

まいど！ざいむ局です！



関西元気企業

～中国での日本酒造り～

今回ご紹介する企業は、奈良県大和郡山市の中谷酒造株式会社です。

黒船が浦賀に来航した 1853 年に大和郡山で創業し、明治、大正、昭和、平成という時代の変化の中で清酒の消費減に見舞われながらも、米を蒸して造る伝統製法を守り続け、平成 7 年には中国に進出しています。

「朝香」のブランド名で中国国内の日本食レストランを中心に販売し、中国における日本酒市場でトップシェアを誇る、そんな中谷酒造の 6 代目当主にお話を伺いました。

企業情報

名称	中谷酒造株式会社		
所在地	奈良県大和郡山市番条町 561 番地		
創業	1853 年（嘉永 6 年）		
代表者	中谷 正人		
従業員	5 名	資本金	10 百万円
H P	http://www.sake-asaka.co.jp/		

● 中国に進出されたきっかけをお聞かせください。

私は、以前は自動車メーカーや商社に勤めていました。商社では、海外に進出する企業の投資審査などを担当していましたが、家業の経営が悪化していたことから、6 代目として家業を継ぐことを決意しました。

中国では当時、米価が日本の 10 分の 1 でしたし、商社勤務の経験もあり、中国語が堪能であったことから、中国での日本酒製造を検討し始めました。「中国では、安価で良質の米が入手できるので、贅沢に精米した吟醸酒が安価で製造できる。その原酒を日本で瓶詰めして日本やアメリカ等海外で販売すればいい。」と考え、平成 7 年に中国天津市に「天津中谷酒造有限公司」を設立しました。

● 中国での販売状況はいかがですか。

設立当時は日本企業の中国進出ブームで、自動車メーカーでの営業経験を活かし、各地で増えていた日本食レストランを回って日本酒を売り込みました。現在では、中国で製造した日本酒の 90% 以上は中国国内で販売しており、売上高は、ここ数年は前年比 25% の増加が続いています。

精米歩合が低く比較的値段の安いものが良く売れていますが、精米歩合 39% の純米大吟醸酒でも中国の日系百貨店では 280 元程度と日本の半値以下で販売されています。（参考：1 元 = 約 12 円 取材当時のレート）

中国では日本食は高級ですが中国人の顧客が増えており、客単価 3 千元というような店での中国企業による接待も見られ、料理だけでは 1 人 3 千元にはなかなか届かないので、勢い、高額な酒の注文が増えることになりました。

また、中国では酒問屋も営んでおり、日本から輸入した焼酎や、高級日本酒、当社の現地生産品、中国産の安価な日本酒とフルラインナップで揃えており、価格競争に巻き込まれない体制をとっています。

精米歩合とは…

白米のその玄米に対する重量の割合。精米歩合 60% というときには、玄米の表層部を 40% 削り取ることを言う。

本醸造酒は 70% 以下、吟醸酒は 60% 以下、大吟醸酒は 50% 以下とされている。

● 製造工程で工夫されたことはありますか。

中国はもちろん、日本でも製造工程の数値化・マニュアル化を徹底しています。季節労働者である「社氏」に任せることは、「自社技術」を持たないということであり、当社では若年者を年間雇用し、数値に基づいて作業を行っています。数値化に当たっては、国の醸造研究所が蓄積していた酒造りのデータももらい、吸水等のテスト・分析を行いました。

蔵では、当日の気温、水温に応じて過去のデータから吸水時間等の目安を出し、何通りものテストを実施してグラフ化した上でその日の最適な時間、温度等を割り出しています。また、毎日の作業データも、全て記録しています。

● 最後に、中国で成功された秘訣についてお聞かせください。

視野を広く持って人脈を作り、情報を集めること。また、情報の価値をよく理解することです。相手の店舗を良く見て、従業員の話をよく聞くことで、その店の状況が分かります。例えば、店が汚れていれば管理が悪い、改修資金がない等の予想がつかます。また、倉庫まで自ら荷物を搬入することで在庫状況を確認でき、取引先の日々の売上高を見極めることで、過度に納品を求められて踏み倒されるリスクを避けることができます。

労務管理に関しては、日本人だと些細なことでもトラブルになるので、信頼できる現地人(責任者)を確保できるかどうかにかかっています。中国人の責任者である「副総経理(副社長に相当)」には、一層の信頼関係構築のため、株式(資本)の一部を譲渡しました。



<取材後記>

中谷酒造は、奈良県大和郡山市の古くからの集落の中にある造り酒屋で、奈良県内でもそれほど名前を知られている訳ではありません。その会社が「中国における日本酒市場でトップシェア」ということに驚き、中小企業が海外市場で成功する秘訣は何か？を聞きたくて取材をお願いしました。

中谷酒造の中国での成功は、中谷社長個人の経営能力、語学力、バイタリティー等が大きな要因であることは間違いありませんが、「会社設立は自力でなくとも、外部に委託すれば誰でもできる」「直接の進出は難しくても、『海外で日本食レストランが増えている』という情報に接したら、自社製品を輸出するため、対応できる問屋を探す等の対応は可能」とのお話を聞き、地場の中小企業にも海外市場と繋がるチャンスはあるのではと感じました。

日本酒の消費量は、昭和50年をピークに右肩下がりですが平成22年にはピーク時の約35%にまで低下しているそうです。(国税庁「酒のしおり(平成24年3月)」)

「とりあえず、ビール！」と居酒屋に入ると条件反射のように注文してしまいがちですが、冬は「とりあえず、熱燗！」、夏は「とりあえず、冷酒！」というのはいかがでしょうか。