

世界に飛躍する国内クラフトビールのパイオニア

「顔の見える生産者」として変わらぬ姿勢 安心・安全でおいしいものをお届けします!

株式会社協同商事
代表取締役社長あさぎり しげはる
朝霧 重治 氏

1973年6月、川越市生まれ。1997年3月一橋大学商学部卒業。同年4月に三菱重工業に入社し、海外向けプラント輸出部門に従事。1998年10月、協同商事入社。2003年6月、代表取締役副社長に就任し、ビール事業の再構築にあたる。2009年6月、代表取締役社長就任。

クラフトビール「COEDO」を通じて、農業の魅力も発信している。当社のクラフトビールは、世界各国に輸出されており、毎年のように世界の品評会で多くの賞を受賞。また、商品だけでなく、ブランドデザインでも高い評価を受けている。好きな言葉は「全ての経験は無駄にならない」。ビール伝道士としての肩書も持ち、ビールの楽しさ・魅力を伝えている。

株式会社協同商事は、「健康の基礎となる食べ物は安全でおいしいものを」、「日本の農業を少しでもよくしたい」という創業者の熱い思いから、1982年に設立されました。今でこそ安心して安全な「有機野菜」「有機農業」は当たり前となっていますが、当時としては斬新な農法でした。同時に「産地直送」という新しい流通形態も生産者とともに作り上げてきました。

これは、現在の事業の大きな柱となるビール事業にも継承されています。規格外のサツマイモを原料とした「紅赤-Beniaka-」をはじめとする当社の「COEDOビール」5銘柄は、確かな実績を積み上げて世界的な評価を受けています。創業当初から「顔の見える生産者」のこだわりを持ち、成長を続ける朝霧社長にお話を伺いました。

産直流通のネットワークづくり 生産者の顔が見える有機農業を!

—今や「COEDOビール」のブランド名は、日本だけでなく世界的にも浸透していますが、御社の創業の経緯についてお聞かせいただけますか？

もともとは、1970年代に先代の現会長ご夫婦が農業をどう盛り上げていくか、自分たちが生産者として篤農家になるわけではなく、農業のシステムをどう盛り上げ行くかという問題意識を持ったことから始まります。その後、1982年に法人化します。

協同商事 3つの柱

1 青果事業部

「安心で安全でおいしい」をモットーに、有機栽培・無農薬・減農薬栽培などの新しい農業への取り組みを1970年代に開始。現在では、日本全国に分散している契約圃場から約70品目(季節変動有り)の有機栽培・特別栽培・こだわり栽培の青果物を届けている。

サツマイモを原料としたビールは世界初の製法特許を取得。2006年に製造技術を活かし、「ビール本来の奥深く美しい世界や、その楽しみ方を提案していきたい」という思いから、約2年間の開発期間を経て、新たにプレミアムビールブランド「COEDO」を立ち上げる。

2 ビール事業部

3 物流事業部

青果物配送のスペシャリストとして、保冷車で安全で丁寧な物流を請け負っている。生産者からお客様のもとへお届けする、総合的なサービスを提供することが、農業のための物流であると考えている。

当初会長は、生協のバイヤーとして従事していましたが、消費者目線ではなく、あくまでも生産者目線から当時の農業のシステムについて問題意識を持っていました。時代背景的には、まだ公害問題の名残があった頃です。そして川越の生産者たちと一緒に、当時の市場流通システムで出来なかった「安心・安全・おいしい」をキーワードに有機農業をスタートさせたのです。

現在では有機農業や有機野菜は広く認知されていますが、当時は現在のように理論もなく、体系化もされてなかった時代です。基本的には農薬や化学肥料を使わない、しかし栄養源は必要ですので、それを化学的なものではなく、たい肥などの自然の配合物などで賄おうというものです。

1970～80年代にかけて有機農業に取り組んでいたのは、極めて先進的なことだと思います。「生産者と生協を結びつけるネットワークづくり」、どちらかといえば消費者よりも生産者・農家サイドに立ったお手伝いですが、それを皆で一緒に「協同」でやっていることと立ち上げたのが「協同商事」です。

当時は物流網が未発達で、コールドチェーンがなかった時代です。特にハウレンソウや小松菜などの葉物野菜は、冷蔵で運ばないとシナシナになって鮮度を保てません。そこで冷蔵トラックを導入した物流を事業としてスタートさせたのです。このシステムを青果物流の世界に持ち込んだのは当社が先駆けです。現在も農作物を中心とした物流事業を行っています。

創業当初は運送をはじめ、請求書などの伝票作成なども引き受けていました。その後、先進的な取組みで全国的に農業をどう盛り上げていこうかという農業後継者の方々や、農業を主産業とする地域の方々、生協や農業行政を通じて出会った方々との関わり合いから、商社としての機能を持つようになります。現在は北海道から沖縄県の石垣島まで、

国産の有機農産物の全国的なネットワークにまで成長しています。

規格外のサツマイモに着目 画期的な世界初のビールの誕生へ

——有機農業からどのようにビールに結びついたのでしょうか？

当時、農作物の連作障害の対策のために「緑肥」(栽培している植物を土と一緒に耕し、後から栽培する作物の肥料にすること)として麦を栽培していたのです。麦を収穫して販売しても日本では収入にはならない、しかし

COEDOビールができるまで

1 厳選された確かな素材

ビールの主原料は厳選された麦芽とホップ、そして天然の水の3つ。大麦麦芽と小麦麦芽の品質の違い、乾燥や焙煎などの加工方法の違い、そして香りづけをするアロマホップ、苦味づけをするピターホップの品質の違いなど、無数の組み合わせがビールの色や香り、味わいの違いが造り出される。



2 麦汁を“育てる”糖化



職人の手で調合された麦芽を粉し、天然水とともにゆっくり加熱し、麦汁を育て上げる「糖化」。麦のデンプンが糖分に変化して、室内は甘い香りで漂う。

糖化した麦汁にホップを加えて煮沸する。ホップはビールに香りや苦味をつけると同時に抗菌の働きもある。

3 発酵・熟成

ホップを加え、冷ました後に「酵母」が加えられる。酵母はビール造りの当事者と例えられるように、酵母の違いでビールの違いが生み出される。室内は低温に保たれ、静かに発酵と熟成が進められる。職人たちは、酵母が動きやすい環境を整えるために、厳しい温度管理と衛生管理に細心の注意を払っている。



4 職人の礼儀 確認



熟成の終わったビールはろ過されて、それぞれの色を持つ透き通った滑らかなビールとなる。タンクからほとばしる最初の一口は、先人たちに敬意を表して地面に撒くのが職人の礼儀とされる。

5 よろこび 出荷

ひとつひとつ丁寧に育てられた子供たちの旅立ちの時。艶やかな時間の傍らに「COEDO」があることを願い、出荷されていく。



何かに利用できないか？と考えたのです。「麦を単に緑肥として利用するのももったいない、何かに加工して付加価値をつけて販売する」というヨーロッパ型の農業を取り入れることに着目したのが1980年代後半のことで、これがその後のビール造りに結びつくわけです。

そこで次に着目したのが規格外品の「サツマイモ」でした。川越はサツマイモの産地ですが、規格に合わないと処分されてしまうのです。実に4割ものサツマイモが規格外というだけで処分されていたのです。ご存知のようにサツマイモは焼酎の原料ですから、ビールの原料にもなるのではないかと考えたわけです。

当社のビールの場合は、サツマイモを焼いてペースト状にした後に、麦芽の糖化酵素で糖化させています。試行錯誤しながらこの製法に到達しました。当時、当社には環境科学の専門の中国人の博士がいたのですが、サツマイモのでんぷんが糖分にどう変換されるのかなど、科学的なことをお手伝いいただきました。

——酒税法の規制緩和で本格的にビール事業が始動するわけですね。

当時は酒税法による規制がありましたから、仮に製造技術があっても小規模メーカーではビールは製造できません。酒税法では年間最低製造量が2,000kℓ以上でなければビールを製造することができませんでした。

「小規模メーカーでもビールを造りたい！」と会長ご夫婦は国税局に何度も足を運んだそうです。その念願が叶ったのが1994年の酒税法改正による規制緩和です。年間最低製造量が一気に60kℓに引き下げられ、小規模業者でも市場に参入することが可能になりました。

当社では1996年に6次産業化として小規模なビール醸造所を構え、ビール事業をスタートさせたのですが、地ビールブームの時には、川越郊外にあるビアレストラン前に長

2017年本格稼働 東松山新工場

2016年11月、COEDOブルワリーは、新しい醸造所「COEDOクラフトビール醸造所」を稼働させた。

1980年代に建てられた美しい趣のあるレンガ造りの施設は丘の上に立ち、その背後には森が広がっている。敷地内に掘った井戸から醸造用水を確保し、醸造活動で排出される排水も浄化し自然に返す、まさにエコ施設となっている。

ビールの醸造施設としてはもちろんだが、見学コースや試飲スペース、ギャラリーなども併設される予定。この緑豊かな自然の中で、8名の職人が、環境と一体になった真摯なクラフトビール生産活動を継続する、新たな発信基地が誕生する。



COEDOクラフトビール醸造所 住所：埼玉県東松山市大谷1352

蛇の列ができるほどで、三芳町に量産工場も稼働させました。川越の「小江戸ビール」として観光客には歓迎されましたが、そういったブームは長くは続きません。

私が入社した1998年は、地ビールブームの終焉の頃でした。もちろん会長も私も策を講じ、出来ることは取り組みましたが、なかなか上手く事は運ばなかったですね。量産目的で新設した三芳工場の稼働率を上げるために、廉価の発泡酒を製造したり、各地の特産品のOEMビールを100種類くらい製造していました。

ビール事業のリストラに直面 地ビールからクラフトビールへ

——地ビールブームが下降になった際もビール造りは継続していたのですね。

2003年の副社長就任と同時にビール事業のリストラ問題と向き合うことになりました。ビール事業は投資規模も大きかったですし、ビールに対する想いもありましたから、そう簡単に撤退することはできませんでした。

1997年に三芳町にビール工場を稼働させた際に、ビールの本場ドイツからブラウマイスター（ビール職人の親方の国家資格）を招聘し、5年間にわたり、当社の社員として雇用して、製造技術を学びました。その技術は今も職人たちに引き継がれていますが、そうした当社の製造技術や技能も確かなものと自負していました。ビール事業はきちんと整理していけば、この先、非常に面白く可能性のある事業で、確実に成長すると思っていました。

かつての観光地商品としての地ビールのような発信ではなく、きちんとメッセージを発信していけば必ず再生すると確信し、ビール事業の抜本的なリノベーションを行いました。これを期に「クラフトビール」という新しい価値として再提案することにしました。



4代目クリスチャン・ミッターバウアー氏からビール造りを伝授。（1997年 三芳工場）

名実ともに世界を代表する クラフトビールに成長

— 今ではよく耳にする「クラフトビール」という名称ですが、当時は初めてですよね？

おそらく国内で意識して使用したのは当社が初めてかもしれませんね。もともと「クラフトビール」はアメリカにあった概念です。巨大メーカーが大量生産するビールの対局にあるのがクラフトビールで、観光地商品としてではなく、小規模工場で生産される手作りの高品質なビールのことです。アメリカではそういったクラフトビールメーカーが次々に出てきたのです。

観光地商品の地ビールを否定するわけではありませんが、「実際、当社のビール事業の概念はクラフトビールではないだろうか？」と、コンセプトを切り替えたわけです。それだけビールに対する想いや拘りがありました。

— これを期に商品名が一新され、「COEDO

ビール」が誕生するのですよね？

それまでの全商品を販売終了にしました。ビールの味や香り、深さを楽しむためには、多すぎても少なすぎてもよくないと、この5種類に絞り込みました。そして観光地商品のイメージから脱却し、クラフトビールのコンセプトを伝えるためにデザインを刷新し、名称も川越の観光地商品を連想させる「小江戸ビール」から「COEDOビール」に変更しました。

観光地商品についてのイメージを払しょくするために、「COEDOビール」発売の翌年の2007年に、ヨーロッパで開かれる「国際食品品評会モンドセレクション」に出品しました。当時は一般にも「モンドセレクション」という名称は周知されていたと思います。

— 初出品のモンドセレクションですが、受賞される自信はありましたか？

正直ありました。原料も吟味されて丁寧に造られていますからね。三大陸の大会で受賞

世界の品評会で多くの賞を受賞する「COEDOビール」5銘柄



COEDO 紅赤 —Beniaka—

赤みのある琥珀色、香ばしい甘みが特長のジャパニーズプレミアムエール（長期熟成）。ビール職人とサツマイモとの出会いから日本独自の発想で誕生。やや高いアルコール分と豊かなコク！

- 原材料：サツマイモ（埼玉県川越産 金時薩摩芋 紅赤）、麦芽、大麦、ホップ
- アルコール度数：7%

※ サツマイモを原料に使用しているため、日本の酒税法上「発泡酒」の扱い。



COEDO 瑠璃 —Ruri—

クリアな黄金色と白く柔らかな泡のコントラストが美しいプレミアムピルスナー。さわやかですっきりとした飲み口ながらも、ホップの香味と苦みのバランスがとれた、飽きのこない深みのある上品な味わい。

- 原材料：麦芽、ホップ
- アルコール度数：5%



COEDO 伽羅 —Kyara—

白葡萄やスパイシーな柑橘を感じさせるアロマホップが香り、鮮やかで綺麗な苦味とともに広がる。6種の麦芽の配合と、やや高めアルコール分が、味の膨らみと丸みあるミディアムボディを織り成す。

- 原材料：麦芽、ホップ
- アルコール度数：5.5%

したことで、当社の商品は世界トップクラスのクラフトビールであると評価されたと思います。

— 5銘柄に絞り込まれましたが、今後新商品を開発されるご予定はありますか？

現在の5銘柄が定番商品です。他には飲食店専用の「樽生」があります。基本的には、5銘柄と樽生の6種類が一年を通じてのレギュラー商品となります。あとは春夏秋冬の4つの季節感に応じた「シーズナル」という季節限定のビールを飲食店限定で提供しています。「^{まりはな}毬花」というビールがあるのですが、香りが高く大変好評で、多くの方から商品化の要望をいただいたシーズナルビールを定番化したものです。

この度、東松山新工場が稼働して対応が可能になったので、海外展開も積極的に行っていきたいと思っています。今後は欧州のスウェーデン、デンマーク、ドイツ、スイス、スペイン、そしてフィリピンへの輸出が始まる予定

です。また、ブラジルからの問合せもいただいています。

変わらぬ姿勢 - 「安心・安全でおいしく」 顔の見えるビール生産者として

— クラフトビールを提供するビアバーが都内を中心に年々増えているそうですね。

都内ではあちこちに出来ていますね。山手線はもちろん、ほとんどの駅の周辺にあると思います。10年ほど前は都内にはビアバーは数えるほどしかありませんでしたが、今は100軒以上あります。特に2年くらい前から急激に増えました。

ビアバーは、ビールの味がわかる一部の愛好家やマニアが楽しむだけでなく、ビールが好きな人には誰でも楽しめる場所だと思えます。これは日本に限ったことではなく、先進国共通の傾向です。特にアメリカはビアバーも多いですが、クラフトビールメーカーもこの20年くらいで5000社近くまで増えまし



COEDO 白 -Shiro-

明るくなめらかな白濁色は、無濾過ビールならではの。小麦麦芽と特選した酵母が醸し出す甘くフルーティな香り、さわやかながらもコクを感じる舌触りと柔らかな炭酸が特長。

- 原材料：麦芽、ホップ
- アルコール度数：5.5%



COEDO 漆黒 -Shikkoku-

艶やかな黒色と茶白色の細やかな泡立ちのコントラストが冴える長期熟成黒ビール。2種のブラックモルトと6種の麦芽の配合で、重すぎないまるやかさと軽やかさのバランスの取れた芳ばしいローストが心地よい。

- 原材料：麦芽、ホップ
- アルコール度数：5.5%



数々の荣誉ある賞を受賞

2006年にクラフトビール「COEDO」ブランドを立ち上げて全5銘柄展開を開始後、モンドセレクションおよびiTQiコンテストに出品し、「5銘柄」全てが受賞する。その後も連続で受賞し、iTQiコンテストでは、「紅赤」が3年連続最高位三ツ星受賞のクリスタルテイストアワードを受賞（世界で7番目、日本のビールでは初）している。

2010年のワールドビアカップでは、「紅赤」がシルバーアワードを受賞。その後も「COEDOビール 5銘柄」は、ヨーロッパアンビスターアワードやビアフェスト・アジア、ワールドビアカップ、オーストラリアン・インターナショナル・ビア・アワードなど、世界各国で数々の賞を受賞している。

た。この背景にはアメリカのホームブルーイング(自家醸造)文化やカウンターカルチャーとしてクラフトビールが若者たちに支持されたことがあげられます。これがヨーロッパにも影響し、イギリスやドイツでもクラフトビール造りを始める人たちが増えています。一般的なビールの起源は確かにヨーロッパですが、クラフトビールとなるとアメリカが起源なんですね。

クラフトビールはニッチビジネスですが、アメリカではクラフトビールだけで全体の10%、輸入も含めると20~30%の巨大マーケットに成長しています。日本でも10~20年以内には10%のマーケットには成長すると思います。

——社長の名刺の肩書に「ビール伝道士」とありますが、もともとビールがお好きだったのでしょか？

ビールとの出会い、楽しんで味わうビール

との出会いは、学生の頃にイギリスやドイツなどヨーロッパをバックパッカーで回っていた頃に遡ります。そこで立ち寄ったバーで注文したビールとの出会いが忘れられないですね。ビール事業のリストラに直面した際に撤退しなかつたのも、そこで出会ったビールへの想いがあったからだと思います。

日本人をはじめ、アジア人はあまりアルコールが強くないですよ。たとえ量が飲めなくても、香り豊かなビールを楽しみ、その違いを楽しんでもらいたいです。

ビールはコンテンツ力が非常に豊かです。それを現代のクラフトビールに置き換えて紹介していければと思っています。もともと私たちは、「安心・安全でおいしい」有機野菜の顔の見える生産者としてスタートしました。それと同じで、顔の見えるビールづくりをこれからも続けて、クラフトビールの楽しさを皆さんに伝えていきたいと考えています。

コエドエコプロジェクト

協同商事では、エコプロジェクトに積極的に取り組んでいる。2002年には本庄市にバイオガス研究所・本庄開発センターを開設し、翌2003年には、東京都の多摩動物園での動物の糞尿や飲食店からの生ごみなどからメタンガスを抽出し、園内のエネルギーとして利用する循環型システムを提案している。

2015年には、農林水産省より「平成26年度エコフィード緊急増産対策事業」の認定を受け、ビールの仕込み工程から排出される麦芽の搾り粕から、近郊の畜産農家が営む牧場で飼育される牛のための飼料をつくり、完全にリサイクルに取り組んでいる。

麦芽粕は、水分率が高く腐敗しやすいため、今までは産業廃棄物として処分されていたが、脱水機を導入したことで麦芽粕の脱水が可能となり、水分率の下がった麦芽粕を密閉状態におくことで、乳酸菌による発酵が進みPHが下がり、物性が安定し発酵飼料として保存可能となった。



現在は、食の安全性や環境に高い意識を持つ県内2か所、都内1か所の3牧場で利用されている。

エコフィード(ecofeed):環境にやさしい(ecological)や節約する(economical)などを意味するエコ(eco)と飼料を意味するフィード(feed)を併せた造語。食品製造副産物(醤油粕や焼酎粕等、食品の製造過程で得られる副産物)や余剰食品(売れ残りのパンやお弁当等、食品としての利用がされなかったもの)、調理残さ(野菜のカットくずや非可食部等、調理の際に発生するもの)、農場残さ(規格外農産物等)を利用して製造された家畜用飼料。



脱水機 (製作:川口精機株式会社)



麦芽の搾り粕

読者プレゼントのお知らせ

株式会社協同商事様より、
COEDO ビール
「**瑠璃**」と「**伽羅**」の
それぞれ6缶を1セットにして、
10名様にプレゼントいたします!



応募は、ハガキに必要事項（郵便番号・住所・氏名・お勤め先・電話番号・プレゼント希望）を明記の上、弊社「ぶぎんレポート編集部」まで（住所は裏表紙に記載）。

- 応募締切 2017年1月31日（当日消印有効）
- 応募多数の場合は厳正な抽選を行い、結果は商品の到着をもってかえさせていただきます。

※応募を通じてお客様からご提供いただきました個人情報を、本プレゼントの運営に関する以外のもので使用することはありません。



株式会社協同商事 概要

創 業	1982年4月
資 本 金	9,900万円
売 上 高	21億円（2016年3月期）
従 業 員	120名（2016年12月現在）
本 社	〒350-1150 川越市中台南2-20-1
電 話	049-244-6911(代)
ホームページ	http://www.kyodoshoji.co.jp/
取 引 店	川越支店