

伝統を受け継ぐ誇りと
開拓の志を胸に
笑顔で進み続ける
風光明媚なこの地で
革新の花を咲かせよう

農と食
の邂逅

吉田 佳代 さん

奈良県葛城市
梅乃宿酒造株式会社

「新しい酒文化を創造する蔵」をコンセプトに掲げて、父の跡を継ぎ5代目社長に。果肉入りリキュールなどを製造し人気を博す。酒造りという日本の文化を守りつつ、新商品を開発し輸出にも取り組む。





佳代さん着用の法被は、「伝統と革新」を込めたデザインで、のれんの梅乃宿ブルーが基調色(左上)事務室で打ち合わせ中(右上)新蔵のステンレス梅酒タンク(右下)右から梅乃宿純米吟醸、UndersongSAKE、あらごしクールゆず、あらごしみかん。UndersongSAKEは、和洋食混在の食卓になじむようつくられた日本酒「Unシリーズ」の一つ(左下)

新蔵への移転

日本清酒発祥の地とされる正暦寺や、酒造りの神を祀る大神神社がある奈良県は日本酒のふるさとと言われる。

梅乃宿酒造は、1893(明治26)年創業。2022年7月には、葛城山を背にした葛城市郊外の広い敷地に新蔵を竣工した。製造部門だけでなく本社機能、物流など、すべての施設を一カ所にまとめた。

「13年ほど前から新蔵移転を計画していましたが、風光明媚なここへ移れて、本当にうれしい」という吉田佳代さん(43歳)は5代目社長だ。

梅酒の製造に着手

「うちは、リキュールの梅酒製造によって、新しい酒文化を創造した蔵なのです」と佳代さん。

佳代さんの父で先代社長の吉田暁さん(75歳)は、冬だけ酒の仕込みをしてもらう雇用形態を若手蔵人による年間雇用へと方針転換した。それを契機に、日本酒を仕込まない夏に、梅の実を漬ける梅酒製造に着手。しかも、蔵の日本酒を使うという前代未聞の着想を断行したのだ。焼酎を使い素人でも造れる梅酒を酒蔵が造ることに、業界からは邪道だとの声も上がった。

佳代さんが勤務していた商社を辞め、実家の蔵へ呼び戻されたのは、父が梅酒販売に踏み切った2002年のことだ。



日本酒製造現場の工場見学ができる。醪(もろみ)の発酵音が聞ける樽の前で(上)女性スタッフと。産休、育休からの復帰率は100パーセント！(下)

「私も、当時は日本酒のほう为上だと内心では思っていたので、不安がありました」

ところが試飲販売に立ってみると、梅酒を飲んだお客さまは、満足そうな笑顔になる。「おいしい。私はお酒に強くないけれど、これやったら飲めるわ」と。

梅酒は大ヒット。他の蔵でも追隨して市場が確立する結果となった。

「そのとき、お客さまから求められているものは、『お客さまがおいしいと感じるお酒』なのだ、実感したのです」

他を追隨するのではなく、一歩先を行くことが、企業にとっていかに大事なことから——佳代さんが出合った最初の経験は、社長としての、もの作りの原点となった。

仕事をするうちに、梅乃宿酒造への愛着が深まるなか、入社3年目に、意を決して「跡を継ぎたい」と父に申し出た。

「梅乃宿で働くうちに、継ぎたい思いが募りましたが、言い出せなかった。でも、ある会で『リーダーは、決めることが一番の罪悪だ』という言葉聞いて、足踏みしていたは、自分もまわりも前に進めないと決心したんです」

父からは、「能力がなかったら継がさんかもしれないぞ」という言葉が返ってきて、うれしくて涙が出たと振り返る。

社長を引き継いだのは13年、創業120年のとき。梅乃宿酒造のブランドコンセプトとして、「日本酒が持つ可能性をさらに引き出し、新しい酒文化を創造する蔵」を掲げ

た。同時に広い土地へ移転して新蔵を建てることを、佳代さんは宣言したのだった。

斬新な発想による商品開発

日本酒の常識を超えた商品開発には、目を見張るものがある。例えば、梅酒の中に、梅酒を漬けた果肉をすりつぶして入れた「あらごし梅酒」。梅酒を漬けた果肉はジャムにするなど再利用の道を模索していたが



広い敷地に、左から直営店と日本酒蔵、事務棟、リキュール蔵(上)梅乃宿酒造の各種のお酒が並び直営店(下)

うまくいかず、やむを得ず産業廃棄物として出していたという。

「食べられるものを廃棄するのはもったいないし心が痛みます。そこですりつぶしてはどうだろうか」と試作。梅酒と一緒に飲むようにしたんです」

果実感がある酒は、言ってみれば「食べるようなお酒」。斬新な発想とチャレンジ精神が、新たな「お客さまがおいしいと感じるお

酒」へつながった。現在では、「あらごしシリーズ」が、もも、みかん、りんご、レモンなど8アイテム展開し、さらに、そのまま果実を食べているかのようなデザート酒、超あらごしの製品も誕生した。

瓶には、白フロスト加工を採用。レモン、りんご、もも……乳白色のガラス瓶に、それぞれの果実の色が見えておもしろい。「飲んでみたい」気持ちも誘う。

梅乃宿酒造の2022年度の前期の売り上げは、4割が海外輸出によるという。

台湾では、ゆず酒がダントツ人気だという。「リキュールも、日本のお酒と感じられているようです」

02年から始まった海外への輸出は、アメリカ、中国、台湾、香港、シンガポールなど28地域に及ぶ。

「代理店選びが大事で、しっかりと手を組んで売ってくれる会社を選びます」

伝統と革新のシンボル

どの酒蔵も、かつてはファミリービジネスだったように、佳代さんが少女のころも、蔵が遊びの場であり学びの場でもあった。

「親の手伝いといえば、当時は瓶をリユースしたので、瓶のキャップを外したり瓶の口を拭いたりすることでした。小さいながらもやりがいを感じて、親も喜びました」

お仕置きに、空っぽの大きなタンクに放り込まれたこともあったとか。「逃げられないし、泣きわめいても響くだけでした。蔵は、

すごく身近な存在だったんです」

数々の思い出が染み込んだ大好きな酒蔵だが、老朽化には耐えられない。酒蔵や会議室、店舗などの施設が点在する不自由さも解消したい。社長を継いだとき、新しい酒文化をつくるためには、施設を一つにまとめる場が必要と提言した佳代さんだったが、土地の入手には困難を極めたそうだ。

2019年に、約5000坪の広大な敷地を確保。現場の声を聞きながら、点在していた施設をまとめることができた。

「建物を見てください。白い真四角の斬新な建物と切妻屋根が並んでいるんです」なぜ、統一しなかったのか？

「酒造りは、日本の文化を継承するということなので、あくまでも蔵でありたい、という気持ちを込めました。切妻屋根には、技を守って研鑽する伝統を、四角い建造には、時代のニーズに合わせた新商品の開拓を志す『伝統と革新』のシンボルを込めたのです」

「#ワクワクの蔵」をテーマにした新蔵では見学や体験にも力を入れ、とりわけ日本酒の見学コースは独創的でおもしろい。

関西国際空港を利用する海外からの外国人客も増え、駐車場を利用して遠方から酒蔵見学や直営店に足を運ぶ客も多い。新しい場を得て、企業が企業として前進している。最後に、女性社長としての方針を聞いた。

「決めること。そして、社員が気持ちよく働ける環境をつくることです」

(片柳草生／文 衛藤克樹／撮影)