

松岡醸造 株式会社

松岡醸造は1851年（嘉永4年）創業の老舗の日本酒蔵で、「帝松（みかどまつ）」のブランドで知られている。全国の新酒鑑評会では埼玉県最多となる8年連続の金賞を受賞している。伝統の酒造りを守りながらも、時代の潮流を見据えた斬新なアイデアと改革で挑戦を続ける。



今年の酒造り開始（10月1日）を記念して蔵の前で記念撮影

■酒造りの条件が揃っていた町で酒蔵を立ち上げる

埼玉県比企郡小川町は、古くから絹織物や和紙の産地として知られている。江戸時代の末期、新潟県中越から酒造りの技術を持った者がこの地を訪れ、そして酒蔵を立ち上げた。松岡醸造株式会社のオリジン（原点）だ。

小川町は昔から酒造りの条件が揃っていた。江戸時代、小川町は米どころとして知られ、酒の原料となる品質の良い米が潤沢に手に入った。また、酒の仕込みに必要な水も豊富にあった。この付近は秩父山系の裾野に位置するが、秩父の山は石灰岩で、非常にミネラルが豊富な硬水で、酒造りに必要な酵母の発育に適していた。硬水といっても欧州山系の花崗岩ではないため、酵母の発育を阻害するマンガンや鉄分がまったく含まれていない。飲用にも酒造りにも非常に適した水であった。そして最も大切な条件は、酒を造っ

て売れる市場があったことだ。

当時、小川町は各地から物資が集まる町として栄え、今もその名残を街中に見ることができる。当時、販わっていたこの町で生まれた松岡醸造は歴史を刻みながら今年で166年目を迎え、現在の6代目当主、松岡良治社長へと脈々と酒造りが繋がれてきた。

■常に消費者目線の商品づくりを大切に

松岡醸造の代表酒「帝松」は、甘みのあるフルーティーな味わいが特徴の日本酒だが、その種類は実に大小合わせて月間150アイテムほどが販売されている。元々は「帝松」ブランドの商品は2級酒や特級酒など4種類だけであったが、長い年月をかけて商品開発を進めてきた。清酒業界はユーザーの減少や他の酒類との激しい競争から、アイテム数を絞り込む傾向が見られるが、松岡醸造では近隣の消費地をメインターゲットに逆にアイテム数を増やす戦略を強化している。酒蔵が一方的に自慢の商品を提供するのではなく、多種多様な商品を揃えて、消費者が自分の好みに合う酒を自由に選ぶことで固定ファンを作り、その厚みを増していきたいという考えに基づくものである。

清酒業界ではかつて日本酒と言えば辛口が主流と言われた。辛口が支持される時代には、酒造メーカーは大量に日本酒を生産して大量に販売するビジネスが成り立っていた。酒米をすべて発酵させてしまえば、発酵の過



全国新酒鑑評会 8年連続金賞受賞、上田知事より感謝状が贈呈された

程でできる酒粕や甘み成分も分解され“辛口”の味が出来上がる。大量生産でコストを下げて販売するというものだ。しかし、現在の酒造りは消費者のニーズに合ったものを造る時代へと変化している。味も辛口だけでなく、フルーティーで甘口、また、絞りたての香りがする酒も好まれるようになった。時代の変化と共に消費者の嗜好が変わる中で、酒の造り手側も時代の空気を読まなければならない。松岡醸造もそうした変化を敏感に感じ、香りがあり、うまみがある酒に挑戦している。

松岡醸造ではかつては普通酒と呼ばれる日本酒が売上全体の8-9割を占めていたが、近年では吟醸酒の割合が次第に高まってきている。この4年間で吟醸酒の出荷量は倍々に伸びており、出荷量全体でも毎年5%ほど伸びている。現在、日本全国に日本酒の蔵元は約1500あるが、「その中で生き残っていくことを考えると、いまできることをやることが重要」だと松岡社長は力説する。

■新型タンクの導入で新たな試みに挑戦

その取り組みの1つが新型タンクの導入だ。昨年、補助金を利用して、新しく小型の仕込み用タンクを4本導入した。新設備は、タンク単体で発酵のコントロールができ、出来上がった日本酒をマイナス7度まで下げて

貯蔵できる。低温貯蔵は吟醸酒を年間販売していく上で必須な設備だ。酒がタンクの中で発酵が進まないよう制御するだけでなく、吟醸酒ならではの味を出すことができる。また、小型のタンクを導入したことで、新たにテストマーケティングも可能になった。小川町の下里地区は有機無農薬の米づくりで有名だが、松岡醸造は地元の農家とコラボレーションして、“霜里”ブランドの酒を造って販売に大成功した。原料の酒米は完全無農薬米で仕入れ値が高く、純米吟醸のスペックにも関わらず大吟醸以上の値段で販売した。この商品は小型のタンクを設置したことで実現した。「従来はこういう話があっても、大きなタンクで仕込むのはリスクがあまりに大きく、やりたくても出来なかった。新型タンクは3千リッターのタンクで従来のタンクの3分の1のサイズ。かなり小回りが利く造り方



最新の低温発酵タンク（左）で造られた 希松【霜里】完全無農薬・無化学肥料米用

ができるようになり、地域との連携もやりやすくなった」(松岡社長)と話す。

■アイデアから生まれた 「社長の酒」はロングセラー

ものづくりだけではなく斬新な企画力でも目を見張る。松岡醸造には「社長の酒」というユニークな名前の日本酒がある。由来が面白い。話は今から40年ほど前に遡る。鑑評会に出すために造った「吟醸酒」で余った酒を、社長が社用で使うという意味で、間違わないようチョークで“社長の酒”と書いたのが始まり。先代社長が“フルーティーな酒がこれからは売れるんだ”という話になり、日本酒の蔵の社長が飲むほどうまい酒という意味で、「社長の酒」というブランドの商標を取って売り始めた。出世酒という売り込みとユニークな名前も手伝って「社長の酒」は爆発的に売れ、埼玉県内で一番、吟醸酒を売る蔵に一躍躍り出た。松岡醸造は「社長の酒」を売るにあたり、いくらなら買って貰えるのが独自に市場調査を行った。結果は一升瓶で2,500円。その値段で販売するため、敢えて税金が安い無審査で売り出すことを決めた。「社長の酒」がヒットすると、今度は「全国には社長より部長のほうが多い。部長のお酒を造って貰えないか」という話が舞い込んだ。考案した商品が「部長の宝」(ぶちょうほう)。現在、「社長の酒」と「部長の宝」を組み合わせにした出世酒として販売している。



■酒蔵祭りで7,500人が来蔵

松岡醸造が今、最も力を入れているのが“ブランディング”の強化だ。旧来の顧客を大切にしながら、いかにして新しいファンを見つけ、育てていくことができるのか。取り

組みの1つが“酒蔵祭り”だ。この企画は松岡社長がサラリーマンを辞めて家業を継いだ50歳の時に始めた。毎年2月の最終日曜日に開催し今年で14回目を迎えた。前回は過去最高の7,500人が来蔵した。酒蔵祭りの発想について松岡社長は「酒蔵は敷居が高くて一般の人は酒蔵の中まで入ってこない。門の中に入りづらい雰囲気があったが、酒蔵祭りを実施したことで壁が取り除かれた。蔵元に行って酒を買っていいんだという認識づけになったと思う」という。現在、小川町には日本酒の蔵元が三蔵ある。人口3万人規模の小さな町に三蔵あるのは珍しいが、これを観光の起爆剤にしようと。県や町と協力して、都内の消費者をターゲットに三つの酒蔵巡りもスタートしている。松岡醸造にも毎日1組から2組の見学があるが、「お陰様で今は予約を断るのが大変」(松岡社長)と話す。

■専務が新風を巻き起こす

松岡醸造では近年、新風が吹き始めている。松岡社長の息子でやがて7代目当主になる松岡奨専務が新たな取り組みに挑戦しているからだ。松岡専務は25歳の時に家業に入ったがそれから6年。今は営業の先頭に立ち事業を盛り上げている。「学生の頃は家業を継ぐ意思は全くなかった」と笑いながらも、今では都内での試飲会開催や外国人を意識したWEB対策など新たな施策を積極的に打ち出している。例えば、松岡専務は毎朝、SNSの1つFacebookを使って「帝松」の宣伝になるトピックスをアップしている。SNSの影響は大きく、それを見た人が“いいね”することで反響が広がっている。会社のHPも一新して英語版を用意し、蔵見学用のパンフレットやパネルにも英語版を作った。HPを一新した結果は上々で、アクセス数も増え、WEB経由からの注文も増え始めている。20年前、松岡醸造の直販率は売上全体の約1割



タイから酒蔵見学にいらしたお客様

程だったが、今では3割にまで増えた。

また、松岡専務はいかにして酒蔵を訪ねる客を増やすかに日々、工夫を凝らす。その1つが観光蔵としての見せ方。松岡醸造には昔ながらの土壁でできた旧蔵があるが、これを観光蔵にして昔ながらの酒造りの方法である山廃（やまはい）や生酏（きもと）を復活させ観光客に体験させるアイデアを温める。さらには、蔵を見学した人は、直売店に立ち寄り商品を購入して帰るが、新たに敷地内にレストランを設置して食事も楽しんで貰えるよう蔵のリニューアル準備を計画している。蔵の見学と売店、レストランを一体化させて、旅行社と組んで観光バスで蔵を訪れて貰えるような体制づくりを着々と進めている。「実際に蔵を見て貰い、酒造りの背景をキチンと知って貰った上で商品を購入して頂く。そのためには、いかにして蔵を訪ねて貰うかイベントが大切だ」と松岡専務は強調する。一方、商品づくりについても、メインの日本酒を守りながらもそこに固執することなく新たな領域を模索している。「発泡性のお酒を造っても、それがワインやシャンパンの販売に流れてしまう可能性もあるが、独自のものが生ま

れば、それはそれでいいと思う」（松岡専務）と斬新な発想に基づく商品づくりを模索するほか、「当蔵にはまだ10年古酒や20年古酒でまったく出していない大吟醸が大量にある。タイミングを見て世に出したい」（同）と販売、商品開発を両輪にした攻めの構えを見せる。

■事業承継のタイミング

松岡社長はそんな息子の活動を暖かく見守る。「私は今年64歳になり、昔に比べて色々な意味で小回りが利かなくなった。でも専務はしがらみがない。私だったら石橋をたたいて渡らないことでも、泥船でも乗っていつちやうところがある」が、それはそれでいいと目を細める。気になるのが事業承継のタイミングだが、松岡社長は「成り行きでいいと思う」と笑って見せる。しばらくは親子鷹の酒造りと経営から目が離せない。

企業概要

松岡醸造 株式会社

www.mikadomatsu.com

代表取締役社長：松岡 良治

創 業：1851年

事業内容：清酒製造

本 社：埼玉県比企郡小川町大字下古寺7-2

電話番号：0493-72-1234

取 引 店：小川支店

