

地域発! 現場検証シリーズ

持続的競争力研究会

宮泉銘醸株式会社

代表取締役社長 宮森 義弘

□所在地 会津若松市東栄町8番7号

□設立 1955年12月

□URL <http://www.miyaizumi.co.jp>

□事業種目 酒造業

□TEL : 0242-27-0031

温度管理にこだわり

経験頼み排し、概念変革

福島県には現在も50以上の酒蔵がある。日本酒の需要減少や時代の変化により、多くの酒蔵が衰退の憂き目に遭遇している中、酒蔵の承継に挑んでいる。また幸いにも、酒造りの技術や知識を習得できる「福島県清酒アカデミー」で学んだ多くの若手、蔵人達が事業変革と新たな酒造りに取り組んでいる。こうした企業努力の結果、全国新酒鑑評会では2022年まで、福島県は都道府県別金賞受賞数日本一の栄誉で、9連覇を達成した。

その金賞受賞蔵の一つが、会津若松市の鶴ヶ城近くに酒蔵を構える宮泉銘醸で、製造だけでなく販売に至るまでのバリューチェーンのすべてのプロセスで変革に取り組んでいる。

創業からの事業展開

1955年、宮森義弘現社長の祖父が、会津若松市内の酒蔵「花春酒造」から暖簾分けで創業したのがこの会社の始まりだ。その頃の時代には、多くの小規模酒蔵と同様、造った酒の大半を花春酒造へ「桶売り」して、経営を成り立たせていた。しかし、日本酒消費量の減少を機に多くの酒蔵が「桶買い」をやめたことにより、これまでの「桶売り」からの事業転換が求められた。酒造業がどんどん淘汰されていた時代だった。



▲宮泉銘醸

1980年に社長に就任した先代は、その桶売りが無くなったことで、ま

ずは、自社銘柄「會津宮泉」を造り、売り出した。とはいえ、日本酒の製造販売だけでは経営が厳しいので、観光業への転換を図った。酒蔵が面している通りから鶴ヶ城が望め、徒歩圏内という立地を生かし、酒蔵を開放した。見学に訪れた観光客をメイン・ターゲットとして、酒に加えてお土産も直接販売し、喫茶店も併設するという、観光業主体のビジネスモデルに転換した。このアイデアが当たり一時は売上も増加した。ところが、他の酒蔵、業種も同様のビジネスモデルに参入し目新しさを失うと、それに伴い売上も減少、赤字経営へと落ち込んだ。

2002年には、製造石数200石（3万6千リットル）にまで減少し、福島県内で製造石数が一番少ない酒蔵になってしまった。

酒造りに特化した酒蔵へ

蔵人が辞め人手が不足していたことから、大学卒業後4年間、東京でシステムエンジニアとして勤務していた長男義弘氏（現社長）が呼び戻された。先代の父親から「酒蔵を辞めるか辞めないかすべて決めていい、やりたいようにやれ」と、会社のすべてを託されたという。「小さい頃から家を継ぐ覚悟はありましたし、やるからには、酒造りに特化した酒蔵にしようと思いました」（宮森社長）。

再建に挑み始めたのは26歳の時だった。酒造りの知識がなかったため、福島県清酒アカデミーで3年間、酒造りの基礎を学び、理想とする酒造りに取り組んだ。先代までは、他の酒蔵と同様、現場責任者である杜氏に酒造りのすべてを任せていた。そのため、「その頃の杜氏は、蔵の評価を上げようと、鑑評会に出す酒に力を入れていました」（宮森社長）。

まず、始めたのが、従業員の意識改革と工場内の整理整頓と補修。設備だけでなく、酒造りの製造工程をすべて見直した。「杜氏の理解を得ながら従業員の皆を、1本1本丁寧にすべての酒を造るという意識へ変革するのが一番大変でした」（宮森社長）。

自ら積極的に現場に入り、酒造りに関して杜氏達と本気で腹を割って話し合い、手間はかかるが丁寧なおいしい酒を造っていこうという意識の改革・共有を図ったのである。

酒造り、温度管理へのこだわり

宮泉銘醸の酒蔵は、黒い瓦屋根、白塗りの壁が目をはき、木材をふんだんに使った、趣のある外観を保っている。古くからの酒蔵のイメージそのものである。日本酒を造っている蔵の中に入ると、ひんやりとした空気に包み込まれ、発酵したお米のフルーティーな香りが満ちている。しかし、その製造現場は、伝統的な酒蔵とは違う。

「米作りから始まって、お客さまの口に伝わる、飲んでいただくまでが、酒造りだと思っています」（宮森社長）。



▲厳選された原材料米を使用する酒造り



▲手間を惜しまない洗米・浸漬

原料米にもこだわり、地元で契約している農家とともに栽培した福島県会津産米の「五百万石」や県外の名産地米「山田錦」などの酒造好適米を季節により使い分けている。

蔵の中には、造られた酒を素早く分析するために、多様な分析装置が所狭しと置かれている研究室が設けられている。経験に頼る酒造りから数値データ

とその分析による科学的な日本酒造りへと製造工程を変革した。

おいしい酒造りのため絶えず設備投資を行い、蔵を改造・改築し、蔵全体を冷蔵庫にしている。製造工程では、徹底した温度管理にこだわり、工程ごとに適切な温度を保っている。また、出来上がった酒をすぐに瓶詰して冷蔵保管することで、作り立ての新鮮さを維持していることも、宮泉銘醸の特徴である。

販売網でも、販売に至るまでの温度管理を徹底できる取引先を選別し、おいしいお酒を届けたいという志を一にする、全国で100軒程度の契約店のみに絞り込んで卸すことにより、消費者が口にするまでの品質管理を徹底している。



▲出来上がった酒の瓶詰作業

二つの銘柄

宮泉銘醸には、「寫楽（写楽）」「會津宮泉」という二つの銘柄がある。「写楽」は、同じ本家筋の一つだった酒蔵が廃業することになり、その蔵で造っていた銘柄を引き継いだ。「写楽」は宮森社長を中心に醸造しており、これまでの鑑評会用の酒造りで培ってきた技術をさらに向上させつつ、季節に沿った銘柄米をしっかりと磨いて造ることによって、フレッシュな香りとさわやかな口当たりの酒に仕上げている。

引き継がれてきたもう一つの自社銘柄「會津宮泉」。このブランド酒は、宮森社長の弟で、兄の志を一緒になって実現しようと研鑽に励む、宮森大和専務取締役を中心に造り込まれている。「伝統を守りつつ、次の時代に挑むような、新たな試みを」をコンセプトに酒造りがおこなわれている。ほどよい酸味も備えており、後キレがよい酒だ。宮泉銘醸は、造り立ての日本酒の旨さを徹底した温度管理で実現することで、日本酒の概念を変革し、宮泉銘醸を再起させた。義弘社長と大和専務の兄弟2人を中心に、理想の酒を求めて、日々おいしい酒造りに取り組んでいる。



▲會津宮泉純米酒

▲寫楽純米酒



▲宮森大和専務

聞き手・執筆者

神田 良（かんだ まこと）

日本生産性本部 生産性新聞 編集委員

明治学院大学 名誉教授

RIMS 日本支部 支部長

嵐 俊勝（あらし としかつ）

とうほう地域総合研究所研究員

「地域発！現場検証シリーズ」は、公益財団法人日本生産性本部との共同取材企画です。なお、生産性新聞の掲載内容と一部表現が異なります。