

[GRAPEVINE]

観光とワインの県—山梨

モンデ酒造(株) 取締役製造本部長 佐藤健臣

当社の設立

1952年5月、ここ山梨県東八代郡石和町に東邦酒造株式会社として設立しました。果実酒、強精酒等の製造免許を取得しブドー酒、支那酒、ウオッカ等の製造を開始しました。ここであえてブドー酒と書いたのは、当時は一般的にワインとは呼んでいなかったためと、今の様に洒落た飲み物ではなく、果汁から造った安い酒というイメージがあったためです。日本酒の方がずっと高級品でした。そして支那酒としてはコウリヤン、パイカル、メイクイ、ラオチュウ、ウカピーなどの製造を行っていました。なぜそんな酒を製造していたのかと先輩に尋ねたところ、戦後餃子が流行った時期があり、それに合う飲み物として支那酒は大変な需要があったからだそうです。その時代は蒸留設備が不完全で回収アルコールの欠減が多かったため、税務署の方にいつも叱られていたとの話でした。ウオッカは原料アルコールを炭処理した簡単な物でした。ただし相当炭の量を使った様です。

1958年、リキュール製造免許を取得し、各種リキュールの製造販売を開始しました。そして翌々年社名をモロゾフ酒造株式会社に変更しました。ご年配の方はこの名前をご存知ではないでしょうか。

1961年、ブランデー、ベルモット、セリー酒等の製造免許を取得し、事業の拡大を図りました。そしてロスアンゼルス市のルウ・ラミショウ社と南北米大陸およびその周辺の諸島全域に対して全製品の輸出契約を締結し、リキュールの米国輸出を開始しました。翌年には、輸出製品「お茶」・「すみれ」リキュールの包装意匠が、全米酒類業界1961年度の年間最優秀賞デザイン賞としての「エドガー賞」を受賞しました。

1963年、ウイスキー類の製造免許を取得し販売し始めたのがバッキングラムウイスキーでした。本格的スコッチウイスキーで、ボトルは黒、非常に評判の良い製品でした。



(写真1) ワイン工場入り口

1967年、全世界洋酒コンクール モンドセレクションにおいて金賞(玉露リキュール)および銀賞(チェリーブランデー)を受賞しました。これに因りて社名をモンデ酒造株式会社に変更し、現在に至ります。

観光工場への転身

順調にみえた米国輸出がうまくいかず、1973年会社更生法の適用を受け、会社は規模の縮小を余儀なくされました。当時の従業員は、会社の将来を見つめ如何なる方向に向かうのか、日々考え抜いた事とします。そんな中で当時では珍しい観光ワイナリーの道を選びました(写真1)。

山梨県は観光県であり、ワインはお土産の中でも目玉的存在です。工場の見学ができ、ワインを直売で買え、しかも飲み放題というふれこみで観光客を呼び込みました。観光ブームにも乗り入客数も段々と増えていきました。週刊朝日のトップページに大きく写真入りで掲載された事もありました。NHKの大河ドラマで「武田信玄」を放映した1988年には、来場者80万人にのぼりました。

競争相手の乱立

更生計画も終え一息と思っていたところ、県下のワイナリーの中で10社程が新たに観光工場として名を上げました。それによって観光客は分散し来場者が激減しました。後からできた工場は建物は



(写真2) 試験農場



(写真3) 畑作業の様子。

新しく、雰囲気もすばらしく、売店もきれいです。昭和30年代に建てられた当社は、それらに比べると見劣りします。また旅行者に対する誘客活動も熾烈になり来場者の確保が難しくなってきました。

ここ数年価格破壊という言葉が飛び交い、旅行業界でもツアー代金の下落が進んでいます。現在関東地区出発山梨日帰りバスツアー3,980円(昼食付き)というものもあります。近所にお土産を買っていく習慣が減っている上、こういうツアーのお客様は客単価が良くありません。やはり遠くからそれなりのお金を払って泊まりでみえる来場者の方が、購買力が旺盛で、「良客遠方より来る。」と言ったところでしょうか。客単価はここ数年の大きな課題です。

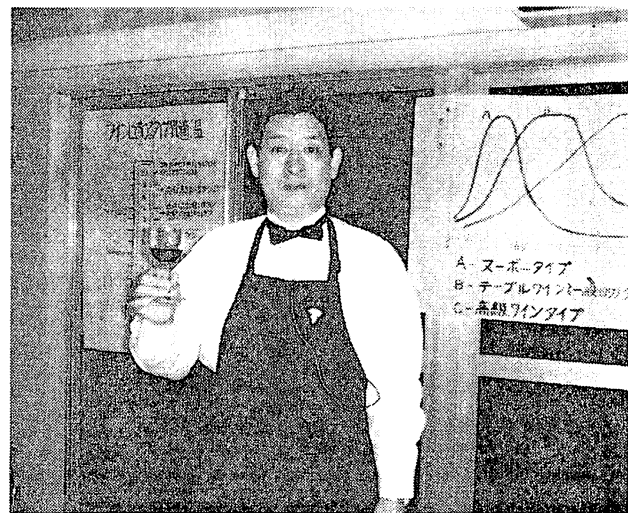
将来に向けて

近年のワインブームの影響を受け、当社の酒類製造は、リキュールより果実酒の割合が増えてきています。畑も少しですが借りて、カベルネ・ソービニオンを栽培しています(写真2, 3)。今後作付面

積を広げ、山川先生が生みの親であるヤマ・ソービニオンを植えてみたいと考えています。地元で収穫した原料を使用した味の濃い、風味豊かな赤ワインを目指して日々頑張っています。お客様もそういう製品を求めている様子が見受けられます。また樽の研究も手探りながら行っており、例えば産地、樽材の違いなどによる風味の変化も徐々に分かってきました。

当社にはワインアドバイザーが3名います。良質なワインを造る一方、ミニワインセミナーを開いて来場者の皆さんに、おいしい飲み方、保存方法などの話を面白く説明しています。「面白く」と言うのがなかなか難しいのですが、ちょっとしたユーモアが受けると、はなし家になってもなった様な気分が味わえ、やっている方もそれなりに楽しんでいます(写真4)。

最後に、当社は来年、創立50周年を迎えます。建物は古ぼけていますが常に清潔整頓を心掛け、来て頂いたお客様の、心に残るおもてなしをモットーとして、全従業員頑張っているところです。



(写真4) ワインセミナー後ほっと一息の筆者。