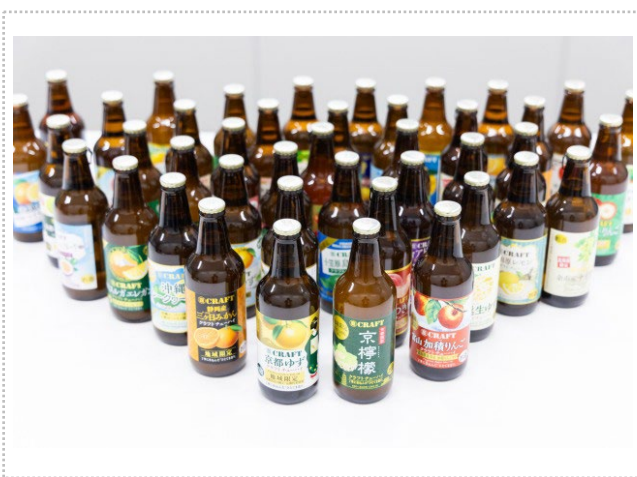


取組名称	農業生産者と消費者をつなぐ地域限定クラフトチューハイ「寶CRAFT」			団体設立後の経過年数	100年
応募取組主体名称	宝酒造株式会社	活動地域	全国	応募取組の活動年数	8年
取組主体の種別	企業 / 学校 / NPO・任意団体 / 自治体 / 地域コミュニティ / 個人 / ユース部門（概ね30代以下の次世代を担う若手が中心となって実施する取組はこちらにもチェックしてください） / その他				
応募取組に関連する実行委員会特別賞	サステナブルデザイン賞 / 子どもエンパワーメント賞 / 環境と福祉賞 / 環境地域ブランディング賞 / 環境ひとづくり賞 / 環境社会ノバージョン賞 / 地球と人への想いやり賞 / SDGsビジネス賞 / EXPO2025 いのち動的平衡賞				



取組の要旨

これまでに、各地のご当地果実を使った缶チューハイを期間限定・全国発売で25種類以上展開（現在終売）。産地の知名度向上に貢献できた一方、期間限定のため地元の特産品としては定着せず、地域の農業を盛り上げるまでには至らなかった。そこで、通年発売の地域限定クラフトチューハイ「寶CRAFT」を2017年に発売。果実への注目を高め、ブランド化や収穫量の増加に貢献する他、ご当地グルメと相性を考えた味わいにする事で産地地消を応援。

実績の要旨

果実の認知度向上や未利用資源の活用による地域活性化に取組んでいる。例えば、栃木でゆずを栽培しているが産地として知られていないという課題に直面。「寶CRAFT」＜栃木ゆず＞として発売以降、お土産屋等で露出が増加し、果実のPRに貢献。発売前と比較して、年間約20tもの新規需要を創出。また、小笠原の島レモンは別の果実の商品開発の為、産地訪問した際、ほとんど活用されていないという話を聞き、商品化に至った。年間約7tもの新規需要を創出し、小笠原第3位の農業産品へ育成。加えて、生産者らと一緒に京都をレモンの産地にする取組みにも挑戦。

取組評価の要旨	環境への貢献	果汁だけではなく、搾汁後本来なら廃棄されることの多い果皮をアップサイクルし、原料として利用することでフードロス削減に貢献。
	社会・経済への貢献	地域限定にすることで、地元の卸店やスーパー、お土産店、料飲店を中心に販売できる仕組みを作り、各地の産地地消に貢献。
	地域資源の活用	産地に足を運び課題を聞き取り、未利用資源を活用したり、生産者と連携して特長が活かした商品を開発することで持続可能な地域づくりに貢献。
	普及・汎用性	商品発売時には生産者ら関係者と行政などへの表敬訪問を実施すると共に、地域のイベントにも参加し商品PRを行う。
	革新・ユニーク性	「寶CRAFT」では「この地域にもこの果実がある」と伝えることを大切にしており、ゆずフレーバーだけでも7品発売している。
	継続性	販売地域を限定、果皮等を有効活用することで限られる収穫量に対応し通年発売を実現。収穫時期の人手不足に対しても収穫応援を実施。

展望の要旨

「寶CRAFT」の取組を通じて、若い人にも農業をしてみたい、様々な企業が各地の果実を使った商品開発をしたいと思えるきっかけを作っていく。