

学道一如

発行
小樽双葉高校
生徒会通信
2025年11月4日
第38号

社であり、大きな造り酒屋は酒造メーカーと呼ばれることが多いです。

いるところが最大の特徴です。輸出に参入したこともありましたが、リスクが大きいため、この戦略が相応しいことがわかりました。複数の大企業研究者とタッグを組み、ビジネスモデルにもなっています。

少してきました。田中酒造では、少しきつて小樽に来る観光客への販売に専念することで、新しいお客様を見つけました。他の5社は、従来の方法を大きく変えなかつたので、縮小する市場の中で生き残ることができなかつたのだと思います。

小樽再発見⑳ 田中酒造株式会社
創業一二六年、小樽市唯一の造り酒屋

田中酒造株式会社は一八九九年（明治32年）創業の老舗で、現在小樽市内唯一の造り酒屋である。本店は昭和初期の商家造り建築、亀甲蔵は明治38年に建てられた石造倉庫群の一部で、共に小樽市指定の歴史的建造物である。これらの建物を生かし、さらに亀甲蔵では毎日、酒造りを見学できることにより、多くの観光客が訪れるスポットとなっている。『観光造り酒屋事業』と銘打ち、小樽を活気づけている代表取締役の田中一良氏（四代目）にお話を聞いた。



差別化戦略▼観光客に直接販売

▼酒造に關する基本的なことを教えて下さい。



田中酒造 本店（色内3丁目2番5号）
1927年（昭和2年）に建て替えられた木造
2階建ての商家造り建築。小樽市の歴史的建
造物に指定されている。昭和初期当時に復元
された店内には古い大看板や帳簿などが展示
され、往事の造り酒屋の雰囲気を楽しむこと
ができる。



田中酒造 龍田藏（信秀町2番2号）

田中酒造 亀中廻（信音町乙番乙号）
1905年（明治38年）に建てられた石造倉庫群で、小樽市指定の歴史的建造物。毎日、酒造りを行っており、製造場を見学できる。駐車場には大型観光バスがとまり、外国人観光客の姿も頻繁に見られる。



亀甲蔵の店内、伝統と温かみがある。代表銘柄の「宝川」などの試飲もできる。

▼『観光造り酒屋事業』とはど
んな宮業戦略ですか。

経営学的には「差別化戦略」と
言われる手法で、一般的には
小さい会社が取る戦略です。

多くの酒造会社は、製品を直
接、消費者には販売しません。
酒造会社→卸問屋→小売店→飲
食店、消費者の流通システムを
使つて販売します。小樽市は、
国内外で有名な観光地になりま
した。『観光造り酒屋事業』は
消費者である観光客に酒造会社
が直接、販売する方法です。消
費者の中でも観光客に集中して

北海道では江戸時代から日本酒が造られ始めたようですが、冬が寒くて、米も無かつたので大変だったのでしょうか。小樽では明治時代から清酒造りが始まりました。最盛期には34軒の造り酒屋がありました。戦後には6社まで減少していました。戦後しばらく日本酒は大いに売れたのですが、日本人の生活の様式が大きく洋風に変化し、段々とビールやウヰスキーなど他の酒に取つて替わられるなどして、日本酒は減少してきました。最近では、飲酒そのものが、樂しまれ方が多様化して衰退しています。全国で造り酒屋がどんどん減

▼本店と亀甲蔵は歴史的建造物として評価されていると思いま
すが、維持管理は大変ではありませんか。

2つの建物は歴史的建造物、都市景観賞、日本遺産の構成文化財、と3つの認定を受けています。小樽市には歴史的建造物への修繕に助成金制度がありますが、少額で外面だけの修繕という条件があります。

本店の建物は古いので、修繕箇所も多く維持管理は大変です。さらに近年、修繕費が高騰しています。また、古い建物なので、現在の修繕方法では直せない部分も沢山出てきています。昔の建築技術を身に付けた職人さんがどんどん減つてきているので



試飲コーナー（人気の宝川からみりんまで楽しめる。）

酒造りは雇用と文化を創る
▼地酒と造り酒屋文化について
教えて下さい。

地酒造りは、昔からの産業で小規模の業者を造り酒屋と呼んでいます。酒造りは、多くの働き手が必要で、地域に雇用を生みます。地元の米を使用するので、農業の振興にも繋がります。酒造りは、歴史と伝統が深い仕事なので、地域の食文化、発酵学、化学、文化、芸術など多様

職人、壁を塗る左官、畳を替える畠職人などです。出来れば本物を残す復元工事をしたいのですが、今後、益々、難しくなる、厳しくなると考えています。

▼歴史的建造物の復元の予算は出ないのでしょうか。

建物の外観の補修には出ますが、土台など大がかりな工事には予算がつきません。本店は木造建築で初めての認定になります。国をはじめとする公的機関からの助成は絶対に必要です。

▼魅力のある建物なので、是非残してほしいと願います。国が動かなければ、クラウドファンディングもよいかかもしれません。

▼国際化と観光化が生き残りの鍵とのことです。
戦後、日本酒を飲む人、使う人が激減してきました。そこで

これから数量が少なくて、価格の高い米を手に入れなくてはなりません。よつて、日本酒の値段が高くなりますが、たゞでさえ売れていないのに、益々売れなくなるのではないかと心配しています。

現在、外国人観光客が、高いお酒を買ってくれますので、当面は、外国人に期待しています。

な文化と密接に関連しており、また、造り酒屋はお金持ちは多かったので、地域文化の中心となつてきました。今でも日本全国で造り酒屋が地域の文化の中心を担っている所が多くあります。道内では（ニシン漁で栄えた）増毛の国稀酒造（炭鉱があつた）栗山の小林酒造などがあります。

当社の代表銘柄「宝川」はどんなお食事にも合いますが、特に水産物との相性が良く、寿司屋さんで出してもらっています。

▼令和の米騒動の影響は？

これまでも米が不足して、酒造りが出来ない事態に追い込まれたことは何度もあります。例えば、大恐慌の時代や、第二次世界大戦中などです。コロナ禍の時までは、米が沢山有り過ぎて困っていました。たった数年で米不足になるとは思つていませんでした。今回の米騒動は、日本中で米農家さんが、少子高齢化などで離農するなど、減少期に入つたことが大きいと思つ



ンタビュ-

▼各種コンテストで上位に入っているようですね。

日本酒業界では、従来の方法では生き残れないと考え、一般消費者と家庭や飲食店での需要から、造り酒屋を観光施設にする観光客に地酒を売るやり方、日本人が飲まないのなら輸出して外国人に飲んでもらうと方法が有効だろうと考えました。田中酒造は、その両方を実践してきました。ただ、現在のうちに多くの外国人観光客が押寄せることは考えていなかつたので、嬉しい誤算になつていま



亀甲蔵では酒造りを見学できる

▼社員が商品をデザイン
観光協会のキャラクターも
製品のデザインが素敵ですね
北海道、小樽らしさを大事に

▼入賞の秘訣は？
入賞は簡単ではありません。
品質の賞であり、嗜好は別です。
個性ではなく、基準となる目標
到達を目指す審査です。

都道府県、公的機関が実施するコンテストです。全国新酒鑑評会、札幌国税局新酒鑑評会、南部杜氏協会自醸清酒鑑評会の3つのコンテストには毎年、出品して、金賞を獲得することもあります。目的は、製品の品質を高める、維持する、傾向・動向を調べるなどです。

お金で賞が買えるコンテストも沢山ありますが、販売促進や話題作りを目的にするこうしたコンテストにはほとんど出品しません。



▼酒がユネスコの無形文化遺産に登録されたことについては?『伝統的酒造り』が二〇二四年12月5日にユネスコの無形文化遺産に登録されました。正式名称は『日本の伝統的なこうじ菌を使つた酒造り技術』で日本酒、焼酎、泡盛、みりんが該当します。

田中酒造では、登録に向けて積極的に活動をしました。日本

酒を国際化するのに最も有効な方法だと考へてゐるからです。日本酒が生き残るには、『世界の酒』の仲間入りをするのが大事だと考へています。

▼従業員数、会社の目標は?

従業員は正社員、パート、アルバイトを含め、約40名です。中国人社員やケニア人のアルバイトがいて、従業員も国際化していますし、国内が人手不足で大変困っているので、これからどんどん外国人を採用するつもりです。働く場も国際化が必要になります。

日本の若者は働くなくなっています。ゆとり教育やコロナの影響でどうか。このままいくと、日本人の上司は外国人であるのが当たり前になります。日本の若者に危機感を持ち、野心的にほしです。

会社の目標は、日本の伝統的な食文化、酒文化を守る、社会

や地域に貢献する、などを掲げています。業績面では、年間売上高10億円、利益2億円を目指しています。

宝川、みりん、梅酒が人気

▼人気商品は何ですか。

日本酒では『純米大吟醸酒』が人気です。日本人には『みりん』も人気です。(料理のみならず飲料にも適するとのこと。)外国人観光客には、日本酒の他、



【田中一良社長語録】

飲酒離れ進む中、外国人客に健康新品が人気

若い世代や女性客の取り込みについては?

今の日本人は、老若男女で酒

飲酒離れ進む中、外国人客に健康新品が人気

若い世代や女性客の取り込みについては?

今の日本人は、老若男女で酒

希少価値で売る戦略

▼地域限定酒とは?

販売戦略上に設定することが多い酒の種類です。ニセコ町産の米だけを使って造った酒、小樽市内でしか買えない酒、この期間しか売らない酒など『限定品商法』といつた販売手法だと思って下さい。

『梅酒』など果実を使つたりキュールというお酒が人気です。最近は、日本酒に『ゆず果汁』を加えた『クラフトサケ』が国内外を問わず、人気が出てきています。

離れが進んでいます。日本酒業界では、一生懸命に日本酒の売れ行きを良くする活動をしていますが、なかなか難しいのが現状です。先進国では、健康上の理由から飲酒離れが進んでいるようです。ユネスコの無形文化遺産登録などの活動で認知度が上がることを期待しています。

田中酒造では、日本人よりも外国人に酒を飲んでもらう、買つてもらう活動に注力しています。外国人においては、酒離れは進んでいないと感じています。

ソーバーキュリアスという、若い人でお酒は飲まないが、宴席には出たいという層が増えてます。ノンアルコールの酒が人気が出て、酒造メーカーは積極的にノンアルコール製品を開発して販売しています。



▼お酒以外の関連商品はどうですか。

ノンアルコール製品の開発は

あります。どんな状況でしたか。ものすごく技術が必要です。低アルコールまではこぎつけています。

続きました。米を原料とした消毒用アルコールを製造しましたが、上手くいきませんでした。結果的には、静かにして、我慢して、企業体力を温存して、コロナ禍が過ぎ去るのを待たざるを得ませんでした。ただ、3年間は長かったので、経営的には、未だ後遺症が残っています。具体的には、コロナ禍で銀行から借り入れたお金をまだ返済しないで、お酒を飲まないお客様への提供商品が大事ですが、あまり上手く進んでいません。

コロナ禍の対応、令和の米騒動、インバウンドと、この数年で酒造業をめぐる環境はめまぐるしく変わっている。お酒から経営者としての判断力が問われる厳しさ垣間見た。

想できた。「経営環境は絶えず変化している。予測して先んじて動くセンスが求められる。異もある。」

コロナ禍の対応、令和の米騒動、インバウンドと、この数年で酒造業をめぐる環境はめまぐるしく変わっている。お酒から経営者としての判断力が問われる厳しさ垣間見た。

想できた。「酒造りは麹菌や酵母など、微生物相手なので難しい。」

酒造りについては、生物学からもアプローチしたくなる奥深いテーマだと感じられた。

【取材を終えて】

私は初めて初めての地域取材にとつて、初めての地域取材になりました。田中社長の経験となりました。

高校生の私たちにはまだわからない世界だが、お酒が媒体となる豊かな世界があることを予感しました。(坂東元)