

## トップ直撃インタビュー

### 剣菱酒造

### 白樫政孝 社長



「止まった時計でいる」と言っている。遅れた時計の針と時間が合うことはないが、止まった

ただ、家訓だけで味を変えないのではなく、それが社会に必要な商品であると思っている。時代に合わせ

「地酒」との対義に「下り酒」があるが、下り酒は地元ではなく、江戸市場に

かけて酒がよくなるのだから。味を変えないことにも関わ

理念である「時代を超えて変わらぬ味を守り続ける」について

針は1日に2回合う時間がある。嗜好は移り変わるが、必ずまた戻ってくる時があるという考え方だ。

もう一つの理由は、変えないことが理に適っているから。剣菱の酒は味が複雑

今の剣菱がある。伝統を積み重ねて得た料理との相性は、食文化がより複雑

【大阪】世界中がSDGsの達成に向けて取り組んでいる。剣菱酒造はリターンルビ

は当時飲んだ人しか確認できない。つながないと後世に伝わらない。古典の酒

重要な価値だと思ふ。木製道具の社内製造

### 主な内容

トップ直撃 白樫社長	12面
1月のみそ出荷量	9面
べんぽーシヨんだし	3面
グリコフランス食堂 新	7面
トシ「ボテトリストピザ風味」	15面
林原ライフセミナー	6面
伊藤忠商業高校の支援	5面
トイホー1月期決算	13面
フアイ統一取引先コード	12面
ネット管理サービスクラウド	8面
◎原料商品情報	89面

## 変わらぬ酒を造る「剣菱」のサステイナブル

あつたら買う、ひと手間

# 一番搾り



おいしいとこだけ搾ってる。

ストップ!20歳未満飲酒・飲酒運転。



本社蔵内に灘五郷の全ての酒が揃う「灘五郷酒所」を開店、お酒は人の輪を広げる

酒造に手をかけるので蔵人の数は90名と全国でトップクラス。うち、社員は10名で80名は酒造りを行う半年間の季節雇用だ。近年は、主業は農業で農閑期に酒造りの出稼ぎに行

(1面から続く) ノスタルジックではなく、酒造りに有効だから木製道具を使っているが、伝承していかないと、道具を作る技術や作るのに必要な道具も途絶えてしまう。

——酒米のサステイナブル 酒造りへ投資する考えから、村米制度で特A地区の山田錦の契約数が最も多い。農家の高齢化と後継者不足があり、06年に自社での米作りを始めた。耕作放棄地が広がるのは環境によくないとわかっていても高齢で耕せない。とはいえ全く知らない人に土地を貸すことには不安があった。地域と長い付き合い

——原点的な形だ 次が目標ではある。うまく回していくことが酒造に手をかけるので蔵人の数は90名と全国でトップクラス。うち、社員は10名で80名は酒造りを行う半年間の季節雇用だ。近年は、主業は農業で農閑期に酒造りの出稼ぎに行

くという昔からのスタイルだけではなく、冬に集中して稼いで夏はバカンスという人や、夏にしかできない仕事をもち冬は酒造りにくる人もいる。働き方改革が目指すような、柔軟な働き方を選べる。酒造りの技術を高めるには、毎年継続してきてほしいという課題はあるが。



「夏にオススメリワイン」



「今注目の東欧ワイン」



「自然派ワイン」

「夏にオススメリワイン」では、「グラシアンエメイエ」「ポツテガ」「ラベントス」「デイーキン」などのスパークリングを提案。「カンスモイ」は白やロゼも紹介し、「しっか

「今注目の東欧ワイン」では、ハンガリー「タリスマンフルミネント」(トカイに使用される白ブドウのブルミネント、1200円)、ジョージア「シユフマンキンツマラウリ」(固有品種サペラヴィで造った珍しい甘口赤、2070円・写真右)、ジョージア「ヴィノツテラルカツイテリ」(オレンジワイン、2520円)など。

「カルネメールナチュラルホワイト」(790円・同左)。黒ブドウを果皮のまま搾り、ややオレンジがかった色味。「味わいも良く、非常にコスパに優れた白ワイン」。このほか、イタリアコーナーで「メツツァコロナ」「ジャコモ・フェノッキオ」など、缶ワイン「パロックス」5種、RTD「カバランパーカクテル」の新商品「ハードテイ」(310ml缶、268円、夏季発売予定)などを紹介した。(小倉泉弥)

# 日酒販、自社輸入ワイン試飲会

## 定番、夏向け、東欧、高コスパなど

も提供していく。変わらない酒を造り続けること、その味を支える酒造り、必要な道具、藁縄、全てに意味があるからやる価値がある。

けるなか、「時代を超えて変わらない剣菱」の在り方は 家訓の3つ目は、お客様の手の届く範囲の価格にすること。お酒は身分や立場を超えて輪になれる

もの。一部の高所得者しか飲めないのでは本末転倒。清酒があることで人との信頼関係を築きつつかけづくりができる。また、食べ物は何倍にもおいしくなる。こんな楽しいことはない

シェリーやブランデーは「トラディション」の「クリムトラディションVOS」(1万1330円・同中)など。シェリーはいずれも20〜30年熟成で、特にオロロンやクリームが人気。 チリ「ナティバ」からは「カルネメールナチュラルホワイト」(790円・同左)。黒ブドウを果皮のまま搾り、ややオレンジがかった色味。「味わいも良く、非常にコスパに優れた白ワイン」。このほか、イタリアコーナーで「メツツァコロナ」「ジャコモ・フェノッキオ」など、缶ワイン「パロックス」5種、RTD「カバランパーカクテル」の新商品「ハードテイ」(310ml缶、268円、夏季発売予定)などを紹介した。(小倉泉弥)

日本酒類販売は15日、自社輸入ワイン試飲会を第一ホテル東京(港区)で実施した。3部制、各回定員50名。

「夏にオススメリワイン」や好調の「ドミニク・ローラン」を始め、昨年7月に取り扱い開始した「コドルニウ」など約150アイテムを披露。「コドルニウ」はハーフボトル「バルセロナ1872ブリュットハーフ」(375ml、税別希望小売価格910円)を4月1日に新発売する。