

## 日本発クラフトビールの先駆けとなる「COEDO」を製造・販売。 原料となる大麦の生産にも取り組み“畑からグラスへ”を目指す

クラフトビール「COEDO」を製造・販売する協同商事。COEDOは日本のクラフトビールの先駆けといわれる商品で、今や代表的な存在だ。同社は“新しい日本の農業を切り拓く”をミッションに掲げ、有機農業をはじめとする食のサイクルに携わってきた。現在、自社で大麦を生産し、ビール造りの川上から川下までを手がける取り組みを進めている。目指すは“畑からグラスへ”だ。



代表取締役社長 朝霧 重治氏

- 代表者 代表取締役社長 朝霧 重治
- 創業 昭和50年1月
- 設立 昭和57年8月
- 資本金 9,900万円
- 従業員数 106名
- 事業内容 青果物卸売事業、ビール製造事業、  
食品輸入事業、物流事業、花き卸売事業、  
環境関連事業
- 所在地 〒350-1150 埼玉県川越市中台南2-20-1  
TEL 049-244-6911 FAX 049-244-6256

- URL <https://kyodoshoji.co.jp> (協同商事) <https://coedobrewery.com> (コエドブルワリー)



川越市に本社を置く株式会社協同商事は、青果<sup>か</sup>花き事業、ビール事業、物流事業と三つの事業セグメントを持つ。青果花き事業は有機栽培や無農薬・減農薬栽培等の野菜に特化した専門商社機能を有し、北海道から沖縄まで約800の農家のさまざまな野菜を取り扱う。物流事業は農家から出荷される農産物を小分け包装するなどの流通加工を行った後、各地の生協やスーパー等の小売店に配送する。そしてビール事業はクラフトビールCOEDO「紅赤-Beniaka-」「漆黒-Shikkoku-」「伽羅-Kyara-」「白-Shiro-」「瑠璃-Ruri-」「毬花-Marihana-」等の製造、販売を行っている。

「“新しい日本の農業を切り拓く”というのが当社の設立当初からのミッションです。農業というと皆さん農産物の栽培を思い浮かべるとは思います、農にまつわる産業は食料全般なのです。生産・栽培はもちろん、物流、農産物を原料にメーカーが食品製造することやレストランなどのサービス産業に提供すること、そして廃棄物のリサイクルやその価値を高めるアップサイクルなど。私たちはそれら全てが農業だと考えています」(朝霧重治社長)

同社は青果花き、ビール、物流の事業セグメントで農

業を出発点とする食のサイクルにトータルで関与し、日本の農業の新たな地平を切り拓いている。

### → 産地直送物流事業で始まりビール造りへ

昭和50(1975)年、先代社長の朝霧幸嘉氏が同社を創立。“健康の基礎となる食べ物は安全でおいしいものを”をモットーに、有機農業に取り組む生産者と生協を結ぶ産地直送販売事業をスタートさせた。

「先代は“有機”という言葉がほとんど知られていない時代に、循環式農業の『武蔵野の落ち葉堆肥農法(落ち葉を集めて堆肥にし、畑に入れる)』を行う川越の生産者さんと出会いました。そこで安心・安全な農産物を作る方々と、そうした農産物を取り扱いたいと考える生協を結ぶ取り組みを始めたのです」

当時は今のような物流企業はなく、冷蔵輸送や生産履歴をたどる仕組みもない中、同社は先駆けて冷蔵で産地直送する流通システムを作り、作り手の思いが伝わる販売スタイルを生産者と共に構築していった。

そして平成8(1996)年にビール事業が始まる。当時、有機栽培農家では連作障害の対策として、土にすき込

んで「緑肥」にするための麦が栽培されていた。緑肥のため麦は収穫することなく土壌にすき込むのだが、それを見た先代社長の幸嘉氏が「もったいない。収穫してから畑にすき込んで土作りを行ってはどうか。この麦を何かに利用できないか」と考えたのがきっかけだった。

折しも平成6年に酒税法が改正されて、ビールの年間最低製造量が2,000klから60klに引き下げられた頃。小規模事業者がビール事業に参入し、各地で観光地土産の地ビールブームが到来していた時期だった。同社も、麦芽に加工する業者の不在を理由に地元の大麦は断念したものの、規格外品で廃棄されていたサツマイモを用いたビール造りをスタートさせた。これがCOEDOの始まりであった。

## →クラフトビールとしてブランドを固めて躍進

平成8年、同社は川越市内に現在のCOEDOの前身となる小江戸ブルワリーを開設し、川越のサツマイモを用いた「サツマイモラガー」を開発する。商品は地ビールブームも手伝って売り上げを伸ばし、翌年には新たに三芳工場を開設する。それと同時にドイツの専門養成機関でビールの知識や技術を身につけた“ブラウマイスター”を招き、5年にわたってしっかりと本場のビール造りの技術を獲得していった。しかし、やがて地ビールブームは去り、多くの事業者がビール造りから撤退する。そうした中でも、同社はただひたすらにおいしいビール造りを追求して味を洗練させていった。

平成15年、副社長に就任した重治氏（平成21年社長就任）はビール事業のブランド価値向上に着手し、平成18年に地ビールと呼ばれる観光土産のカテゴリーとは異なるブランドを誕生させた。それが、ブラウマイスターから技術を継承し、クラフトマンシップで製造される“クラフトビール” COEDOである。

「モノづくりに対する姿勢は、地ビールというカテゴリーでくられていた時から変わっていません。私たちはもともと職人・クラフトマンで、ずっとクラフトマンシップでおいしいビールを造り続けてきましたから。ただ、

製品の打ち出し方やプロダクトコンセプトを再整理したのです」

まずビールの品質を証明するためにモンドセレクション(品質の優秀さを鑑定する国際評価機関)に出品。すると、COEDO「紅赤-Beniaka-」「瑠璃-Ruri-」が最高金賞、「伽羅-Kyara-」が金賞、「漆黒-Shikkoku-」「白-Shiro-」が銀賞と、当時製造していた5銘柄全てが受賞を果たした。そこでこの受賞の事実と、ビール職人がこだわり抜いて作ったプレミアムなビールであるこ



COEDOクラフトビール醸造所



COEDOラインアップ(左右)

とをPRしながら、百貨店、高級スーパーや高級レストランなど、これまでの地ビールとは違う高級路線の販売チャンネルを開拓していった。

その後もCOEDOはヨーロッパ・ビア・スター・アワードやワールドビアカップ等、世界で数多くの賞を受賞する。その品質が販売店や消費者に知られるにつれ、話題を集めて売り上げを伸ばし、COEDOは日本のクラフトビールの代表的な存在として快進撃を続けていくことになる。平成28年には埼玉県東松山市にCOEDOクラフトビール醸造所を開設。今ではインバウンド客や海外での和食ブームが追い風となって輸出も増加、世界中でファンを獲得している。

## → COEDOの6銘柄の特徴

現在、COEDOの定番商品は「紅赤-Beniaka-」「漆黒-Shikkoku-」「伽羅-Kyara-」「白-Shiro-」「瑠璃-Ruri-」「毬花-Marohana-」の6銘柄。

「紅赤-Beniaka-」は川越の伝統的なサツマイモ“武州小江戸川越産金時薩摩芋紅赤”を使用し、サツマイモの自然な甘みが引き立つ豊潤な味わいだ。「漆黒-Shikkoku-」は深い黒色で軽やかな飲み口を持ち、



工場働くブルワー（醸造家）の様子（左右）

工場内の様子

麦を収穫の様子

「伽羅-Kyara-」は香木の伽羅に由来する名で、香ばしさと複雑なフレーバーが特徴的だ。「白-Shiro-」はリンゴやバナナなど吟醸香を彷彿とさせるフルーティーな香りとクリーミーな口当たり。「瑠璃-Ruri-」はクリアな黄金色と洗練された風味で人気を集める。そして、シトラスを思わせる爽やかな香りと軽やかな飲み口が特徴の「毬花-Marohana-」。

いずれの銘柄も常にブラッシュアップし、さらなるおいしさを追求し続けている。

そのほか、季節限定の商品や企業とのコラボレーションで開発した商品などを開発・販売しており、多くのビールファンから新商品への期待と熱い視線が注

がれている。

## → 麦作りから取り組み“畑からグラスへ”

同社は昨年11月、大宮駅東口の「ムスブルミネ」内に、青果のDtoCブランドとして有機野菜や果物の専門店「ORGANIC&CO.」を装い新たにリニューアルオープンさせた。

同店舗は、全国の提携農家から届いた野菜を販売したり、併設のカフェレストランで体に優しいメニューやドリンクを提供して、有機野菜を多くの人に楽しんでもらうとともに、そのおいしさを発信し、伝えていく役割を担っている。オープン当初より、安全・安心な食、地球環境に寄り添った農業に対する意識の高い生活者から注目を集め、発信力の手応えを感じているという。

また同社は、SDGsという言葉がなかった時代から、ビール工場から排出される麦芽粕を100%牛の餌としてリサイクルするほか、工場排水からメタンガスを生成し発電するなど、全てを無駄なく循環させる取り組みを進めてきた。「ようやく私たちが大事にしてきたものが評価される社会になった」と、朝霧社長は語る。こうして食のサイクルにトータルで携わり、日本の農業を切り拓いている。

そして現在、ビールの原料となる大麦を自社農園で栽培する新たなプロジェクトに挑戦している。

「日本のビール界のピースが欠けている部分は、原料を自給していないということ。そこで、当社は、原点に戻って“畑からグラスへ”というテーマを掲げています。ビール造りがあるから農業も成立し、農業があるからビール造りも強化されると考えています。ビール造りのスタートとなる麦畑から携わることで、COEDOビールのブランド力をいっそう高めて、ボルドーのワイナリーやロマネコンティのような強いブランド力を目指していきたいです」

畑から携わるブルワリー（ビール醸造所）として、その魅力を伝えていきたい——そう語る朝霧社長の視線は、世界レベルのさらなる高みを見つめている。