昔ながらの製法で掴み取った未来

手仕事だから醸せる味を

1879年から酢の製造している老舗、丸正酢醸造元（和歌山県東牟婁郡）。130年の歴史の中には、いくつもの危機があった。業界の大きなうねりに流されず、信念を貫いてきた。洗練されたその味が、多くの人に人気を博している。

丸正酢醸造元・小坂晴次社長「やれる範囲でできることをやっていく」

機械化がもたらす脅威

酢の製造販売を行う丸正酢醸造元（和歌山県東牟婁郡）。3代目、小坂晴次社長は、自身の60年の酢づくりの歴史を振り返り、「一番のピンチは、大量生産できる機械が日本に入ってきた時」と語った。

1951年頃、短くても3カ月はかかる酢の醸造を、8時間から24時間でできる装置が日本に輸入された。「大手はこぞってその機械を導入した」（小坂氏）。

大量生産が可能になり、価格が劇的に安くなった。こうして、それまで出回っていなかった安価な酢が、市場を席巻した。同社の取り引き先も、ほとんどがその安い酢を買い入れた。

古来からの醸造法でつくる酢は、手間がかかる分、価格で勝負することはできなかった。「正直、いよいよ終わりがきたなと思った」（小坂氏）。同社の売り上げは、みるみるうちに落ちていった。

小坂氏はひそかに辞める覚悟を決めた。だが、その前に「どうしても自分たちの酢のよさを、わかってもらいたい」そう思った。

短時間でできる即席醸造の酢と、同社がつくる古式醸造とでは、製造工程がまるで違う。長期間の醸造が醸し出す、まろやかさや芳醇な香りは、即席醸造では実現できないものだった。

「比べてみれば、すぐにわかる」。小坂氏は、これまでの取り引き先820軒を、社員と手分けして一軒一軒訪問した。

醸造法を説明し、飲み比べることで味の違いを感じてもらう。すると、半年ほど続けたところで、売り上げの下降が止まる。そして、次第に上向いていった。小坂氏は、地道に説明して回ったことで、自社の商品のよさを理解してもらえたことに自信を持った。

展示会へ出店

さらに、80年代になると、近くにあった鉱山や繊維工場が閉鎖され、人口が著しく減少していった。「いずれ、地元だけを相手にした商売は成り立たなくなる」小坂氏はそう考えた。そこで、都市部で売れる商品の開発を手がけていく。

だが、新商品はできたが都市部への売り込み方がわからない。そんな時、和歌山県の商工会から、物産展などを紹介された。

商品に自信はあったものの、「都市部でも受け入れられるだろうか……」。不安を抱えながらも、デパートの物産展へ出店を決めた。

店頭販売をするに当たり、三つのルールを決めた。それは「無理な売り込みをしない。他社の製品を貶めない。健康を売りにしない」ことだ。

「うちが売るのは、調味料としての酢」と小坂氏は言う。酢は健康にいいと言われているが、同社で調査したわけではない。健康に関しては専門外だからと健康への効能を説明することはしなかった。

無理に勧めず、味見だけをしてもらう。それだけのシンプルな売り方が効を奏した。一度話を聞いた人の多くが、会場を一回りした後、商品を買うために戻ってきた。

毎年1品ずつ新商品を開発しているという小坂氏。今や定番となったちゃんぽん酢、すし酢（左から）

信念を貫き通す

こうして、各地の展示会に出店することにより、同社は全国にファンを増やしていった。そしてその輪は海外にまで広がっていく。

「モンドセレクションを受賞してから、海外との取り引きも増えた」と小坂氏は言う。モンドセレクションとはベルギーに本部を置く、国際的な品評機関で、食品オリンピックにもたとえられるものだ。

同社の商品は、そこで5年連続最高金賞を受賞している。授賞式は毎年ヨーロッパの主要都市で行われる。そこで、同じ受賞者や関係者と交流することで、新たな取り引き先が生まれているという。

ただしどんなに大きな取り引きを持ちかけられても、大量生産はしない。あくまでも古式醸造で酢をつくる方針は変えないという。

蔵を増設し桶を増やせば生産量を増やすことはできる。だが、生産量を無理に増やせば、品質を落とす恐れもある。そうならないために、味を保てる範囲で限定販売すればいいと、小坂氏は職人気質をのぞかせる。効率が悪くとも味を守るためには手間を惜しまない。

醸造に使う容器選びにも、その姿勢は顕著だ。ステンレスやポリタンクなど、メンテナンスが楽で密閉性の高い容器が主流の現在。だが、同社では、創業以来の木桶を使い続けている。

効率のことだけを考えるのであれば、木桶という選択肢はない。たびたび修繕が必要なうえ、醸造している間に約5％も蒸発してしまうからだ。しかしながら、味や香りの面では決定的に違う。

実は小坂氏も木桶からほかの素材への変更を勧められ、検討したことがある。その際に、同じ条件で醸造してみるという実験を行った。結果、1カ月で香りに違いが現れた。3カ月経過したものを比べると、コクと味が明らかに違った。同社の味は木桶でなければ醸せないのだ。

扱いが難しいこともあり、数十年前までは一般的だった木桶を使っている酢の醸造元は、いまや数少ない。それでも、「頑固かもしれないが、このやり方を続けたからこそ、ウチの味がある」と小坂氏は朗らかに笑う。そしてその味は今、日本だけでなく世界に認められた。

これまでの製法を守り続けながら、同社の挑戦は続く。

（右）機械ならボタン一つ。だが、人の力であれば、絞りすぎを防ぐことができる
（左）毎晩、寝る前にほら貝を吹く。小坂氏が危機を乗り切った時から行っている儀式だ。「ほら貝を吹くようになってから、酢をつくる菌が元気になった」と小坂氏

Company Profile

丸正酢醸造元　和歌山県東牟婁郡那智勝浦町天満271　資本金 100万円　従業員 10人
0735-52-0038　http://www.marusho-vinegar.jp/