

若手蔵人 伝統に加味

創業1804年の真庭市勝山の酒造会社「辻本店」(辻均一郎社長)。日本酒の売り上げが低迷するなか、2009年7月決算で売り上げを17%伸ばした。起爆剤は、若者向けに発売した純米酒「GOZENS HU 9 (NINE)」(ナイン)。黄綬褒章を受章した先代の杜氏・原田巧さんの遺訓を胸に、後を継いだ辻麻衣子さん(32)と若手蔵人8人が開発した。麻衣子さんは「おやつつあん(原田さん)の姿勢を継いで出来た酒。伝統の味を守りながら、自分たちの味もつくっていききたい」と話す。

◇ 麻衣子さんは辻社長の長女。好きな英語を使った仕事に就こうと考えていたが、大学4年だった1999年、友人に酒造りの方法を聞かれ、分からなかったのがきっかけで、実家の蔵で体験。「米に含まれる水の量や蒸す時間がわずかに違うだけで、全く違った味になる」と知り、酒造りの奥深さに触れたという。いったんは、民間企業に就職したが、2000年10月に帰郷、原田さんに弟子入り

酒造会社「辻本店」(真庭)

この時期、すでに、日本酒人気は低迷。国税庁統計年報書によると、清酒の消費量は、1975年度の1675トがピークで、00年度は6割以下の977トに落ちていた。辻社長は「季節労働では難しくなっている」と感じ、徐々に社員とパートに切り替えていった。平均年齢は01年度で56歳。08年度は51歳に下がったが、今も課題の一つだ。

辻本店も例外でなく、麻衣子さんが蔵人になった00年頃、約10人の蔵人の平均年齢は60歳。大半が市内の農家で、農閑期の晩秋から早春にかけて蔵人になる。重労働のため「きつい」との声もよく出ていた。辻社長は「季節労働では難しくなっている」と感じ、徐々に社員とパートに切り替えていった。平均年齢は01年度で56歳。08年度は51歳に下がったが、今も課題の一つだ。

10人の大半は酒好きの地元酒の若者で、原田さんのもとで技術を学んだ。若い蔵人と酒造りの話をしている原田さんはうれしそうだったという。蔵人の一人、岩崎昌弘さん(32)は「普通、杜氏は絶対的存在。若い者は質問もできない。でも、おやつつあんは『自分には思い付かない。もしかしたら、うまくいくかもしれない』と、提案を聞いてくれた」と話す。

製法改良フルーティー

◇ だが、06年4月、原田さんは倒れ、翌年4月、帰らぬ人となった。杜氏は、麻衣子さんが継ぐことになった。「自分にできるのか」。不安はあったが、若い蔵人の意見に耳を傾け、研究や改良を重ね続けた原田さんの姿勢を、自分も貫こうと思った。

辻本店は、米本来のうまみを味わえる純米酒が高く評価されている。試行錯誤の末、「果実のように香り、米のうまみがしっかり広がる」という「9」が完成、ボトルはテーブルに置きやすい500ミリ・リットルの細身とし、08年5月、3000本を試験的に発売(当時1本840円)した。わずか、3週間で売り切れた。

まず、足元を見直そうと、自社製品約30点の再評価を始めた。販売実績や蔵人たちが聞いていた消費者の声などから、大半の製品は年齢層の高い人に好まれるが、若者に人気があるのは、甘口の濁り酒「菩提もとにごり」だと感じた。この酒は、天然の乳酸菌を取り込むことで、フルーティーな風味が出る「菩提もと仕込み」という醸造法を採用、原田さんが室町時代の製法

に改良を加えたものだった。麻衣子さんは、営業担当からも話を聞いた。百貨店などの試飲では若者から「一升瓶の外観が苦手」との声もあったという。原田さんの死から4か月ほどしたころ、麻衣子さんは「方向が見えてきた」と思った。蔵人もみな、「同じ若い世代に楽しんでもらえる酒を造りたい」と話している。「酒はフルーティーに」「ボトルはモダンに」。それでも「辻本店の伝統にはこだわりたい」。こんな考えがまとまった。

「いい具合になっている」。麴(こうじ)の状態を確かめながら、手際よく混ぜていく辻麻衣子さん(中央)と蔵人ら(真庭市勝山の辻本店で)

