

5月15日開催 産業懇談会 水曜第1G・木曜G合同

旭酒造株式会社・獺祭(だっさい)について

《会社概要》

所在地 : 山口県岩国市
設立 : 昭和23年1月
事業内容 : 「獺祭」製造販売
代表者 : 櫻井 博志 氏



旭酒造が目指す酒蔵像・・・

大量販売の論理から生まれた酔えばいい、売ればいい酒ではなく、おいしい酒・楽しむ酒を目指してきました。結果として、蔵内平均精白 41%、出荷量の全てが精白 50%以下の純米大吟醸になりましたけれど、何より、酒のある楽しい生活を提案する酒蔵であり続けたいと考えています。

生活の、一つの道具として楽しんで頂ける酒を目指して、「獺祭」(だっさい)を醸しております。
(同社ホームページより引用)

(ご参考) 2009年に日経ビジネス誌で取り上げられました。

2009年7月、『日経ビジネス誌』は「売れない時代に私が売る」という特集記事の中で、『旭酒造』を紹介した。10年で生産量は5倍、売上高は4倍に急成長したが、そこには1984年に父親から経営を引き継いだ櫻井博志氏の経営手腕と精神力があった。

まず櫻井博志氏が行った改革は、製造する清酒の種類の高い普通酒から高級な大吟醸酒への転換を図った。同時に、すべての酒を純米酒のみとし、原料米も最高峰の「山田錦」一本に絞った。

次に、従来は杜氏の経験と勘に頼っていた酒造りを、経験が無い20代の若い社員でも同じ酒質の酒が造れるよう、毎年の売り上げの1割を新規設備投資に注ぎこんだ。

その結果、中小蔵では異例の「四季醸造」が可能となり、生産量は飛躍的に伸びた。

加えて、海外進出に積極的であり、約20カ国に輸出している。将来的に、海外売上比率50%を目指している。