

女性の視点と感性を生かす 県内唯一の女性杜氏

有限会社佐藤酒造店 佐藤麻里子さん

地酒

越生梅林

清酒
越生梅林

(有) 佐藤酒造店

弘化元年創業



期待される女性の商品開発

一般的に、世の中の消費の8割は女性がコントロールしていると言われています。また、近年は女性の社会進出の拡大に伴い、既婚・未婚を問わず、購買力の高い女性が増加しています。

そこで重要視されるのが商品開発時における女性の視点と感性。女性に欲しいと思わせる商品づくりこそが、現代の消費社会を生き残るための大きなポイントになっています。

日本酒を造る一人の女性杜氏

酒造りは男性の仕事という先入観はありませんか。それもそのはず、日本の酒蔵は最近まで「女人禁制」の厳格な職場でした。今でこそ女性のいる酒蔵も出てきましたが、全国で1500軒以上ある蔵元のうち、まだ数十軒ほど。そんな男性社会の中に若くして女性杜氏として飛び込んだ佐藤酒造店（津久根）の長女、佐藤麻里子さん。

杜氏は酒蔵の最高製造責任者。その人の技量が酒の出来栄に大きな影響を与えます。今回は、女性杜氏として酒蔵で活躍する佐藤さんにお話を伺いました。



きっかけは「おいしかった」の声

「杜氏という仕事に興味を持ったのは高校生のときです。販売を手伝っていると、お客さんから「おいしかったよ」と言われるのがうれしくて、次第に蔵の仕事（酒造り）にも興味を持ち始めました。」と語る佐藤さん。しかし、そのころはまだ自分が杜氏になるとまでは想像もしていなかったそうです。

杜氏になろうと決心したのは大学生のとき。在学中に酒造りの学校で2年間学んだのち、蔵で働く社員杜氏に酒造りを教わりながら、本格的に働き始めました。

苦労にも勝る酒造りの面白さ

酒蔵の仕事は手作業が多く、水仕事や力仕事が多い。初秋から5月連休までが酒造りシーズンで、その間は朝も早く、休みのない大変な仕事です。

「お酒は生き物のようなもので、その年のお米のでき具合や蔵の気温だったり使う水によって全く違う味になるんです。同じように造っても全く同じ味にはなりません。それが面白いから辞められないです。」

新ブランドへの若き挑戦

杜氏になってまずはこれまでの商品



製造に着手。出来は上々で周りの信頼を得られると、2年目には女性向け新ブランド「まりこのさけ」の製造に挑戦しました。

現在、佐藤さんとともに働くのは若い男性社員。「新たなことをやりたい」ときにするなり入れるのは若い人しかいない職場の大きなメリットです。父（社長）も、不安はあると思いますが、何も言わずに見守ってくれています。」

日本酒で新規顧客を開拓する

日本酒というと、男性が好むお酒のイメージがありませんか。味はもちろん、瓶は茶色や緑色で、力強い漢字のラベル、男性に受けそうなデザインです。そういった商品にも良さはありますが、女性や若い人はなかなか手に取ってくれません。

「スーパーマーケットで並んでいるお酒を選ぶとき、知らないブランドであれば、私だったらキラキラしたかわいいうデザインのお酒を選びますよ。」というおと、**「まりこのさけ」**は、瓶は一般的なサイズより小さめの500mlで、ラベルもシンプルで可愛い見えた目。それに加えて繊細できれいな味なので、女性や日本酒初心者でも手軽に購入できるお酒です。

デザインに目をつけるあたりは、女性杜氏である佐藤さんならではの。現在は、梅やゆずを使った日本酒ベースのリキュールやお菓子も造っています。商品の幅が広がったことで、今まで

ご来店いただいたお客さんに加えて、女性や若いお客さんが増えてきたそうです。

飽くなき探究心と今後の展望

佐藤さんたちが今目指しているのは、「ふくらみがあつて後味の軽いお酒」。理想の味を追求する一方で、今あるブランドのシリーズ化も進めています。

小さな背中に大きなプレッシャーを背負いながら「蔵元の伝統は守りつつ、新たなことにどんどん挑戦したい。」「1本1本が勝負」という気持ちで働いていきます。」と、力強く語ってくれました。

