

株式会社三宅本店

広島県呉市本通7-9-10 <http://www.sempuku.co.jp/>



伝統の継承と 新事業への「種蒔き」 6代目が取り組む 「令和の酒造り」

開口一番、三宅本店の6代目、三宅清嗣社長(61)はこう言った。

「何年か前にコンタツさんのインタビューを受けました。今回で2回目です」

2003年(飲む人が幸せになる日本酒新を目指して)とのタイトルで、三宅本店は弊誌『コンタツだより』に登場している。「地酒の

里探訪」シリーズの10回目を飾るその号では、44歳の若き三宅社長が酒造りに対する

熱い思いをこう語っている。

〈「酒造り」と聞いて、すぐに連想されるものは、蔵、杜氏、伝統、米、水……。でもこれは車輪の片方だけ。それに技術革新という車

輪が加わり、両輪となって初めて酒造りが存立し続けます。これは過去においてそうであったように、未来に向けてもそうなります。

「不易流行」とか、「守破離」という言葉に込められているもの。これが私の頭の中に常

にあるもの。変えてはならない、守らなければならぬもの。それは「千福」は人に「幸

せ」「喜び」「明日への活力」をもたらすものでなければならぬ、ということ。

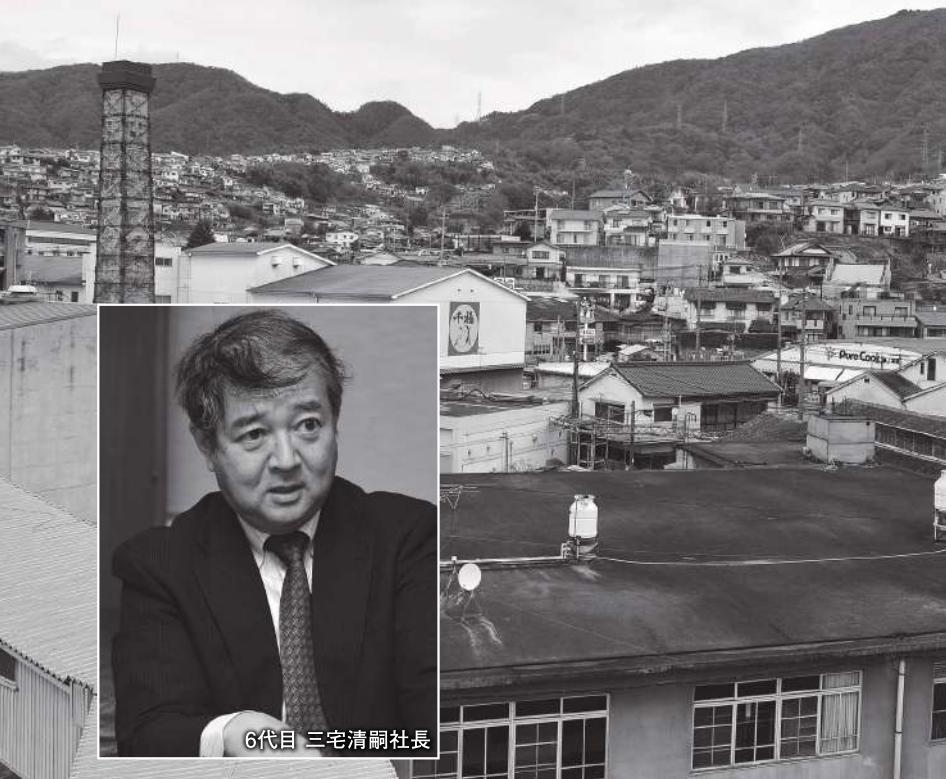
「不易流行」とは、松尾芭蕉が江戸時代に説いた俳諧理念の一つで、「不易」とは時代

を超えて感動させる永遠性、「流行」は時代の変化に応じて進展する新しさを指している。

「守破離」は武道や芸能などで使われる言葉で、「守」は師や流派の教え、型、技を忠

実に守り、確実に身につける段階。「破」は、他の師や流派の教えについても考え、良いも

のを取り入れ、心技を発展させる段階。



6代目 三宅清嗣社長

「離」は、一つの流派から離れ、独自の新しいものを生み出し確立させる段階(出展小学館「大辞泉」)を表現している。

さらに、三宅社長はこう続けた。

「私たちは長い講釈を聞かなければ飲めないようなお酒を造るつもりはありません。今現在のお客様、愛飲家の皆様に満足していただけ、「幸せ」をもたらすお酒、こういうものを造ります」

そして、17年の時を経て再び三宅社長に話を聞く機会に恵まれた。その間、国内需要の低迷に、海外での和食ブームに伴う日本酒への注目など、良かれ、悪かれ、日本酒を取り巻く環境はかなり変わっている。

令和時代が変わってあらためて「千福」のトップの考えを聞く。

創業、そして空襲被害からの復活

JR広島駅から呉線快速「安芸路ライナー」に乗りおよそ30分強で呉駅に到着する。呉駅ではゆるキャラの「呉氏」が「来てクレ！楽しんでクレ！」と歓迎している。駅南には穏やかな瀬戸内海が広がり、かつて戦艦大和に代表されるいくつもの名艦を誕生させた東洋一の軍港が見える。

全長263メートル(10分の1のスケール)の戦艦大和が忠実に再現されている「大和ミュージアム(呉市海事歴史科学館)」や、日本で唯一、実物の潜水艦(ゆうしお型潜水艦「あさしお」)を陸上展示している「海上自衛隊呉資料館」(つづくら館)、さらに「くれち

ん」の愛称で親しまれている海上自衛隊呉地方総監部第一庁舎(旧呉鎮守府)など海軍工廠の歴史に触れることのできるスポットが数多くある。

呉港から灰ヶ峰(737メートル)方向の山間へ10分ほどクルマを走らせると見えてくるレンガ造りの煙突は、三宅本店の酒造りの歴史を偲ばせる足跡として近代文化産業遺産に認定されている。

まずは、三宅本店の歴史から紐解こう。創業者である三宅清七が水の良いこの地でみりん、焼酎、白酒、さらに保命酒をも製造販売する「河内屋」を開店させたのは安政3(1856)年のことだった。ちなみに保命酒とは、広島県福山市が名産の薬味酒(リキール)で、生薬を含んでいることから、瀬戸内の養命酒などともいわれる。

清酒の製造を始めたのは初代・三宅清兵衛を名乗る2代目の時代、明治35(1902)年のことである。この年は呉市市政元年でもあるが、翌年、海軍工廠が設立されることから、日本酒の需要の高まりを見据えて三宅酒造場の名で酒造りを開始したと推測される。

銘柄は5つ。「呉菊」「呉鶴」「吾妻川」「吾妻川政宗」、それに三宅本店の顔である「千福」である。

今では三宅本店のメインブランドである「千福」は、初代清兵衛が母であるフクと妻である千登(ちと)の名前から一文字ずつとって名付けられた。



「当初一番醸造量が大きかったのは『呉鶴』でした。呉鶴は海軍の練習艦隊に積まれて愛飲されるようになります。日本で商標登録制度が始まったことで、この時期に、5つの銘柄すべての商標登録を行ったようですが、どの酒が最初に造られたかは文献もなく、じつところわかりません」(三宅社長)

海軍の航海訓練では、乗員の士気や団結心を高める目的で、赤道を越える際、「赤道祭」といわれる通過儀礼が行われる。そのときに振舞われる日本酒が艦に積まれるが、それには200日以上以上の遠洋訓練に耐え、赤道直下の極暑の環境でも品質が変わらないものを選ばれる。その酒に三宅本店が醸した酒が選出されたのである。三宅本店に残る海軍から送られた証明書がそれを物語る。

海軍では艦の階級によって乗せる酒も異なるが、呉鶴が積載された艦は多くの下士官が乗り込む練習艦。つまり、軍人の多くが三宅本店の酒の愛飲者だったわけだ。

大正12(1923)年に千福が全国新酒鑑評会で優勝し、海軍とともに発展を遂げる。大正13(1924)年に大正庫を竣工、翌年には合名会社三宅清兵衛商店を設立。昭和時代に入ると3(1928)年にブランドを「千福」に統一し、日本各地に支店を置いて全国展開を始める。昭和8(1933)年には満州や青島にも拠点を設け、14(1939)年には株式会社三宅本店へと商号も変更した。そして、昭和16(1941)年には醸造量で日本一(3万5

千石)に輝くほどに隆盛を極めた。

だが、その裏で暗い影が日本を覆い始める。1939年、独軍によるポーランド侵攻で第二次世界大戦が勃発、ドイツと協調する日本は米英との戦いへと突き進んでいく。そして1941年、真珠湾攻撃から太平洋戦争の火ぶたが切つて落とされた。4年後、2発の原爆で戦争に終止符が打たれるが、その直前、呉の海軍工廠は敵国の標的となり、幾度となく空襲に見舞われた。

「その惨劇の様子はアニメ映画『この世界の片隅に』で忠実に描かれました。焼け野原の中に残る焼け落ちた三宅本店の煙突が登場します」(同社長)

2016年に公開され、『このセカ』の愛称でヒットした『この世界の片隅に』にはこんな解説がある。

「1945年3月。呉は、空を埋め尽くすほどの艦載機による空襲にさらされ、さすがに大切にしていたものが失われていく」

呉に嫁いだ主人公のさすが、戦禍で右腕を失いながらも強く、明るく生きていく作品だが、焼け野原になった呉市街でモユメントのように残っていたのが三宅本店の煙突だった。戦争では本社屋、明治庫、大正庫などすべてが灰燼と化してゼロからのスタートを余儀なくされる。

そして復興蔵として昭和庫が完成したのは翌昭和21(1946)年、昭和28(1953)年にはのちの総理、池田勇人が命名する呉宝庫が完成、酒造量も8800石



三宅清史取締役



杜氏・瀬戸富央氏

までに復活した。陣頭指揮を執った3代目・清兵衛はいまでも、中興の祖とみられている。その後は、日本は戦後復興から高度成長期へと突入、4代目、5代目へと事業は受け継がれていく。

昭和32（1957）年には千福愛飲家の集まりである「呉福の会」が発足、その「福の会」の輪は広島、東京、博多と各地に広がっていった。そして東京福の会では作詞家のサトウハチロー氏との縁ができ、「千福一杯いかがです」のヒットテレビCMにつながり、一気に全国区の酒となる。

ところで、三宅本店で創業者である清七を除いて、当主は歴代「清兵衛」を名乗っている。しかし、6代目の現社長だけは名前を継いでいない。

「清兵衛を名乗るのは『家督を継ぐ者は三宅清兵衛を名乗ること』という遺言状に従っているのですが、5代目である父は戸籍の名前も清兵衛に変えました。歴代清兵衛は先代の没後に当主になりましたのですんなり名前のバトンタッチができましたが、私は父が存命中に社長に就任したので清兵衛を名乗ることができませんでした。会社の登記簿も清嗣で行ったので、そのままいくことにしました（同社長）

先代の経営を一度全否定

昭和34（1959）年、6代目となる清嗣社長が生まれる。だが、幼少時代は蔵と住居が離れていたため、「家業が何をしているの

かわからなかった」と言う。5人兄弟の長男でありながら、父からも将来家を継ぐこととは言われたこともない清嗣少年はごくごく普通に小中学生を過ごす。

進学した広島大学経済学部も、「特に家業を意識しての進学ではなかった」と言い、4年間は弓道に没頭。就職を意識するようになった4年生で初めて家業を意識するようになる。

「やはり、アルコール関係の会社に就職しなければいけないだろうなと思いました。とはいえ、同業者へ入社するつもりはありませんでした。日本酒は家に戻って造るのだから、それ以外の酒のことを学ぼうと思ったからです。そして、私が選んだのはワインメーカーの山梨ワイナリーでした」

ワイナリーでは、文系出身者でありながら、酒造メーカーの後継者ということもあり、醸造部門や研究室での化学分析まで、酒造りに関するすべてを学ばせてもらったという。そして1年半後、24歳で三宅本店へと戻ることになる。

三宅本店に戻ると、卸の業務から経験させられる。「全酒類を扱う卸の会社がありましたので、トラックに乗って配達しました。ビールや酒をせつせと運んでいました（同社長）

今でこそ社員杜氏制をとっているが、当時は仕込み時期に杜氏が訪れ、蔵に寝泊まりして仕込むという昔ながらの製法で、清嗣青年も蔵人たちと一緒に寝泊まりした。



「杜氏にくっついて酒の仕込みを手伝いました。夜中に起きて温度管理をしたり、3時間ごとに室で蓋麹の積み替えをしたり……。杜氏はいとも簡単に麹を盛る(仲仕事)のですが、私はなかなかうまくできませんでした。挙句の果てには「やらなくていい」と突き放されました(笑)」

昭和63(1988)年には、今も使用している吾妻庫が完成、清嗣青年も営業も経験するなど、着実に地歩を固めて行った。そして役員を経て39歳の時、先代の父が役員定年を迎えると同時に社長に就任した。

「私は父の経営を全否定して、そこから事業ごとにセレクトするという手段を選びました。父が舵取りしていた時代とはまったく違いますから、そのまますべて事業を移譲してもらえばいいというものではありません。父のやり方を一度全否定した上で残して継続すべきもの、少し変えるべきもの、止めるべきものを決めることにしました」

誤解を恐れずに言うなら、先代が経営していた高度成長期は、酒を造れば売れる時代だった。だが、今はそんな時代ではない。だからこそ、清嗣社長は事業の見直しから始めた。さらに、日本酒という基幹事業を守りながら、「第2、第3の柱になるべく、種時きをしなくてはいけません。新しいもの(事業)は、すぐに果実がなつて、収穫ができるというものではありません。時間がかかるものはなおさら早く種を蒔かなければならないと思っています」(同社長)

80年発売以来のベストセラーで、広島の魚料理に抜群に合うといわれる「精撰ふくばく赤」はモンドセレクションで銀賞を受賞、また、全国新酒鑑評会でも12年連続で金賞を受賞するなど、継続すべき大きな柱のひとつ、日本酒は順調に幹を太くしていく。

ところが、バトンタッチを受けて選択と集中を進めていく清嗣社長にさらなる試練が待っていた。

平成13(2001)年、3月24日15時27分——上蒲刈島南を震源とするマグニチュード6.7(最大震度6弱)の直下型地震が広島県を襲う。芸予地震である。呉市でも死者を出し、家屋被害は6000戸に及んだ。

三宅本店も例外ではなかった。人的な被害こそなかったが、製造ライン及び製品ラインが大きくズレてしまった。また、蔵内で上を見上げると青空も広がっている。結局、大正庫と昭和庫の2つの蔵を潰し、呉宝庫を改修、社員杜氏制へと変容を遂げる。同時に品質管理保証の国際規格「ISO9001」も取得した。

ところで、三宅本店は県内産の原材料にこだわっている。水は呉の街を見下ろす灰ヶ峰の伏流水を3本の井戸で汲み上げる。水質は硬度50〜60の軟水。米は県内産の八反錦、千本錦、山田錦を使用している。

製造を任されている瀬戸富央氏が説明してくる。

「麹やモロミの発酵段階での温度変化に惑わされず、ゆつくりじっくりと変化していく酒の面をしっかりと観ていくことが重要で、特



に特定名称酒の麹造りは、先代の土居恒夫杜氏の教えを引き継いでいます」

海外戦略とワクワク企画室

先代の時代と違って、日本酒の消費量が減少の一途を辿る。それに対し三宅本店は、新しいことを取り入れ、早々に「種を蒔く」としている」と前述した。

そのひとつが海外展開である。

広島県は平成26(2014)年からフランスの星付きレストランに狙いを定めて県産酒の売り込みを始めた。それに呼応する県内の蔵元11社によって「広島県日本酒ブランド化促進協議会」が立ち上がり、会長に三宅清嗣社長が就任した。

その取り組みも4、5年を経て次第に認知されるようになってきた。三宅本店は「神力85純米無濾過原酒」でフランス人の心を掴んだ。この酒はバリの和食レストラン「[KIPUNE]」や「[KEN KAWASAKI]」で楽しむことができる。

「フランスでお求めやすい価格を逆算して商品を決めました。フランスといえはワインですが、ワインに似た日本酒をアピールする意識はありません。最終的にフランス人がワインに似ていると受け入れるのであれば、それはそれでいいです」(同社長)

その考えが的中し、三宅本店の2019年の海外輸出は前年の2.5倍に膨れ上がった。また、芸予地震で倒壊した蔵の跡地を利用して平成27(2015)年に「酒工房せせら

ぎ」も完成させた。ケーキ工場を参考にして HACCP(食中毒菌汚染や異物混入等の危害要因を除去する衛生工程管理)を徹底させた充填ラインと、小学生の社会科見学などを受け入れるための見学コースも整えた。次代を担う清嗣社長の長男、清史氏(30歳)が三宅本店に戻った4年前には、新企画を提案、実践する部隊として「ワクワク企画室」も発足させた。室長を務めるのは、取締役でもある清史氏である。

清史室長が語る。

「当初は経営企画室という名称でしたが、なんか呼び名が硬く、勤めていた前職から戻ってきて1ヵ月後に組織変更をしました。日本酒業界は落ち込んでいますが、社員同でワクワクしましょうという気持ちを込めているのです」

そして熱帯向けに企画したのが「激熱げきあつ」であり、米国の人気ロックバンド「KISS」のラベルを貼った酒、炭酸水を混ぜれば日本酒ソダができる業務用向けの「サムライソダの素」が市場に投入された。とくに激熱は従来日本酒では考えられなかった真っ赤なボトルに赤いラベルを採用。広島東洋カープのイメージとも相まって地元で人気銘柄になった。

平成29(2017)年は創業160周年、商業登録100周年のメモリアルイヤーだったが、6代目の蒔いた種のいくつかが確実に芽吹いている。さらにその芽を7代目が「父と同じく、一度全否定してから」(清史取締役)大きく育てていくことだろう。