

湖国で輝く 企業を 訪ねて



郷里に美術館を開設 ワイン造りをゼロからスタート

岸本邦臣社長のご両親は、大阪でアパレル商社を経営しながら、長年かかって集めた美術品を展示するため、平成4年に故郷の永源寺に日登美術館を開設されました。

仕事でフランスに出かけることが多くワインに造詣が深かった先代社長が、鈴鹿山系の麓という自然条件に恵まれたこの地で、美術館に併設するかたちでワイナリーを開きたいという思いで立ち上げたのが、ヒトミワイナリーです。

ワイナリー経営に将来性を見出したのは、当時の日本にはまだまだワインが浸透していなかったうえ、滋賀県内でワイン醸造に取り組んでいるところが少なく、この地ならば成長が期待できると思われたからです。「だれでもできる簡単なことは、すぐに同業者が参入してきて追いつかれるので、簡単には手が出せないことをやってみようということになった」と岸本社長。

そして、アパレル商社の社員の中から選ばれた岩谷澄人さんが、京都丹波ワインの



造り手の想いを込めた 手詰めの“にぎりワイン”

株式会社ヒトミワイナリー



本社／滋賀県東近江市山上町2083
設立／平成11年5月26日
従業員／14名（パート含む）
事業内容／果実酒製造、パン製造

代表取締役社長
岸本 邦臣氏



醸造人大川勝彦氏の教えを受けながら、ワインづくりをゼロからスタートすることになりました。

販売に苦戦 “にごりワイン”が転機に

試験醸造を経て平成3年に本免許を取得し、いよいよワインの販売が始まったものの、当時国産ワインの認知度はまだ低く、知名度のない滋賀県のワイナリーの製品はまったく売れず、在庫の山を抱えることになりました。

何が顧客の関心をひく決め手になるのか、どうすれば売れる製品が造れるのか長く手探りの状態が続きました。

そんな中で、岩谷さんは醸造タンクの中の発酵途中のワインのおいしさを、消費者にも届けることはできないかと考えるようになります。

ほとんどのワインはろ過して^{おり}を取り除いた後、販売されています。食物繊維や酵母をそのまま残した無ろ過のワインは、見た目は美しくないのですが、味に深みがあり、ぶどう本来の旨味や香りをダイレクトに味わうことができます。ただし澱が溜まるため、機械は使えず、瓶詰め作業は手詰めに限られます。

同社が試しに手詰めの無ろ過ワインを売り出してみたところ、めずらしさも手伝って話題になり、「飲んでみるとおいしかった」といった反響が続々と寄せられるようになりました。

初年度は500本出荷した“にごりワイン”ですが、年々注文が増えたため、10年目に思い切ったろ過装置をなくして、すべて“にごりワイン”として販売することにしました。

現在の出荷量は年間10~11万本、機械を使わずワインを手で瓶詰めて出荷する作業を行う期間は戦場のような忙しさになります。「大きなワイナリーでは、オール手詰めなどとてもできないこと」と岸本社長。小さな蔵ならではの造り手の想いがこもった製品が、顧客を惹き付けるのかもしれない。



「にごりワインを手詰りするポンプ」

提携農家のほか自社農園も ぶどうへのこだわり

ヒトミワイナリーのもう一つの大きな特徴として、原料であるぶどうへのこだわりがあります。すべてが国内産ぶどうで、流通業者を通さない提携農家のものを、山形などの生産地から購入しています。また、ワイナリーの近くには自社ぶどう園を所有するほか、

県内の農家にも生産を委託しています。

一般に食との相性が悪く、ワイン醸造には適さないと言われてきた、「ラブラスカ系ぶどう」の代表品種「デラウエア」を使った、フルーティーなワインも同社の得意とするところ です。

また、同社では酸化防止剤（亜硫酸塩）の使用を極力抑えて、日本の使用許容量350ppm*に対して20ppmから0.01ppmと極めて低いものや、無添加のワインを製造しています。酸化防止剤の使用量を抑えられるのは、原料のぶどうのクオリティーにこだわり、傷みのない新鮮なものだけを使っているからです。

こうして、“にごりワイン”の魅力がワイン愛好家に知られるようになると、ネット通販で購入したり、遠くからワイナリーを訪ねてくる顧客も増えました。さらに、平成25年には県の「ココール マザーレイク・セレクション」に選定されるなど、滋賀県の特産品としての知名度も高まりました。

ワイナリーに併設されたショップでは、ワインといっしょに楽しむパンの製造販売を手がけるほか、ワインに合う食材なども提案しています。



「これからもよりおいしくするための努力は惜しまない。例えば、原価が上がっても原料にこだわることで、どこにもまねできないクオリティーを追求していきたい」と語る岸本社長。「今の時代に取って原価率をあげてみようというのは、利益だけを追求するのではなく、身を切ってやる覚悟がないと、本当のワイン文化は根付かないという思いがあるから」と、決意を語ります。

そして、「ワインを製品として世に出すまでには、時間がかかるもの。例えば熟成ワインは3年はセラーで寝かさないといけないため、今後こういった商品を増やしていくには、資金面でのサポートが必要になります。信用保証協会とよい関係を築いていければと思います」ということからは、さらによりものを追求していきたいという熱意が感じられました。

*ppm（パーツ・パー・ミリオン）：100万分のいくらかという割合を示す数値。水溶液中の濃度では、1kg=1ℓとなりmg/ℓ=ppmとなる。

Message

本物にこだわり未来に続く会社に

なかなか売れない悪い時があったから、ぶどうと手詰めにこだわった“にごりワイン”に行き着くことができました。造ったものがすぐ売れていたら、わが社らしいワインを工夫することはなかったと思います。そういう意味で“悪い時はいい時”と言えるかもしれません。

「ものづくりを通じて文化を創造する」「よいもの、本物にこだわる」「この地ならではのものを創る」ということをスタンスにして事業を継続していくと、お客様にも地元の人々にも喜んでもらえるし、ものづくりをしている私たちも喜びを得ることができると思っています。そうすることで、未来へ続く会社になると思っています。



企業ポリシー

- この地ならではの
ワイン文化の創造と発信
- クオリティーの追求とそれを
誇る企業文化の醸成
- 美術館を含む
文化事業の継続と、
未来へ続く企業経営