワリーの「COEDO紅赤-Beniaka-」、鹿児島県の薩摩酒造の「薩摩ゴールド（コガネセンガン使用）・薩摩レッド・薩摩ブラック」、北海道小樽市の北海道麦酒醸造の「紅優甘-BENI YUKA-（茨城県産使用）限定醸造」である。最も古いのは、発売から約20年の歴史があるコエドブルワリーである。同ブルワリーは、地ビールブームの終焉後も、新たなビール事業の再構築の取り組みを経て、品質の向上及び海外進出を行っている。

各地での規格外のサツマイモ加工利用という地元の芋の特別使用の芋焼酎製造があるが、地元独自の異色な特徴を出そうとするとサツマイモ・ビール製造という手段も考えられる。しかし、安易な発想による観光的な商品化は禁物である。

また現在、サツマイモ・ビールのような小規模醸造のビールのことを「クラフトビール」と言い、国内の製造企業は約300社あり、各社独自の個性あるビールをつくっていると言う。さらに付け加えれば、世界的基準ではサツマイモを原料としているビールも酒類としてビールの部門に入るが、日本では酒税法により発泡酒に分類さ

れる。

2 協同商事コエドブルワリーと朝霧重治社長のプロフィール

協同商事は1982年に川越市南部の今福中台地区で先代の朝霧幸嘉氏により設立された。当初は地元川越の有機農産物の産地直送販売を手掛ける会社としてスタートしたが、現在は、全国の有機栽培やこだわり栽培の青果を扱う「青果事業部」、定番6種類のクラフトビールを醸造販売する「ビール事業部」、青果物配送等を行う「物流事業部」の3部門の事業を展開している。よってコエドブルワリーは、協同商事の一部門の事業活動であり、社員数約120名のうち約30名がビール事業部に携わっている。地元市民の間では、協同商事よりもコエドブルワリーの名称が良く知れ渡り、川越およびその周辺地域の店舗（スーパー・酒屋・居酒屋・飲食店など）ではコエドビールの商品が浸透している。

二代目社長の朝霧重治氏（1973年6月の川越生まれ）は、地元の川越高校を卒業後、一橋大学商学部へ進学。卒業後、三菱重工業へ入社し、海外向けプラント輸出部門に従事。25歳で協同商事へ入社し、企画・新規事業・事業再編等を担当後、30歳で副社長に就任。その時より、ビール事業の再構

築に着手し、3年後の2006年に“Beer Beautiful”をコンセプトにしたCOEDOブランドのプロジェクトを発表し、より高品質なプレミアムなビールに変革し発売。以後、自社のCOEDOクラフトビールを、積極的に国際食品品評会や世界ビールコンテスト等へ出品し、数多くの賞を受賞している。2009年の36歳の時、社長に就任し、自称“ビール伝道士”と名乗り、意欲的に自社ビールの販路を国内ばかりでなく海外へも拡大している。

またビール醸造所も、川越いもの本場・三芳町で1997年より製造していた三芳工場を、都市化と共に手狭になったため埼玉県東松山市の約2万坪の敷地を有する旧大手企業研修所跡に昨年9月に工場移転し、自然豊かな地で醸造を再スタートさせた。



海外へも意欲的に進出する朝霧重治社長

3 紅赤のサツマイモ・ビールが原点

Q なぜ協同商事で、サツマイモ・ビールづくりをはじめたのか、そのきっかけをお教えてください。

A 協同商事は、名称の「協同」の通り、出発点は「有機農業の生産者と生協を結びつけるネットワークづくり」が土台で、農家サイドにたったお手伝いをしながら皆と一緒に「協同」で新しい農業に取り組んでいこうということが設立の趣旨です。生産者は当時、農作物の連作障害の対策ために「緑肥」として大麦を栽培していました。麦を収穫しても収入にはならず、何か他に利用法はないか、いろいろと考えました。加工して付加価値をつけ販売するヨーロッパ型の農業の考えを取り入れ、特にビール造りに着目しました。1994年に酒造法改正による規制緩和により年間最低製造量が一気に2000klから60klに引き下げられ、小規模業者でもビール市場に参入することが可能となりました。

また、次に着目したのが川越地方のサツマイモの規格外品で、約4割も出る規格外品をビールに加工利用できないかを考えました。芋焼酎の原料になるなら、ビールの原料にもなるに違いないと思ったのです。生産者の協力を得て、サツマイモの本場：三芳町特産の紅赤を原料に使用して地元の特色を出だすことにしました。よって、当社のビールづくりの発想と出発の原点は、紅赤のサツマイモ・ビールです。

そのような経緯を経て、当社では1996年に6次化産業として小規模なビール醸造所兼ビア・レストランを川越市郊外の山田地区に建設し、ビール事業をスタートさせましたが、地ビールブームの到来もあり、レストラン前に長蛇の列ができることもありました。試行錯誤して製造した紅赤のサツマイモ・ビールも当初より提供しました。その翌年に、量産化のために三芳町に醸造

工場を新設し、品質アップのためにビールの本場ドイツよりビール職人を招聘して製造技術の向上を図りながら、川越の観光地での「小江戸ビール」として販路拡大しました。しかし、地ビールのブームも1998年頃には終焉を迎え、三芳工場の稼働率を維持するため、その後、各地の特産物を利用した受託生産のビールづくりを請け負うなどして操業を続けました。100種類ぐらいの特産品ビールを製造したりしました。

4 ビール事業再構築を経て、紅赤ビールはコンテストで数々の賞を受賞

Q ビール事業の新たな再構築後、ビールの国際コンテストで数々の賞を受賞していると聞きましたが、紅赤ビールはどのような評価を得ているのですか？

A 2003年の副社長就任と共に、維持が難しいビール事業のリストラ問題に取り組まざるを得なくなりました。今まで投資した規模も大きく、またビールに対する熱い想いもありました。製造技術や技能も確かなものと自負していましたので、きちんと新たに再構築すれば、将来確実に成長できると思いました。いままでの観光商品としての地ビールという位置づけでなく、アメリカで発展しているクラフトビールという新しい価値の視点で事業コンセプトを見直し、より高品質な商品づくりに切り替えました。観光商品というイメージを一新するため、全面的にデザインも変更し、また国際的にもその品質において正当な評価を得るため、国際コンテストへの出品も始めました。

2007年4月に、日本でもよく知られている国際食品品評会のモンドセレクションに

初めて5種類の商品を出品し、全て受賞しましたが、その時、紅赤ビールは最高金賞を受賞しました。その後、紅赤ビールは国際味覚審査機構（iTQi）にて、2007～2009年の3年間連続して三ツ星を獲得したため、世界で7例目となる「クリスタルテーストアワード」（日本では初）を受賞しました。

世界には3つの大きな国際ビールコンテストがあります。ビールのワールドカップと言われる世界最大規模の「ワールド・ビア・カップ（アメリカで開催）」、欧州最大の「ヨーロピアン・ビア・スター（ドイツで開催）」、アジア・オセアニア地区最大の「オーストラリアン・インターナショナル・ビア・アワード（オーストラリアで開催）」があり、当社では毎回そのコンテストに出品し、金賞から銅賞まで何らかの受賞をしています。特に紅赤ビールに関して言えば、世界のその3大コンテストでは金賞が2回、銀賞が2回、銅賞が3回受賞しています。傾向として、紅赤ビールは欧米人のほうが評価が高いようです。



数々の国際的な賞に輝く紅赤ビール

5 世界へ輸出販売される紅赤ビール

Q 紅赤ビールの味覚の特色と、その販売展開について教えてください。

A 紅赤ビールは、紅赤を焼き芋ペーストにして麦芽の糖化酵素で糖化し、発酵・熟成して製造しています。そのためカラメル風味の香ばしさと、苦味の中にコクと甘味を感じます。甘口のビールのため、相性が良い食べ物は、甘めのタレをつけた焼き鳥やうなぎのかば焼き、スペアリブ、豚の角煮や酢豚などが良いです。

販路も川越地域を中心に国内は北海道から沖縄まで、さらに近年は海外への輸出も積極的に行っています。欧州各国やアジア各国、オーストラリアなど、さらにアメリカにも輸出しています。特にアメリカへの輸出が多いです。 今後も地元の伝統作物としての川越地方の紅赤にこだわり、当社の



2017年は銀賞を受賞した紅赤ビール

ビールづくりの原点である紅赤のサツマイモ・ビールを守り、一企業として地域を盛り上げていきたいと思っています。



赤レンガが美しいコエドブルワリー醸造所（埼玉県東松山市）