

トップ直撃インタビュー

夢酒蔵

大邊 誠 代表取締役



吉田酒造でも、消費減から製造量を減らし、従業員を置けなくなることで量も種類も造れなくなり、更に売上が減るという悪循環に陥っていた。3〜4年前までは杜氏がきていたが、コロナ禍以降は当社が製造から販売まで、

地方酒蔵の事業継承をサポート

【大阪】酒蔵を対象を特化したマネジメント・サポートカンパニー「夢酒蔵」が1月に設立。最初に手がける滋賀県高島市の吉田酒造(酒銘「竹生嶋」)について、7月に全株式を取得し、第三者割当増資による資本増強を行った。今後、夢酒蔵メンバーの人的ネットワークを活用した情報共有・連携を強みに、顧客開拓や技術的アドバイスなど、経営サポートを行っていく。「夢酒蔵」の事業展開について、大邊誠代表取締役に聞いた。

(聞き手 赤松裕海)

——夢酒蔵設立について
清酒市場全体が長く縮小傾向にあるなかで、地域で愛されている銘柄、歴史のある蔵が、地方の人口減少や嗜好の多様化で消費量が減り、経営困難になっている。コロナ禍が更に追い打ちをかけた。

吉田酒造でも、消費減から製造量を減らし、従業員を置けなくなることで量も種類も造れなくなり、更に売上が減るという悪循環に陥っていた。

全てを一人でやっているような状況だった。

「竹生嶋」は、琵琶湖の名勝竹生島の名を冠し、地元高島市周辺で高いシェアを持つ。湖上交通の要所として発展してきた土地の歴史や経済のなかで愛されてきた。なにより、当主の酒造りに対する熱い思いがある。この蔵をなくしてしまつてはいけな

顧客開拓や技術的アドバイス

いと思つたことが、夢酒蔵設立の発端になった。自分自身が清酒が好きだということ、一番の原動力となっている。月桂冠で60歳まで勤めてきて、この先の人生でこれまで培ってきた仕事を活かして、清酒のためにできることをやっていきたいと考えている。

酒造技術など様々な部署の経験者が揃っている。——吉田酒造への取り組み

「竹生嶋」は地元ではよく知られた銘柄だが、ほぼ地元で消費され、外にはあまり出ていない。都市部や海外、専門店や通販分野など、清酒が求められている市場があり、知られていないことは勿体ない。

秋からの酒造りでは、月桂冠OBで長年酒造りをしてきた人が入る予定で、新しい技術も取り入れたいと

思っている。老舗酒蔵として、従来のお客様を大事にしながら、切り口の違う酒にも挑戦する。

近年は清酒を好む若い人が増えている。輸出にも期待ができる。現在の顧客に加えて、新しい消費者層を開拓していく。

まずは3年間をめどに、コロナ前の売上規模まで回復させることを目指す。

——京銀ネクストファンとの連携

吉田酒造との資本提携にあたり、京都銀行とグループ会社の京銀リース・キャ

ス、協力してくれる人など、様々な縁が繋がって夢酒蔵がスタートしている。厳しい環境のなかで事業を継続していくことは大変な労力だが、ビジネスという観点だけでなく、日本の原風景として、地域とともにある酒蔵を残していきたいと思う。

——今後の事業展開

全国で吉田酒造のようなケースが他にもあると思う。地方酒蔵の経営困難に伴い、異業種への譲渡や海外資本の参入もある。全てに関わることはもちろんでないが、地域に密着して

地元に愛され、酒造りへの情熱はあるけれども継続が困難になっている蔵を1つでも多く残していきたい。

各蔵でこれまでも都市部や海外での販売にチャレンジされているが、地元を中心に消費されてきたことで、対応しきれなかった部分もあると思う。

夢酒蔵を通じて、全国や海外に展開する酒造メーカーが培ってきた製造・販売の技術や知見、情報が活用できる。一方で、全国規模で製造販売するからこ

きないが、地域に密着して

そ、大手が持つていても活用できない販路や技術もある。地域で発展してきた蔵の個性を活かしながら、活用できる部分で経営改善のお手伝いをしていきたい。

吉田酒造への資本提携を発表後、多くの方に夢酒蔵の事業に興味を持っていただいている。今回は後継者の課題もあり、夢酒蔵が全株式を取得して取締役社長に就任し、事業を発展させていくとともに後継者を育成していく形を取っている。課題はそれぞれだと思

うので、支援方法は蔵に合う形で、ケースバイケースで取り組む。将来的に経営支援をする蔵が増えたら、それぞれが持つ価値を訴求し、各蔵の個性を活かしながら、グループとして相乗効果を得られるようにしていきたいと考えている。

市場が縮小しているとはいえ、国酒である清酒が日本