

# 地域産業資源活用事業計画に関するご説明資料



---

株式会社 福山物産

代表 重久 浩

鹿児島県霧島市溝辺町崎森2770-3

TEL: 0995-58-2905

---

# 1.会社概要

- 社名 株式会社 福山物産
- 屋号 くろず屋(商標登録第4510151号)
- 本社 鹿児島県霧島市福山町福山2713
- 所在地 鹿児島県霧島市溝辺町崎森2770-3
- 電話番号 0995-58-2905
- FAX番号 0995-58-3744
- 資本金 1000万円
- 代表者 重久 浩
- 会社設立 平成元年11月1日 ※(有)重久盛一酢醸造場の黒酢販売部門として分社化
- 事業内容 福山黒酢及び加工品製造販売業
- 事業種目 純玄米黒酢販売  
黒酢加工食品製造・卸販売  
九州特産品販売  
一般食品小売  
酒(小売・通販)



## 2.事業沿革



- 文化2年 江戸時代（1805年）創業
- 昭和33年 重久盛一商店設立
- 昭和39年 国税局加治木税務署 もろみ製造免許第315 認可
- 昭和47年 鹿児島太陽国体、天皇・皇后両陛下下行幸啓の折、県特産品物産展にて純玄米黒酢が天覧目録12号として出展
- 昭和58年 有限会社重久盛一酢醸造場設立  
国税局加治木税務署 もろみ製造免許28間第164 認可
  
- 平成元年 黒酢の販売部門の確立として、有限会社福山物産を設立
- 平成2年 鹿児島空港にて黒酢の専門売店を確立
- 平成3年 純玄米黒酢が農林水産省認可の「ふるさと認証食品」として全国第一号認定
- 平成10年 鹿児島空港にくろず屋の看板設置
- 平成12年 屋号「くろず屋」を申請
- 平成17年 株式会社福山物産 に社名変更  
酒類小売免許を取得し、焼酎の販売開始  
韓国姉妹店「ポラリス」設立 韓国での商品販売開始
- 平成18年 新商品「フレッシュ黒酢」、「黒酢入り黒豚まん」を市場投入
- 平成19年 フレッシュくろずが2007かごしまの新特産品コンクールで「社団法人鹿児島県特産品協会理事長賞」受賞
- 平成21年 天皇陛下御即位20年記念菓子の販売  
鹿児島大学、大阪大学と共同研究「黒酢中に含まれるアレルギー抑制性物質の探索」開始  
**経済産業省の地域資源活用新事業展開支援事業、**  
**地域産業資源活用事業計画（中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の推進）に認定**  
「さつまの黒酢炊き黒豚角煮」が、鹿児島県地域特産品コンクール 始良・伊佐地域 食品部門 優秀賞、  
鹿児島県新加工食品コンクール 畜産加工食品部門 優秀賞受賞
- 平成22年 鹿児島中央駅構内みやげ横丁に新店舗「くろず屋」をオープン
- 平成23年 世界発酵村連体会議（in韓国）に参加  
テレビCM「元気のツボはここにある」放送開始  
**支援事業「戦略的C I O育成支援事業」**を利用し、**専門家派遣による当社ホームページリニューアル**
- 平成24年 鹿児島大学にて特別講義を実施  
鹿児島中央駅構内ぐるめ横丁に飲食店「金久（かねきゅう）」をオープン  
台湾の企業と販売代理店契約
- 平成25年 **支援事業「中小企業海外展開支援体制整備事業（FS支援）」**を活用し、**シンガポール・香港の企業訪問**  
鹿児島大学にて特別講義を実施（2回目）  
鹿児島空港2階 Sky Shop内の販売台リニューアル



### 3.黒酢と薩摩の歴史1

- 重久家の創業は1805年。創業から約30年後の天保4(1833)年、当時の薩摩藩には500万両という莫大な借金があり、破綻寸前。そこで、第10代藩主 島津斉興は調所広郷を重用し、財政面の改革に着手した。

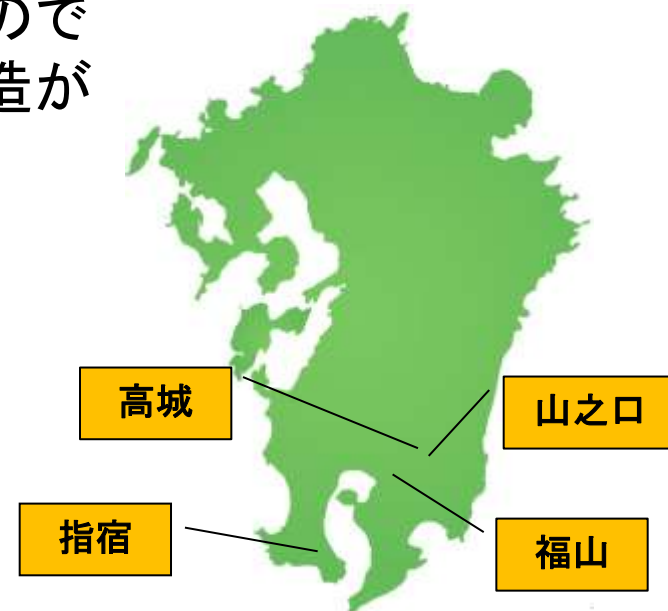
- 500万両を250年の分割払い
- 清との密貿易
- 徳之島産の砂糖の専売制
- 物産の品質改良など産業を興す



- 調所広郷は、幕末の三大豪商の一人 指宿の浜崎太平次を砂糖回送に指名し、藩の海外貿易に加担させ、その見返りに浜崎の密貿易を黙認した。
  - 幕末の三大豪商：函館の高田屋嘉兵衛(たかたや かへえ)  
金沢の銭屋五兵衛(ぜにや ごへえ)

### 3.黒酢と薩摩の歴史2

- 浜崎は都城に隣接する山之口と高城に寒天工場を持ち、寒天を貯蔵する蔵が都城島津家の竹之下お蔵にあった。美味しい寒天には良質な酢(福山酢)が必要不可欠。
- 寒天製造には、良質な酢が欠かせないものであった為、当時の福山では良質な酢の製造が盛んだったと考えられる。





### 3.黒酢と薩摩の歴史3

- 鹿児島と都城の間にある福山町には厚地次郎右衛門という豪商が存在し、薩摩藩の琉球貿易や黒砂糖の生産、小松帯刀にさえ融資をしていたといわれている。さらには、厚地家には代々島津家のお殿様が遊びに来ていたと記録が残っているほど藩との繋がりが密にあった。

- 天明四年(1784年)藩主重豪(しげひで)公来遊
- 文化五年(1808年)藩主齊宣(なりのぶ)公来遊
- 文政四年(1821年)藩主齊興(なりおき)公来遊
- 弘化二年(1845年)四月六日太守齊興公御一泊御成り
- 弘化五年(1848年)二月五日太守齊興公御成り
- 壽永元年(1848年)齊興公来泊福山牧を視察
- 文久二年(1862年)七月九日帰除同八月二日嶋津淡路殿一泊
- 文久三年(1863年)五月廿五日帰国同四月九日国父中将公御籠御成
- 慶應元年(1865年)十二月十三日於盛様佐土原嫁入一泊
- 慶應元年(1865年)三月卯六月十八日随真院様一泊勝姫様御籠
- 慶應三年(1867年)十月十八日淡路守殿一泊

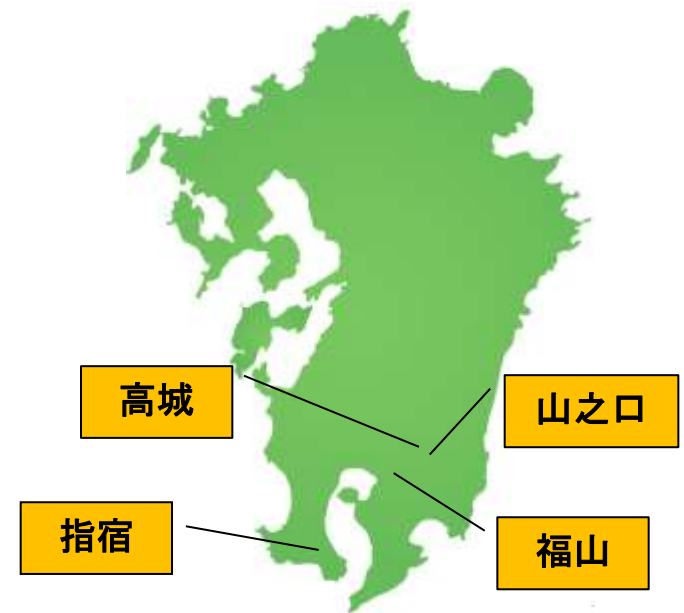


現在の厚地家

薩摩藩の天道 東目筋より引用

### 3.黒酢と薩摩の歴史4

- 厚地家の融資を受け、米処都城からの物資の運搬ルートより福山へ米を運び、その帰りに福山酢を都城に運び、高城と山之口で寒天を大々的に製造し、都城の蔵に一旦納め、それを福山に運び琉球経由で中国に輸出していた。
- 当時の福山は江戸の藩政時代の重要な物流基地として大変な賑わいを見せ、南方から届けられる砂糖や舶来品、各地の特産物などが集散する福山港は重要港であった。



### 3.黒酢と薩摩の歴史5 黒酢の起源

- 浜崎が海外と貿易を行う中、中国の地で紹興酒に出会い、大変気に入った。しかしながら、当時の薩摩には「どぶろく」しか酒がなかった為、帰国後自宅の庭先で紹興酒造りを試してみたところ、鹿児島島の気候と風土、土壌菌の影響で酢になっていた。紹興酒ではないが、大変まろやかで程よい酸味の美味しい酢になったそれが、現在の福山地方に伝わる伝統酢「福山黒酢」の起源になったと考えられる。



- 時同じくして、第10代藩主 島津齊興の側室お由羅は、心太(ところてん)が好物であり、寒天工場も所有していた浜崎に心太を食べる際に必要な美味しい酢がないか話を持ちかけたところ、前説で出来た酢を献上したところ好評であったという説もある。



### 3.黒酢と薩摩の歴史6

- 薩摩藩の改革により特産品として「良質な黒酢」の製造を要請されていた福山町には、良質な水、温暖な気候、そして薩摩の米処であった都城からの米が集まっていた。当時の米はお金と同等の価値を持っていたが、物流基地であり、多くの米が集まっていた福山ではその貴重な米を酢造りに使えたと考えられる。
- 黒酢造りの条件に適していて、貿易港でもあった福山町で造れば製品として流通させることも容易であった。



## 4.福山物産について 商品特徴

- くろずの里・鹿児島県福山町で、200年以上受け継がれている醸造法「かめ壺仕込み」で玄米を用い、恵まれた地下水と黒酢づくりに適した福山町の気候風土により、屋外にて1年半以上の年月をかけて発酵・熟成を行います。時間と手間をかけているので、コクと香り・まろやかさができます。
- 一つ一つのかめ壺の中で「糖化・アルコール発酵・酢酸発酵」を同時に行うという世界でも類を見ない発酵法で、アミノ酸・有機酸・ミネラル等の成分を多く含みます。



# 4.福山物産について 商品一覧

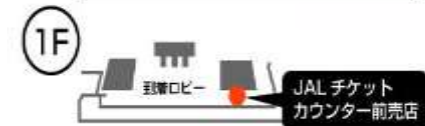




# 4.福山物産について 販売店舗

## 鹿児島県の空と陸の玄関口へ販売店の設置と沿革

- 平成2年 鹿児島空港へ黒酢専門売店を確立
- 平成22年2月 鹿児島中央駅 みやげ横丁へ直営新店舗「くろず屋」を開店
- 平成24年3月 鹿児島中央駅 ぐるめ横丁へ直営飲食店舗「金久(かねきゅう)」を開店
- 平成25年2月 鹿児島中央駅「くろず屋」店舗移動に伴い、売り場面積が1.6倍へ拡大
- 平成25年7月 鹿児島空港2階 SkyShop売店、販売台リニューアル



## 4.福山物産について 強み



### ■ 歴史と伝統

- 鹿児島県内唯一「天然壺づくり」の米酢産地として  
200年の伝統

### ■ 自然環境

- 温暖な気候と豊富な湧き水に裏打ちされた  
「酢醸造技術」の集積



### ■ 醸造所の集積

### ■ 豊富な販売チャネル

- 県内外の有名百貨店や大手量販店など  
全国的かつ豊富な販売チャネル



### ■ 高品質原材料の確保

- さつま町にて生産される南高梅  
「さつま西郷梅」





# 5.地域産業資源活用事業計画

## 「さつま梅黒酢」開発コンセプト



アミノ酸豊富な  
天然壺造り玄米黒酢

比率1:1で  
6ヶ月間  
漬け込み

クエン酸豊富な  
さつま町南高梅  
「さつま西郷梅」

平成20年6月より製品開発に着手  
飲みやすく健康志向にマッチした  
「梅黒酢ドリンク」を試作

**第1回鹿児島県新加工食品コンクール特別賞受賞**

「梅黒酢」に期待される効果：  
代謝促進、疲労回復、ダイエット効果、シミ・ソバカス対策

- 200mlビン : ダイエットに興味を持つ若い女性
- 720mlビン : 健康意識の高い高齢者向け「進物」需要

# 5.地域産業資源活用事業計画

## 地域資源活用商品一覧



さつま梅黒酢



おいしいくろず うめ



梅黒酢つぼ漬



ぽけっとうめくろず

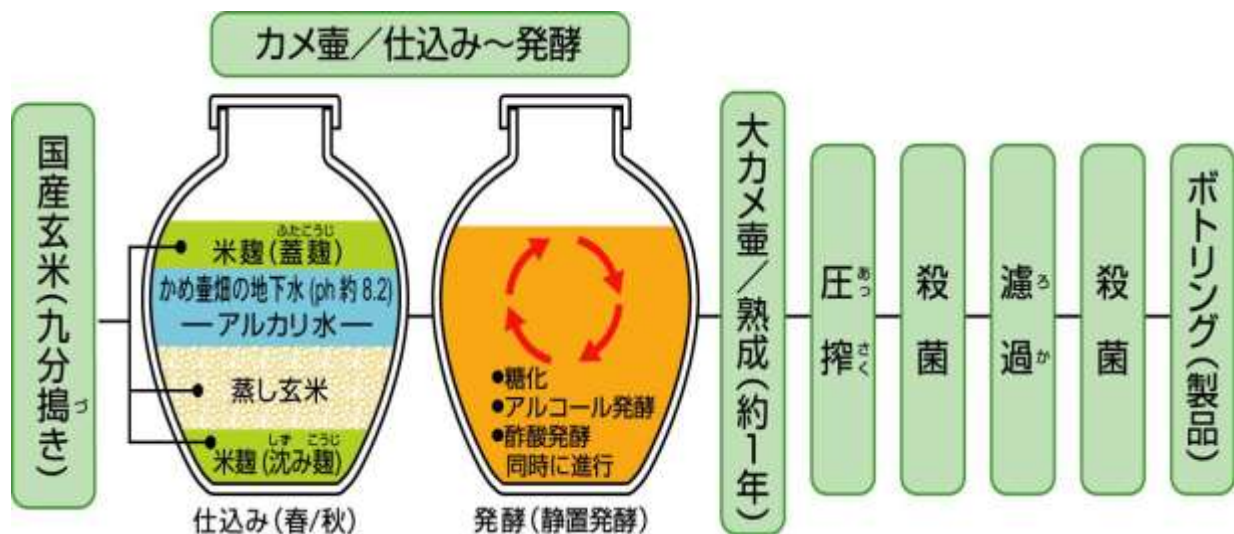
## 6. 中小機構支援事業一覧

- 地域資源活用新事業展開支援事業「地域産業資源活用事業計画」
  - 「純玄米黒酢」に鹿児島県さつま町の「薩摩西郷梅」を漬け込んだ「さつま梅黒酢」及び関連商品の開発・販路開拓支援
- 戦略的ＣＩＯ育成支援事業
  - 見える化経営と経営戦略、事業計画の一貫した事業展開支援
- 中小企業海外展開支援体制整備事業「ＦＳ調査」
  - 中小機構アドバイザー同行のもと、海外企業訪問・販路開拓

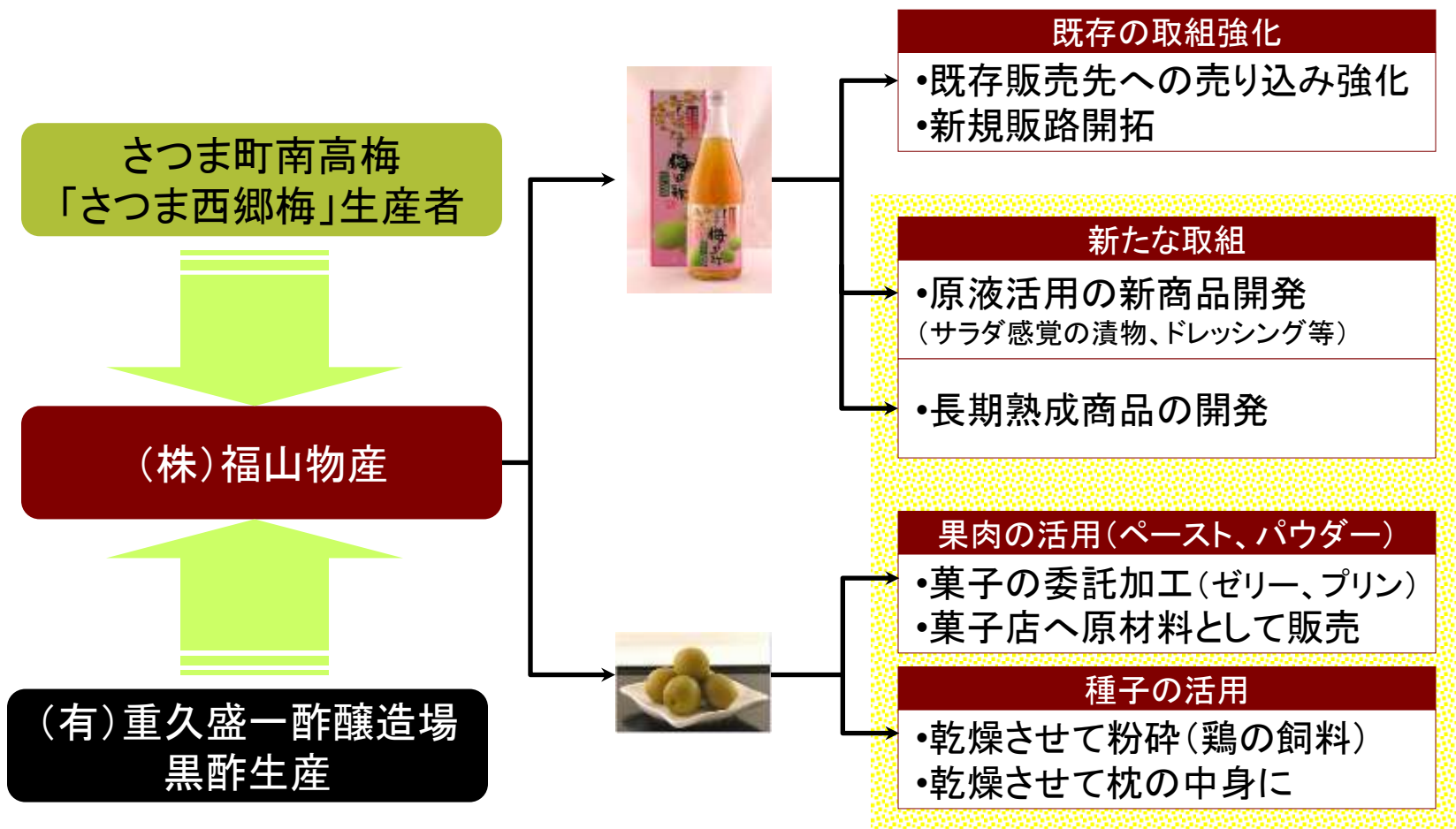
# 7.地域産業資源活用事業計画

## さつま梅黒酢の製造工程

1. 伝統の天然壺造り製法で1年半以上発酵熟成させた**玄米黒酢**と**薩摩西郷梅**を「1:1」の割合で約6ヶ月間漬け込む。
2. 梅黒酢に、まろやかな酸味と青梅のさわやかな風味に仕上げる。



# 7.地域産業資源活用事業計画 事業フローと方向性





## 7.地域産業資源活用事業計画 事業の実施状況

金額単位：千円

	梅漬け込み	梅漬け込み計画	事業関連売上	当初の計画売上
事業初年度 平成22年10月期	-	1t	-	10,000
平成23年10月期	-	2t	-	20,000
平成24年10月期	-	3t	-	30,000
事業最終年度 平成25年8月末現在 合計	5.5t	4t	39,762	45,000

- 上記の状況は、平成25年8月末までの数値であるが、年度末の10月までには計画をクリアできる見通しである。

## 8.戦略的CIO育成支援事業 支援事業目標

- 健康志向ブームなどの追い風と商品へのこだわり、現状変化への柔軟な対応に支えられた経営と経営戦略、事業計画の一貫した事業展開を行う。
- 見える化経営を理解した上で、情報取得から分析結果を経営判断へフィードバックし、適切な情報発信が出来る仕組みをつくる。
  - 顧客支店マーケティングの実現
    - 過去の顧客を分類分析し、データマイニングを実現、顧客の見える化を図る。
  - 顧客を中心に、業務や従業員、社会動向の見える化と情報活用推進
    - 必要な情報を理解し、情報の収集と分析、予測や経営判断資料とする。

## 8.戦略的CIO育成支援事業 支援事業課題

- 顧客名簿の分析と活用
  - 分類分けをし、各対象への企画事業展開の実施
- マーケティング、販路拡大としてのWebサイト活用
  - Webサイトの活性化、新着情報等都度更新
  - SEO対策(検索エンジン最適化)の実施
- 見える化推進から、事業計画を策定展開する仕組み定着



## 8.戦略的CIO育成支援事業 ホームページリニューアル効果

- ホームページ売上数の増加
- 新規顧客層(ネット世代)の取り込み
- 『「くろず屋」の健康黒酢レシピ』の出版
- エイベックスより新規取引企画の提案
- 学校給食の依頼
- 海外(台湾)との取引開始
  - ・・・中国語対応HPの作成(海外向けの発信効果あり)
- 海外企業からの資料請求
- その他、ホームページ閲覧による新規取引先の増加



等々

# 9. 中小企業海外展開支援体制整備事業

## ■ 概要

- 第1年度:シンガポール・香港の市場調査を行い、海外市場の選定をする。
- 第2年度:現地販売店へ製品輸出を行い、市場でのブランド確立を行う。
- 第3年度:総代理店を設定し、市場での拡販を図る。

## ■ 目的

- 市場調査:スーパーやデパートでの競合日本製品の販売ルートや価格帯の調査
- 代理店調査:日本との貿易経験の有無、販売ルート、高級品の取扱いの有無の調査
- 情報発信の実態調査:富裕層に対しての通信販売方法調査



## 9. 中小企業海外展開支援体制整備事業 事業結果

- 市場性: バルサミコ酢を豊富に取り揃え、在留欧米人などが多く購入しており、同様の酸味としては海外進出の可能性を感じた。
- 価格帯: 日本での販売価格の1.5~2倍。
- 販売ルート: 他の鹿児島県の黒酢メーカーが進出しており、それぞれ現地企業へ委託販売をしていた。又、常時販売員がついており、試飲販売対応も行っていった。



## 9. 中小企業海外展開支援体制整備事業 課題

- 弊社独自の販売ルートの確立、又はビジョン共有の出来る企業との共働が必要。
- 販売価格については、日本食品が概ね1.5～2倍となっていたが、現地での日本食の地位が確立していることや、健康志向の高まりなどにより多少高価な価格帯であっても購入されているという現状であった。
- 購入方法や広告方法としては、シンガポール・香港共にインターネットが普及しつつあることから、各百貨店や輸入元企業のホームページを通じた購入やPR、現地のフリーペーパー(有料広告)を通じた広告方法などがある。

## 10.「梅黒酢」および関連製品の販売拡大策

### ■ 既存販売チャネルの底上げ

- 大手百貨店(伊勢丹グループ、高島屋グループ、三越グループ)
- 大手量販店チェーン(イトーヨーカドー)

### ■ 新たな販路の開拓

- 展示会、見本市への積極的出展示(フードショー、スーパーマーケット・トレードショー等)
- 海外取引先(台湾、シンガポール、韓国)との協業による、海外での販路開拓
  - 台湾:販売拠点の設立
  - シンガポール:現地伊勢丹にて毎年催事参加
- 商品紹介パンフレット作成などによるPR強化
- 「地域産業資源活用事業」のフォローアップや

販路開拓サポートの活用



# 11.「梅黒酢」新規活用方法の模索

## ■ 梅黒酢(液体)の活用

- 鶏への飼料の中に混ぜ、  
梅黒酢を飲料した鶏の卵からマヨネーズづくり



## ■ 果肉の活用

- 種子を乾燥させ粉碎し、鶏の飼料に混ぜ与える

## ■ 種子の活用

- 果肉を茶畑に撒き、土壌改良



ご清聴ありがとうございました。



株式会社 福山物産  
代表取締役社長 重久 浩