

南部美人 久慈浩介社長に聞く

「まだないところに道をつくっていく」



【岩手・二戸市】岩手県の内陸北部に位置する二戸市。この地に蔵を構える南部美人は120年超の歴史を持つ。二戸市福岡の地の本社蔵、同市下斗米（しもとまい）に馬仙峽蔵（ばせんきょうくら）を展開し、清酒を起点にリキュール、スピリッツなど取り扱いアイテムは幅広い。

現在、五代目蔵元を務める久慈浩介社長（写真）は、「南部美人スーパーフローズン 瞬間冷凍 純米

「二戸で誕生した、品質一筋」の酒

南部美人の創業は1902年。初代蔵元は浩介社長の曾祖父にあたる末太氏。現在の二戸郡一戸町で醤油・味噌の製造元家に生まれ、二戸市の地でその技術を日本酒造りに活かし創業。「現在も続く家訓である、品質一筋」を掲げた曾

大吟醸生原酒」の開発やヴィーガン認証取得など、海外に向けた積極的な取り組みとともに、国内や地元・二戸の活性化に向けても精力的に活動している。「市場は右肩下がりというが、世界に目を向ければ、日本酒が欲しい」と手を挙げている人はまだまだいる。これが見えていくかどうかで捉え方は大きく変わってくるだろう」と目を輝かせる浩介社長に話を聞いた。

（聞き手 柴田明子）

祖父は、水質の良いこの地で、二戸市堀野に位置する武内神社境内の伏流水を使用した清酒『堀の友』を世に出した」（浩介社長）。

しかし、末太氏は若くして亡くなり、妻のナヲ氏が二代目を引き継ぐことになる。5人目の子どもを産んですぐのことだったが、1916年には「久慈酒造合

名会社」を設立するなど、子育てと事業を切り盛りした。

〈新たな時代の価値観を見据えた「南部美人」〉

三代目を継いだのは、上述した5人目の子どもである秀雄氏。時が進むとともに戦時色が濃くなり、第二次世界大戦時に秀雄氏は「赤紙」により招集を受け出征。海軍に所属し、戦艦「大和」を中心とした大船団の駆逐艦「響」に乗船したというが故障のため運行

不能となり日本へ引き返すことに。その後「大和」を中心とした大船団は全滅した。「運が良かったと言え

ばそれまでだが、本人の口からは多くは語られること

はなかったと聞いている」（浩介社長）。

戦後、秀雄氏は、新たな時代の価値観を見据え、末太氏の「品質一筋」を引継ぎながら、良い酒を「南部の美人の酒を造りたい」との想いで南部杜氏の雇用を開始し、1951年に「南部美人」を完成させた。

淡麗できれいな酒の味を「美人」に例え、南部藩という地名と合わせたものだという。

以降、後の4代目となる当時の浩専務とともに、良い酒づくりに注力した。鑑評会への出品を積極的に行



岩手県二戸市の本社

キーブームが到来。中小酒蔵が苦戦する中でも「二戸唯一の酒蔵として、良い酒を造り続ける」との信念を貫き、高品質ブランドとしての展開を進めた。

その後、地酒にスポットライトが当たるように

なった頃、質の良い付加価値のある地酒が求められる中で「南部美人」は、東京をはじめとする首都圏へ拡大、大阪や九州などの地酒専門店にも販路を作った。その後も品質改良と拡大を続け、社名を「株式会社南部美人」へ改変したのは2001年のことだった。

「二戸で始まった酒造りだが、祖父の頃に盛岡市へ広がりが岩手県のNBへ、父が日本のNBへ成長させた。5代目の私の代では、世界のNB」を目指している。

浩介社長は、大学を卒業し1996年に同社に入社、さらなる品質改善などと並行し、97年に輸出事業を開始。日本酒輸出協会の立ち上げや「糖類無添加梅





海外では「Southern Beauty」（サザンビューティー）として、「Fruity」「Juicy」「Fresh」であることを訴求。「Quality」を開発・特許取得、リキール新工場の新設などを経て 2013 年に代表取締役役に就任。エミレーツ航空やエティハド航空の機内酒に採用されるなど着実に「南部美人」の名を世界へ広げている。現在の輸出量は 62 カ国、その割合は生産量の 30〜35%。

浩介社長のこだわりは「味の美しさ」にある。「南部の美人のお酒」そう願いを込めた酒である以上、美しさにこだわりたい。世界中の誰もが美しさを感じられる酒を造るべく、しばって 2 日で瓶詰をして瓶燗火入れからの急冷却、火入れは一度だけ、その後、−5℃の冷蔵で温度管理を徹底。3〜4 カ月のフレッシュローテーションを基本としている。

浩介社長のこだわりは「味の美しさ」にある。「南部の美人のお酒」そう願いを込めた酒である以上、美しさにこだわりたい。世界中の誰もが美しさを感じられる酒を造るべく、しばって 2 日で瓶詰をして瓶燗火入れからの急冷却、火入れは一度だけ、その後、−5℃の冷蔵で温度管理を徹底。3〜4 カ月のフレッシュローテーションを基本としている。



海外での活動

ty Fast をファミリールールに、代々 Kujifamily で造ってきたことを伝えると、自然豊かな醸造環境や我々の背景にも興味を持って聞いてもらえるという。

〈拡大のポテンシャルは「充分にある」〉

一方、国内ではスーパーマーケットや専門店に加えて、EC 限定酒にも力を入れていて。中でもしほりたてを瞬間冷凍貯蔵した「南部美人スーパーフロズン酒」（写真左上）は世界初の切り口で注目を浴び絶好調。税込 605

0 円（720 ml びん）、302 5 円（300 ml びん）、でありながらも、「倍々

ゲームで伸びている。つくりたての日本酒の価値を国内・海外に広げるチャンスは充分にある」という。

また、世界に挑戦する中で、日本酒が水と米でできたピュアなアルコールである点が評価されていることに焦点を当て、「ピュアであることがより分かりやすく伝わるよう、13 年に『コーシャ』の認定を受け、19 年に『ヴィーガン国際認証』を世界で初めて取得。さらに、20 年には『Non-GMO』の国際認証をこれも世界初で取得している。

〈まだないところ〉に作る道

これらの認証は、輸出事業をきっかけに取得したもののだが、地元での新たな取り組みにもつながっている。食の多様性にフォーカスし、「フードダイバーシティ」で地域貢献にもつながりたい」として、二戸フードダイバーシティ協議会の会長を務める中で、卵や乳製品等を使用しないヴィーガンメニュー

に注目。保育園児を対象に、アレルギーのある子もない子もみんな同じテーブルで食事をしようというコンセプトで給食を提供する「ワンテーブルディ」を開き、ヴィーガンレストランとして世界一に認定されている東京・自由が丘「菜道」の楠本シェフ監修の下、ヴィーガンメニューを提供している。このほか、本社の敷地内の「本蔵」での活動も目立つ。月 1 回ペースでの蔵開きのほか、法人へのレンタル、結婚式場としても提供。本社を拠点とした地域貢献にも積極的だ。

最後に浩介社長は、「日本のアイデンティティである米を使用しながら国の名前がつく酒なんてほかにあるだろうか？」

日本酒市場は右肩下がりというが、世界に目を向ければ、日本酒が欲しいと手を挙げている人はまだまだいる。これが見えていくかどうかで捉え方は大きく変わってくるだろう。手を挙げる人がいれば私はそこに行くだろう。今は南半球を開拓中だが、まだないところに道につくっていくたい」と目を輝かせた。

環境に配慮し続けるアメリカ大豆

アメリカ大豆が目指す
SDGsの6つの最優先目標



アメリカ大豆SSAP認証マーク

SUSTAINABLE
U.S. SOY

日本で多くの大豆製品に使われているアメリカ大豆。限りある資源を大切に「次世代によりよい農業経営をつなぐ」をモットーに生産されています。SSAP認証制度により、環境への負荷が少ない方法で生産・管理・出荷された大豆だと証明され、CO2排出量も最低限におさえ「気候変動対策」や「脱炭素化」にも貢献しています。



アメリカ大豆輸出協会 U.S. Soybean Export Council <http://ussoybean.jp/>

