

23



地元原料（大麦）にこだわった商品開発



地元原料（ホップ）にこだわった商品開発



地方から世界を見据え、世界が認めるビールへ

ココがスゴイ！ POINT

2
point

宮崎県産原料 へのこだわり

合理性・効率性の追求よりもビールづくりを通じた地域文化の醸成・価値の循環に寄与したいという考えから、国内産大麦の製麦（麦芽化）に取り組んでいます。「九州に一步入ればひでじビールだね!」と言われる、地域を象徴するビールを目指しています。

1
point

世界が絶賛！ 世界最高賞を受賞

2017年に国内発売を開始した「栗黒」は濃厚な黒ビールにほのかに栗が香るビールで、2017年にイギリスで開催された「ワールドビアアワード（WBA）」の黒ビール部門で世界最高賞を受賞しました。

3
point

ビールを通して “地域”を ブランディング

美味しいだけでなく最高に楽しくビールを飲んで頂くために、観光・文化活動とタイアップした事業も進めていきます。観光ツアーや地域イベント運営などに取り組むことで、“地方のビールメーカーの新しいあり方”に挑戦していきます。



地元への恩返しのため、工場には観光客も受け入れている



「地域と職人の手」で醸す味づくり

ビールを通じて 地域を元気に

地元素材と自家培養酵母を使ったクラフトビールで
世界からも高い評価を受ける同社
ビールづくりの根底にあるのは
地域への熱い思いでした



地域にこだわったラインナップ

延岡、宮崎、そして九州のために

奇岩絶壁（きがんぜっぺき）がそり立つ行徳山（むかばきやま）の麓。豊かな自然の中に位置する同社では、上質な天然水とフレッシュな自家培養酵母を使用したクラフトビールを製造しています。

平成8年、全国的な地ビールブームに乗り地元企業が立ち上げたひでじビール。独自の味づくりに取り組み、さまざまなコンテストで賞を獲得するなど先が見え始めた矢先、本体事業の不振もあってビール事業からの撤退が決定します。

当時、ビール事業部の統括だった永野社長は、「一からつくりあげてきた自分たちのビールを残したい」と死にもの狂いで支援先を模索。地元金融機関の協力を得て、従業員による企業買収（EBO）により、平成22年に新生「宮崎ひでじビール」がスタートしました。

それから10年、同社のビールづくりの根底には、存続の危機を救ってくれた地域への思いが流れ続けています。

「私たちのお膝元である延岡、そして宮崎をいかに良い表現方法で外に発信していくのか。ひでじビールはそのツールの一つに過ぎません。私たちのビールを通じてたくさんの方に延岡、宮崎に興

「地方から世界を見据えたビールづくり」

私たちが目指すのは「グローバル・クラフトビール・ブルワリー」です。グローバル（Global：地球規模の、世界規模の）とローカル（Local：地方の、地域的な）を掛け合わせた造語で、「地球規模の視野で考え、地域視点で行動する（Think Globally, Act Locally）」

という考え方を源としています。

その考えにもとづき、多くの仲間、お客様とともに、日本のビール文化をさらに花開かせたい。そのためにも、地方から世界を見据え、「地域と職人の手」で醸す、ひでじならではの味づくりを追究し続けていきます。

代表取締役

永野 時彦
Nagano Tokihiko

1968年生まれ 〔日之影町出身〕

休日は農作業にいそむ。その目的は「当社の事業とは切っても切れない縁」という農業を、身をもって感じ、今後の事業展開に生かすため。

Voice

この仕事の一番の魅力は、たくさんさんの笑顔に触れられることです。ビールを飲んでいただくお客様はもちろん、原料を生産してくれる地元の生産者さん。こんなやりがいのある仕事はなかなかないと思います。

ビール事業部



成長期待企業「(株)池上鉄工所」が製造した「オール地場産タンク」

味を抱いてもらい、足を運んでもらう。そうすることで地域が潤い、活性化していけば。そうすれば私たちのビジネスも上向きになるわけですから。そんな風にすべてのものがWin・Winになることがなにより理想です」と永野社長。

平成30年には、宮崎から九州へとその裾野を広げるため、九州産素材を最大限に生かしたビールを製造する「九州クラフト」という第二のブランドを立ち上げました。

「地方は不利ではない、むしろこれからは有利になる。そこをどう生かしていくかが私たちのテーマ」とさらに遠くへ視線を向ける永野社長。今日も、そしてこれからもひでじビールはお客様を、地域を笑顔にし続けます。

