

百年企業 @新潟

「『日本酒は美容にいい』と、女性に売り込んでみては」「外国人との商談に使えるのは」「販売する際に佐渡の自然のすばらしさをうたってはどうか」

発言したのは外国から来た留学生たち。南魚沼市にある国際大学のフィリップ須貝教授のクラスで6月に行われた「SAKE Eマーケティングプロジェクト」の研究発表会での「コマだ。テーマは『どのようにして外国人に日本酒を売り込むか』。これについて昨年と同大と共同で取り組んできたのが佐渡市の「真野鶴」の蔵元で知られる尾畑酒造だ。



尾畑留美子専務

尾畑酒造

「小さな蔵」から「世界」へ発信

に何が足りなかったのか。そのヒントが得られたような気がする」と笑顔を見せた。

日本酒の需要の落ち込みは著しい。国税庁によると、清酒(日本酒)の生産量はピークだった1975年と比べて最近はその1にまで減っている。

若い人が飲まなくなった、ワインや焼酎などアルコールの選択肢が増えた、など落ち込んだ理由はさまざま挙げられるが、尾畑専務はこう分析する。「日本酒の良さを我々蔵元は消費者に向けてちゃんと伝えてきたのだろうか。マニアックな技術論や難しい専門用語を多用するばかりで、女性や若い人などライトユーザーを振り向かせる努力を怠っていたのではないかな」と

そんな思いから、尾畑専務は昨秋から今春にかけて、日本酒初心者に向けた「やさしい日本酒サロン」を県立図書館で開き、日本酒の基本知識を講義した。今後は県内のある大学と組んで、新商品開発の計画もある。「ファースト酒プログラム」と同社がうたう一つひとつの積み重ねが、日本酒人口のすそ野を広げることにつながると確信している。

尾畑専務は、同社創業者のひ孫にあたる。2人姉妹の次女

尾畑酒造(佐渡市真野新町) 平島健社長。資本金1千万円。2009年9月期の売上高は約4億円。従業員25人。

1892(明治25)年、創業者の尾畑与三作(よそさく)氏が地元で江戸時代から酒造りをしてきた山本家を引き継ぐ形で始めた。

主力銘柄は「真野鶴」。全国新酒鑑評会では6年連続(01~06年)を含む7度の金賞を受賞。07年の英国の「インターナショナル・ワイン・チャレンジ」の日本酒部門で金メダルを獲得した。最近では珍しくなった完全泊まり込みも行っている。

酒蔵を案内する尾畑留美子専務(佐渡市真野新町)



1957年ごろ、地元の祭りで行っていた(同社提供)



で、東京の大学を卒業後、映画会社に就職。7年間宣伝の仕事をしてきた経歴を持つ。出版社の編集者だった夫の平島健社長(45)とともに95年に佐渡に帰郷し、実家を継いだ。

先代の父・尾畑俊一(会長74)の時代は順調だった酒業界も、80年代後半まで続いた「地酒」ブームが去って大きな転換期を迎えていた。「何か新しいことをやらなければ生き残れない」。そこで、新たな販路の開拓に取り組むことにした。

そのころ真野鶴はほとんどが県内で消費されていた。まず関東圏での営業を開始。デパートでの試飲販売に取り組み、地道に酒販店や飲食店を回って売りを進めた。

尾畑専務は海外にも目を向け、今こそ外国人の間でも日

本酒は飲まれるようになってきたが、当時は和食レストラン向けに輸出されていた程度。それを大手商社を通さず、自ら英語を駆使して現地の代理店と交渉した。現在では米、英、独、韓国など6カ国に輸出している。

極め付きは、エールフランス航空の機内酒に2003年から採用されたことだ。尾畑専務は何のコンプライアンスも、同航空に飛び込んだ。行動力と酒の品質を評価され、契約までこぎつけた。「うちの小さな蔵でも頑張ればできるんだ、ということがわかった。何事もやってみなければ先に進みませんから」

そんなチャレンジ精神の一方で、酒そのものにもこだわりを持つ。同社では昨年9月から醸

造アルコールを多用する「普通酒」の製造をやめ、本醸造、吟醸などの「特定名称酒」に特化した。コメのうまみを生かすためだ。佐渡市のレストラン・バー「こさど」の店長伊藤善行さん(36)は「真野鶴は辛口でキレ味がいい。自信を持ってお客様におすすりできる銘柄」という。

「日本酒は、ワインのように生まれた土地を語ることができると。佐渡の風景や文化を語り合いつつ、ゆったりと過ごせる時間を提供できれば」と尾畑専務。

大きな世界地図の中に小さく浮かんだ佐渡島が、実は最大のセールスポイントになるという。

「佐渡から世界へ」。小さな造り酒屋は大きな志を持って挑戦し続けている。(川崎友水)