

「やたがらす」で有名な酒造会社、リキュールでの新展開を図る

株式会社北岡本店 奈良県吉野郡吉野町

奈良の地酒「八咫鳥^{やたがらす}」の製造・販売で知られている株式会社北岡本店は、明治元年創業の老舗である。ライフスタイルの洋風化や消費者の嗜好の変化などから、清酒の需要の減少傾向が続くなか、日本古来の酒造り技術を継承しながら、時代の変化に合わせた新たな展開を図っている。

瓶の中に桜の花が漂う麦焼酎ベースリキュール「さくらさらさら」を奈良県工業技術センターと共同開発し、平成17年から販売を開始。その後、色々な味わいを楽しめるリキュールの開発に着手し、新販売ルートの開拓のほか、生産のムラの解消や経営効率の改善などにつなげている。

今後は、地域資源の活用を通して地域活性化にも貢献していきたいとしている。

会社概要



会社名：株式会社北岡本店
所在地：奈良県吉野郡吉野町上市 61
電話：0746-32-2777
FAX：0746-32-8744
設立：明治元年
代表者：代表取締役社長 北岡 篤
資本金：4,500万円
従業員：15名
事業：酒類製造販売

URL：<http://www.kitaoka-honten.com/>

古くから地元で愛飲されてきた銘酒

奈良の地酒「八咫鳥^{やたがらす}」の製造・販売で知られている株式会社北岡本店（奈良県吉野郡吉野町）は、明治元年創業の老舗で、清酒需要の減少が続くなか、日本古来の酒造り技術を継承しながら、時代の変化に合わせた展開を図っている。

同社の日本酒は、吉野ならではの厳しい寒さと、吉野川の豊かで柔らかい水を用い、森林労働の疲れをいやす酒として、また、桜を愛でる花見酒として、古くから地元で愛飲されてきた。大正時代には、「和風」という名前を付けて関東方面にも酒を売り出すまでに成長した。

同社の商標である「やたがらす」は、3本足の大きな鳥のことで、日の神（太陽）のシンボルであると言われ、神武天皇東征神話に道案内をした鳥として登場し、戦を勝利に導いたとされる。

「やたがらす」をモチーフにしたカラスは、日本サッカー協会のシンボルマークにも採用されており、その縁で同社の直売店にはサッカー選手の写真やメッセージなどが飾られている。また、サッカーボールの形をしたボトルに入った日本酒やリキュール等も販売している。

同社が推奨する主なお酒

- ◎山田錦を磨き上げ、能登杜氏の技術を全て駆使し、袋吊りした「八咫鳥 大吟醸 雫酒」
*全国新酒鑑評会で、通算9回の金賞を受賞。
- ◎幻の酒米「亀の尾」を低農薬で契約栽培し、吉野川支流千股川の伏流水を仕込みの水に丁寧に醸した逸品「八咫鳥 亀の尾仕込み 純米吟醸」
- ◎吉野杉の杉樽に肌添えし、香り豊かで爽やかなやや辛口の「やたがらす 純米樽酒 たる樽」等



左から「八咫鳥 大吟醸 雫酒」、「八咫鳥 亀の尾仕込み 純米吟醸」、「やたがらす 純米樽酒 たる樽」

同社では、毎年2月11日、酒造りの工程や新酒の香りを味わってもらおうと蔵を開放しており、例年約500人が来場する。利き酒や振る舞い酒のイベント、新酒の量り売りなどが行われる。

「桜」をきっかけに、リキュールで新展開

●春の吉野山をイメージした桜入りリキュール

「吉野の桜を持って帰りたい」という花見客のニーズに対応して、瓶の中に桜の花が漂う麦焼酎ベースリキュール「さくらさらさら」を奈良県工業技術センターと3年がかりで共同開発し、平成17年から販売を開始した。

食用に無農薬栽培した八重桜の花一輪を入れ、満開の桜でピンクに染まる春の吉野山をイメージして薄くピンクに着色している。アルコール度は11%とやや低く、整腸作用のあるオリゴ糖やリンゴ酸を添加し、さわやかな味わいで女性でも飲みやすく仕上がっている。「さくらさらさら」



●色々な味わいを楽しめるリキュールを開発

水割り・お湯割りで琥珀色からピンクのさくら色にかわる不思議な酒「さくら咲く」、高麗人参やクコなど7種の身体に良いとされる草根木皮を漬けた「八咫鳥 和・漢リキュール」や、鳥羽のパールとのコラボレーションから生まれた真珠の入った「雫月 パール」、吉野の柿や奈良県産のトマト、国産原料100%の桃・梅などの果肉(*)がたっぷり入ったリキュール「やたがらす 吉野物語 果肉入り」シリーズなどを開発・販売している。

*果肉の割合は、他社では一般的に全体の約1/7だが、同社では約1/3まで果肉を増やしている。



「さくら咲く」と「やたがらす 吉野物語 果肉入りとまと」等

北岡社長は「これまで販売は問屋任せでしたが、桜のリキュール販売がきっかけで、新しい販売ルートを開拓することができました」と語っている。実際、独自商品のリキュール販売が、全国卸、量販店、専門店などとの取引深耕にもつながっている。また、取引の無い先からも、直接、プライベートブランドとしてリキュールを開発・製造してほしいとの要望も増えている。

このほか、リキュールの展開は、①各地域の産物を利用することで多種多様な品揃えが可能になる、②夏場も忙しくなり生産のムラがなくなる、③運転資金の回転期間が短くなり経営効率が改善する、④新商品開発への対応で人材育成に貢献するなど、さまざまな効果を同社にもたらしている。

地域資源の活用を通して地域活性化に貢献

昨年7月、地域産業資源活用事業計画「クズと大和茶を活用した“業界初”の『葛のジュレ・リキュール』の開発及び販売」の認定を国から受け、新たな取組みを行っている。

本事業では「葛葉を清酒、蒸留酒に漬け込みエキスを抽出」したものに「葛粉のとろみ」を加え、更に「粉末の大和茶葉」を添加した『葛のジュレ・リキュール』を基本ブレンド商品とし、それを発展させた梅・柿・吉野杉の3種類のジュレ・リキュールも展開する。

本品の開発に不可欠なクズの確保では、JAとの連携により、平成20年度より日本で初めてとなる一般農家によるクズの栽培に着手することにより地域の活性化にも貢献している。

ライフスタイルの洋風化や消費者の嗜好の変化などから、清酒の需要の減少傾向が続いている。北岡社長は「清酒専業のままなら潰れていたと思います。これからは、お客さまの役に立たないと生き残れません。地元産、吉野のイメージにこだわりを持ってリキュール部門での新展開を図りながら、本業の清酒部門の伝統を守っていきたいと考えています」と語っている。

(島田、山城)