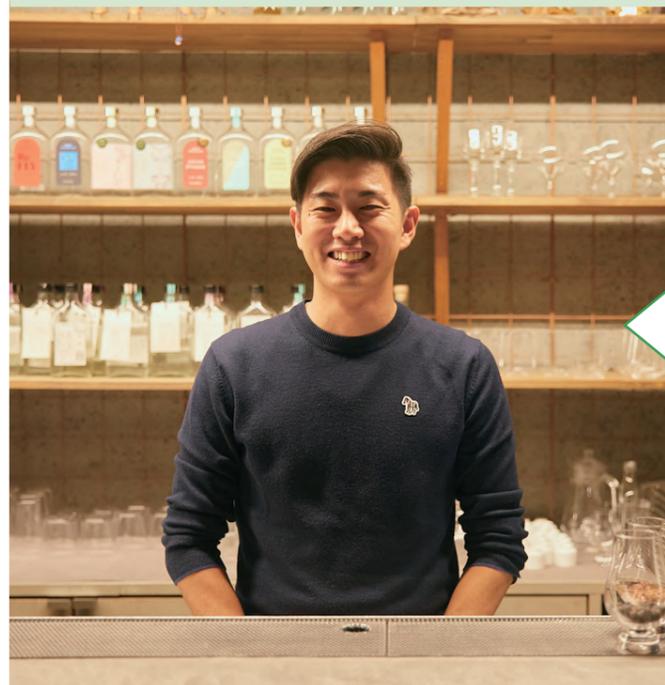


エシカル・スピリッツ株式会社



美味しいと思って
手に取った商品で環境に
いいことができる構造を
当たり前にした

代表取締役 CEO 小野カ 氏

事業概要：エシカルジンの蒸留・販売
所在地：東京都台東区蔵前 3-9-3 白井ビル 4F
URL：<https://ethicalspirits.jp/>

取組 1

酒粕をはじめとする未活用素材を
蒸留に活用してクラフトジンを製造・販売

酒粕や、カカオハスク、コロナ禍で余剰になったビールなど、多くが廃棄され未活用の素材を利用した「エシカルジン」を製造している

酒粕から生まれた シングルチャージブランド「LAST」

「LAST」は創業時から販売する主力商品です。酒粕は、日本酒の製造段階で生まれる副産物です。その酒粕の活用として酒粕焼酎を製造するなどの取組を行う酒蔵もありますが、それでも全ての酒粕の商用的な価値化は難しく、年間約 3,200 トンが未活用と言われます。

国内の多くの酒蔵がこの酒粕を価値にできないかと課題を感じていることを知ったことをきっかけに、酒粕から造った焼酎をベースに、クラフトジン造りをしてみたらどうなるんだろう、と考えました。実際に造ってみた結果、酒粕の豊かな香りや味わいを感じられる美味しいクラフトジンにできたことがスタートとして「LAST」が生まれました。

ジンはお酒の中でも定義が広く、蒸留することとジェニパーベリーで香り付けすることだけが条件です。そのため、ベースとなるお酒に制限がないので、酒粕意外にも様々な未活用素材を活用できる可能性を考えていました。



▲ エシカル・スピリッツが製造・販売するジン（左から ÉTHIQUE、REVIVE、LAST）

飲み頃を終えたビールや日本酒をジンとして蘇らせる「REVIVE」が誕生

創業が2020年2月でコロナ禍だったので、その影響でそもそも世界中にお酒自体が余っているという課題がありました。輸入ビールを取り扱う企業から、飲食店に卸すために輸入した樽ビールが緊急事態宣言の影響もあり売れず廃棄にするしかなくて困っているという相談を受けたことをきっかけに、「REVIVE」が生まれました。

企業や地域とコラボレーションしたエシカルジンも製造

「LAST」や「REVIVE」を発表していく中で、農家の方や企業から「この素材を使って造れないか」といった相談をいただくようになりました。例えば、歌舞伎町とコラボして新宿区の伝統野菜である「内藤とうがらし」を蒸留した「Ne10」を造り、

JAL とのコラボでは、国内線のラウンジで提供されるコーヒーの抽出後のかすを活用した「ReFLY」が生まれました。

新たなファンやパートナーとの繋がりをうむ都市型蒸留所を運営

東京・蔵前には、未活用素材を活用したクラフトジンの製造に特化した都市型の蒸留所として「東京リバーサイド蒸留所」をオープンしています。蒸留所には、1階にストアを、2階にはバーダイニングを併設しています。創業当初は、そもそもジン自体のイメージもそこまで浸透してなく、特にジンが食に合うという体験ができる場所はほとんどなかったため、ジンと食との組み合わせを楽しめる場所を作りたいという思いから、私たちの取組を体験してもらった事例紹介の場になっています。



▲ 東京リバーサイド蒸留所のエシカル・スピリッツ・オフィシャルストア

取組 2

新しい未活用素材の活用を実験するサブスクサービスと
容器リユース・残渣活用に関する取組

新しい未活用素材の活用やコラボレーションをサブスクサービスとして実験的に提供。容器や製造工程における環境負荷を削減する取組も進めている。



▲ 東京リバーサイド蒸留所の蒸留施設

少量生産した実験的な限定スピリッツ「ENIGMA」シリーズを毎月お届けするサブスクリプションサービスを行っています。基本的なラインナップで使用する素材は限られていますが、様々な企業や団体から新しい素材の相談があり、そこから私たちが届けたいと思うお酒がたくさん生まれてくるので、アウトプットする場として活用しています。サブスクメンバーの評価を今後の定番化や既存ブランド展開の参考につなげて行ければと考えています。メンバーには毎月何が届くかわからない面白さを楽しんでいただいています。

私たちとしても、毎月新しいものを提供していく必要があることで、常に新しい未活用素材や可能性を追求するモチベーションに繋がっていきます。

容器や製造工程の残渣を活用する取組も進めていく

中身の液体の部分だけでなく部分でも取組を進めていて、容器を回収し洗浄・再利用するプラットフォーム「Loop」に参画しています。そのほかにも、廃棄となってしまう蒸留後に漬け込んだハーブなどの残渣を温泉施設の温泉・サウナの香り付けに活用いただいています。

「LAST」を中心にブランドを強化し、美味しいと思った商品が環境にも良い、を当たり前にした

未活用素材の活用の可能性を広げるためにもコラボレーションは今後も継続しますが、今後の目標は、「LAST」を国内のトップブランドにすることです。事業の軸として確立させたいという思いと、インパクトという視点でも、より多くの酒粕を価値化することを目指します。具体的な酒粕の使用量など数値的なインパクトももちろん重要視していますが、

私たちは、それ以上に酒粕という素材からこんなに美味しいものができるんだ、この素材でもできそう、といった気づきを広げていきたいです。私たちが一番示したいのは、普通に美味しいと思って手に取ったお酒で、何かしら環境にいいことができている、ような自然にエシカルな体験ができる構造が当たり前になる社会を目指していきたいです。

