

食品製造・卸売業

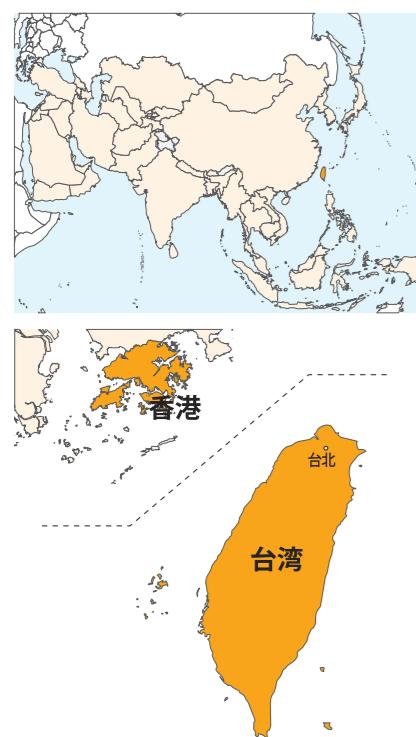
盛川酒造 株式会社

<http://morikawa-shuzo.com/>

1887年創業の蔵元。日本酒の仕込み水は蛍が舞う野呂山系の良質な地下水で、食材の旨味を出す超軟水である。創業以来、「食中酒」にこだわりを持ち、代表銘柄は「白鴻 HAKUKO」。杜氏である実弟と二人三脚で日本酒を世界に広める。

▶CHALLENGE!
「白鴻 HAKUKO」を世界へ

▶進出先



■会社概要

- 所在地: 広島県呉市
- 業種: 日本酒製造業
- 資本金: 1,500万円
- 創業: 1887年 ●従業者数: 11人

人ととの出会いを大切に、夢に向かって挑戦 ブランド名ではなく、選ばれる酒造りで海外展開



創業当時の面影を残す店舗

Step-1 なぜ海外展開に至ったか? 日本文化を世界に伝える仕事がしたい

造り酒屋に生まれながら、日本酒とはまったく違う道を歩いてきた盛川知則社長。転機が訪れたのは、菓子メーカーに勤務し、ハワイに赴任した時である。

「現地で日本文化について質問された時、ほとんど答えられませんでした。これがきっかけで、もっと日本のこと勉強し、海外に日本の良さを伝えていきたいという夢を持つようになりました」。

そこで、一念発起して菓子メーカーを退社。帰国して日本文化を海外に伝えられるような仕事を探したが、希望する仕事は見つからなかった。夢を諦めようと思っていた時、先代社長である父が亡くなった。それまで家業を継ぐ気は全くなかったが、「家業を継ぐことで日本文化(日本酒)を海外に伝えられるのでは」と思い、七代目として蔵を継承。盛川社長にとって大きな転換期となる。

しかし、海外展開の道のりは大変険しいものであった。今でこそ、和食が「ユネスコ無形文化遺産」に登録され、海外で『SAKE』が飲まれるようになつたが、蔵を継承した当時は、海外への販売ルートは、ほとんどなかつた。

「ハワイで働いた経験があったので、まずはアメリカに輸出しようと思いました。しかし、当時は日本酒の知名度もそれほど高くはなく、大手企業以外が海外に進出するのは難しいと感じ、断念しました」。一旦、海外への想いは胸に秘め、国内での態勢を着実に整えていった。

Step-2 海外展開の進展 「HAKUKO」を気に入ってくれた人との運命の出会い

やっと海外への足がかりができたのは蔵を継いでから約20年が過ぎていた頃のことである。デパートの販売会などでよく顔を合わせ、同社の商品を頻繁に購入してくれ



木片でかき回すと味が変化する。海外向けにアレンジした商品である

日本酒の取扱い経験がありませんでした。取引条件を話し合う際、その輸入業者に条件を出しました。それは日本酒専門のスタッフを雇うことと、扱う酒蔵をあまり増やさないことです。相手の反応によって、どのくらい本気なのかを確かめたかったんです」。

る人がいた。その方は台湾のホテルオーナーの娘さんで、同社の日本酒をホテルのレストランに紹介してくれることになったのだ。

「最初は輸出のことなどわからなかったので、工場渡しの条件でお願いすることにしました。今思えば、普通ではありえない条件を提示したにもかかわらず、先方のホテルが弊社のために酒類輸入の免許を取得してくれて、手続きも整えてくれたのです。そのおかげで、日本文化を海外に伝えるという夢の実現に向け第一歩を踏み出すことができました」。

Step-3 海外展開スタート 新商品を掲げ海外へ展開

海外展開にあたって気をつけたのは、価格競争に巻き込まれないことだった。他社が真似できない商品が必要と考え、ボトルを鮮やかなブルーにし、ボトルに付けた樽の木片で酒をかき回すと味が変わるという演出を加えた、海外向けの商品を開発。盛川社長は、同商品を掲げ、積極的に海外の商談会に参加し始める。



香港、シンガポール、パリなどに、何度も足を運んだ。1回は取引したものの、その先が続かないこともしばしばあった。その後、香港の輸入業者から声がかかった。「この輸入業者は香港で歴史のある会社でしたが、

条件提示後、輸入業者から、是非、同社の倉庫を見に来てほしいと連絡があつた。しかも、旅費は同社が負担し、盛川社長が提示した条件もすべて受けるという。「これは本気なのだ」と思った盛川社長は、同社との取引を開始した。今では

同社から、他の日本の酒蔵と取引を始めるにあたり、相談を受けるまでの関係性を築いている。



香港レストランイベント

Step-4 今後のビジョン 輸入業者との縁を大切にし、「HAKUKO」を世界へ

イギリスへの進出は、イギリスの貿易会社が広島市内の飲食店で同社の酒を気に入り、同社を訪れたことから始まった。

Interview 我が社の「イスム」 良好な流通ルートとの出会いが海外展開継続の第一歩



盛川 知則氏
盛川酒造株式会社
代表取締役

弊社は「白鴻」を気に入ってくれたお取引先様との関係を大切にしています。そのような相手との出会いは縁としか言いようがありません。海外展開においても、日本酒の知識を持った輸入業者とお付合いするようにしています。日本酒は保存温度等の管理にも注意が必要なので、輸送にも気を使う必要があるからです。

ワインが世界進出するときに味を変えなかったように、日本酒も蔵の主張を持って世界に出ていくべきだと考えます。現在、海外の人は日本酒をワイングラスで飲んでいますが、そこを啓蒙して、日本酒の器の文化も伝えていきたいですね。



「その会社はイギリスで飲食店を3店舗経営し、卸も手掛け、弊社の味を気に入っていました。すぐに取引が始まりました。海外展開は、どんな輸入業者と組むかが鍵となります。『有名な酒だから』という理由ではなく、弊社の酒を気に入ってくれるところとお付合いしたいですね。相思相愛であり、お互いが対等でなければうまくいかないと思います」。

海外での取引が定着しつつあり、今後、供給が追いつかないのではないかという嬉しい悩みもあるようだ。

「ようやく、日本文化を海外に伝えたという、自分の夢に近づいてきたところ。今後は、無理に事業拡大せず、国内事業を維持しながら、できるところまで頑張りたいですね」と盛川社長。夢の実現に向けて、盛川社長は一步ずつ着実に歩みを進める。