



地域商社やまぐち株式会社（山口県下関市）

商社機能を通じて地域の価値ある産品を発掘・磨き上げ 壱岐の酒蔵と新商品開発 日本酒の「旬」を世界へ



新商品の日本酒「壱岐いち」シリーズ

販売リスクを引き受け、地元企業と運命共同体として伴走

地域商社やまぐち株式会社は、(株)山口フィナンシャルグループ（以下YMFG）の一員として、商社機能の発揮により地域の価値ある産品を発掘・磨き上げて国内外へ届けている。

同社は2017年、YMFGと山口県内の食品関連事業者6社の出資により設立。山口県に加えて広島県や北部九州の産品の魅力を高め、首都圏をはじめ地域内外の消費者へ届けるべく、マーケティング、商品開発、販路開拓等を担っている。商品は「やまぐち三ツ星セレクション」ブランドとして、百貨店・量販店などの流通網に加え、ECサイト「jimotto」でも展開。代表例に、(株)澄川酒造場（山口県萩市）と共同開発した日本酒「東洋の女神」がある。

同社の強みは、商品開発やブランディングなどの支援を一気通貫で提供するだけでなく、商社として自ら販売まで担う点にある。コンサルティングに留まらず、商品を仕入れて在庫を持ち、販売リスクも引き受ける。単独でマーケティング等に取り組みにくい中小企業と運命共同体として伴走できる点が、大きなアピールポイントとなっている。



YAMAGUCHI
3 stars
SELECTION

やまぐち三ツ星セレクション



東洋の女神

壱岐での日本酒づくりを復活させた酒蔵との出会いがシリーズ商品化に結実

同社は今年4月、長崎県壱岐市の酒蔵・重家酒造(株)と共同開発した日本酒「壱岐いち」シリーズの販売を開始した。

開発の背景には地域商社ならではの「関係性の積み重ね」がある。同社は2022年に酒米の取扱を始め、その過程で「よこやま」等の銘柄が有名な重家酒造と出会った。前述の澄川酒造場で修行した現代表が、四半世紀ぶりに壱岐での日本酒づくりを復活させた経緯も重なり、今回の商品化に結実した。

シリーズ第1弾「壱岐なついち 生酒」は、ミネラル豊富な軟水を用い、厳正な温度管理のもとで醸造。マスクメロンを思わせる華やかな香りと、口に含んだ瞬間に広がるみずみずしくフレッシュな味わいが楽しめ、夏の光のような透明感のある余韻が、暑い季節に心地よく寄り添う。ラベルには壱岐の夏を象徴するヒマワリを大胆に配し、味覚だけでなく視覚でも季節感を伝えるデザインに仕上げた。

商品は全国の百貨店やスーパーなどの小売店に加え、ECサイト「jimotto」でも販売。しぼりたての美味しさを届けるため、冷蔵流通を徹底している。数量限定のため売り切れ次第終了となるが、「壱岐いち」シリーズとしては7月に秋向け商品を発売し、その後も冬・春へとリレー形式で展開する。「旬」の味わいという価値提案を通じ、新たな日本酒ファン獲得を狙う。



壱岐なついち 生酒

商社機能を通じて「地域の豊かな未来を共創する」

「壱岐いち」シリーズ開発に際して地域商社やまぐちは、酒質設計の方向性整理、ネーミング、パッケージデザイン、販路設計を担った。今後、こうした事例をモデルケースに、YMFGのグループ基盤を生かして広島県・北部九州へと支援エリアを本格的に拡大する。

併せて同社は、2つの方向性で事業を強化している。1つ目は食品分野の深掘りだ。とりわけ地元企業の原料調達という課題に踏み込み、同社が一括で仕入れて安定供給やコスト削減を支援する。2つ目は非食品分野への拡張で、伝統工芸品などの流通ルートや価格、売り方を見直していく。「大量生産が難しい領域だからこそ、適正な販路の選定やストーリー設計が新たな価値になる」と林誠二社長は語る。

こうした取り組みの根底にあるのは、YMFGのパーパス「地域の豊かな未来を共創する」への貢献だ。金融グループの中で唯一“モノ”を扱い、販売リスクを引き受けるからこそ、顧客の収益に直結する解決策を実装できる。YMFGが志向する「同舟共命型ビジネスモデル」を体現し、顧客と共に成長する——その伴走力を武器に、同社はこれからも新たな市場を切り拓く。

地域商社やまぐち株式会社
代表取締役 林 誠二 氏
本社：山口県下関市竹崎町四丁目2番36号
(山口銀行本店内)



ホームページ

