

# 広報委員長が行く！

## (名) 野口酒造店

代表：野口 英一郎氏



1860年に創業され、長い歴史と伝統を誇る府中の酒蔵、野口酒造店さん。地元の名産品である

「**国府鶴**」を製造し、地域の文化と祭りを支え続けています。

今回、代表の野口さんにその歴史や酒造りへの情熱、そして未来への展望などについてお話を伺い、利き酒に酒蔵見学までさせていただきました！

2024.8.19 取材



堀江さん

この酒蔵、素晴らしいですね。



野口さん

いやー、大変でしたけどね。  
計画を立ててから5年くらいかかりました。

野口さん：本当はもっと前から酒造りを始めたいなって思っていたんですけど。一番きっかけになったのが農工大（東京農工大学）さんとの産学連携です。

堀江さん：それ聞きたかった。農工大さんとの産学連携の中で何がきっかけになったんですか？

野口さん：もともと自分の中で（お酒造りを）やりたいという気持ちがあって、本当はもっと以前から考えていたんです。

でもただ単に復活しましたというのだとあまり意味がないというか、復活させるんだったら地域の発展だとか地域振興などの形に繋がりたいなと考えながら始めました。

その中で2020年に農工大の大川先生がたまた、農工大で新しいお米を開発したのでお酒を造りませんか、ということで当社にご依頼が来て、これはいいきっかけになるチャンスだと思ったんです。

そこから、農工大さんと産学連携の協定を結んで、農工大さんが作ったお米で日本酒作りを復活させようというところでスタートしました。

この工場でもともと（お酒を）作ってたのは昭和の終わり頃くらいまで、1985年くらいですかね。それ以降はこの近隣、甲州街道もアスファルトになって、マンションもどんどん建って、土地開発が進んで。うちの昔あった酒蔵は浅井戸だったんだけど、粉塵とかそういったものが、やっぱりお酒に悪い影響があったんです。それで品質がどんどん下がって行って、先代の父が意を決して、酒造りは長野県の縁戚関係の酒蔵へ委託醸造しました。



野口さん：そこから約40年ぶりぐらいに復活させたんですけど、酒蔵を改築する上でもノウハウが必要で、普通の建築で建てると全然違う構造になってしまうので。そこもやっぱり産学連携の中で、北海道にある帯広畜産大学のキャンパス内にある、うちと同じ敷地面積の本当にコンパクトな酒蔵で酒造りをしている上川大雪酒造さんという酒蔵を紹介してもらって。中を見学させてもらったりとか、そのノウハウをいろいろお話を聞かせてもらったりというところで、酒造りについていろいろ情報交換させてもらって。

その頃はコロナ中だったんで、上川大雪酒造の杜氏さんとZOOMでいろいろ打合せをしながら、コロナがちょっと落ち着いた頃に実際行ったりしました。本当にうちが理想とする規模の大きさだったので、なんとかご協力いただけないかって話をしたら、ちょうど上川大雪酒造さんのコンサルティング会社を立ち上げたばかりだったということで、その上川大雪酒造さんの設計をされている方に依頼をしてこの酒蔵の設計図を引いてもらったんです。そもそもこの酒蔵を一回壊して、新しく建て直せばいいんじゃないかと思ってたんですけど、この土地の用途部分が、商業地域というか住宅地域なんですね。



堀江さん：え、この辺は住宅になるの？

野口さん：ちょっと詳しくは分からないんですけど、ただ工場としては建てられないんですよ。建てられるとしても150平米までしか建てられないので。150平米というと、だいたい50坪くらいになると思うんですけど、そのくらいの規模だと酒造りできないと思うんですよ。で、今この敷地面積の方が全然広かったんで、じゃあこの建物を残したまま中を壊さないで全面的にリノベーションしようという方向になって、中を全部改装しました。

それもすごく苦勞しまして、いかに限られた建物のスペースの中を効率よく酒造りができる設備を導入するかというところで、いろいろと頭を悩ませて。そこもその設計士さんにいろいろとご苦勞いただいたんですけど、そこに杜氏さんも入ってもらって。

野口さん： その杜氏さんともまた産学連携の中でいい出会いがありまして、農工大さんの方から東京の大学間でどなたかいい人いないかという話をいろいろと聞いてもらって、そしたらちょうどいい人がいるよ、って紹介してもらったのが木下<sup>きのした</sup>大介<sup>だいすけ</sup>さんです。



もともと佐賀県で酒造りをされていて、お兄さんが社長で彼は管理職の人たちを管理するような立場の仕事をしていたのですが、どうしても酒造りをしたという思いがあって、もし東京で杜氏を探すようなお話があったら紹介してくださいと探していたみたいで。

今、東京に酒蔵が10軒あるんですけど、その中でもうちはまた新しく復活させるという酒蔵なので、本人もとてもやりがいを感じてくれたみたいでお母さんと奥さんと子供を連れて、佐賀県から東京へ引っ越してきていただいて今は東京に住んでいます。

堀江さん： 佐賀から引っ越して来てくれたんだ。

野口さん： その杜氏と出会ったのが2021年くらいで、まだその時彼は佐賀県に居たので、そこもZOOMや電話とかメールでやり取りしながら、実際に酒蔵の図面を引き始めたのが2022年くらい。図面の作成とか機械や設備の導入についていろいろと話し合いを重ねていきました。それで昨年の秋ぐらいから工事に入って、今年の3月に完成しました。



そして酒づくりをする上では当然、水が必要です。昔の井戸は枯れていますし、だから新規でまた井戸を160メートルくらい掘りました。

今、府中の水は、PFAS<sup>ピーファス</sup>による井戸水や水道水の汚染などの話しが出ています。それも絶対大事なことなので、全部水質検査をして<sup>ゼロ</sup>0のステージだったので、本当に安心安全です。硬度48くらいの軟水で、サントリーさんとかは炭沢山水系の水なんですけど、うちはまた違う水脈で、武蔵野大地の地下伏流水になるんです。

野口さん：そして準備が整ったんですけど肝心なお米っていうところで、農工大さんと武蔵の国日本酒テロワールというプロジェクトを、共同推進していく協定を締結しました。農工大さんで開発されたお米を武蔵の国で作ってもらって、それを使った酒造りにチャレンジしています。武蔵の国というのは、東京都と埼玉県全部と、神奈川県横浜と川崎の辺りをまとめた、本当に広い地域なんです。武蔵の国の創始者が大國魂神社で、元々うちの酒造り創業のきっかけは大國魂神社の御神酒を作ることございますので、やはり武蔵の国というところには拘っていきたいと思います。武蔵の国でとれたお米でお酒を醸して神社に奉納する、奉賛するというのがやはり本質かなと思いました。

それを神社だけじゃなくて広く地域の方たちにも知ってもらえれば、地域の活性化にもつながるし、ただお酒造りを復活させるだけという意味ではなくて意義というか、1つの要素になるのかなと思って。武蔵の国、府中の地酒であり、東京都の地酒として復活を目指しました。

堀江さん：いや、素晴らしいですね！  
非常に素敵なストーリーに、それにタイミングも合って、それで今ここまで来ている。



野口さん：そうですね。  
ただ、武蔵の国日本酒テロワールプロジェクトを進めているけれども、今作っている酒の量に対して武蔵の国産の米というのは、まだまだ全然足りていないというのが現状です。だからこれから先は他の酒造好適米といったものも一応使っていこうかなと思います。でも少しずつ地元産の米を増やしていけたらなと思っています。



野口さん： ちなみに、去年収穫したさくら福姫というお米で作ったお酒が、9月に発売しています。これは農工大さんの本町の税務署前にある水田で作ったお米と、埼玉県の農家さんに作ってもらったお米の酒です。あと府中市で賛同していただけた農家さんが4軒ございまして、その農家さん4軒でも作ってもらっています。だから今年それが収穫されると収穫量としては前年より多くなるので、もう少し量を増やして作れるかなと思います。武蔵の国産のお米で作った日本酒っていうのは、今年の年末か来年の初秋ぐらいから少しずつ発売できるのかなと。



堀江さん： そうして武蔵の国で作られたお米でお酒が造れるようになって、物語が完結していくんですね。

野口さん： あとは酒蔵の特徴として、酒作りって普通は冬季上層、10月頃から3月～4月くらいまでの間にいっぺんに作るんですよ。でもうちの場合は、1年間酒作りができる環境を作ってます。冷房などの設備で、基本的にいつも冬みたいな感じの環境を作っていくから、1年四六時中作れるんです。10月から作るお酒も、週1本くらいずつ年間で30数本くらい仕込むんですけど、普通の地方の酒蔵さんだとその何十本のお酒を一気に造るんですよ。で、ぼーんとたくさん作って、一年間かけて販売するんです。うちの場合は基本的になくったら作って、なくなったら作ってという形で、常にフレッシュなお酒を提供できるのが特徴です。絞りたてのフレッシュなお酒として、みなさんにお届けできるという。コロナでお酒を飲むなみたいな風潮があった時、地方の酒蔵さんでは1年分作ったお酒が一気に動かなくなった。それってもう全部不良在庫で.....それでコロナが何年も続けばそのお酒を売ることになる。在庫でずっと置いといたものを何万本とか。それってすごいリスクだと思うし、万が一、そういう状況になったら酒造りをしなければいい。そういったリスク回避にもつながっているのかなと。酒造りのリスク回避プラス付加価値。

逆にこの規模の酒蔵だからこそできる通年型の酒造りというか、小回りが利くからできるお酒造りをプロデュースする。

これがうちの販売宣伝の1つです。



堀江さん：すごい。完璧な筋書きだね。何年もかけて考えて、それを実現させた。これはもう競争戦略の教科書に載るようなストーリーですね。

野口さん：やっぱりある程度ストーリー性がないと、ただ復活したってだけじゃ売れないんですよ。復活蔵って沢山作られるものがあるので。例えば、異業種の方がM&Aで酒蔵を買収したりとか。



じゃあうちだったら何ができるの？って考えた時に、まず1番最初に思ったのが、東京の人が地酒を飲もうと言うと新潟県とか北の方のお酒のことを地酒と言うんですよ。僕は東京都の人が地酒を飲もうよと言った時に、じゃあ東京の地酒だよねと言ってもらえるような酒蔵にしたいなと思っています。

東京へ旅行に来た時とか、お土産とかで買ってもらいたいんです。東京に来ないと手に入らないおすすめなお酒というところでも、ちょっといろいろ取り込んでいきたいなと思います。よく新潟とかのお酒を、絞りたてのお酒ですって言って発売してますけど、大体東京に来るまでに何日か経っているわけですよ、結局は。本当に絞りたてではないわけです。うちの場合は絞って翌々日には、東京都の方たちの口の中に入れていただくことができるので、それも最大の強み。本当に絞ってすぐのお酒っていうのも楽しんでもらえるから。

東京の酒蔵って10軒くらいあるんですけど、まだまだ東京の地酒として一般消費者にはまだまだ認識されていないのかなと思っています。そこで僕はさっきお話ししたような形で、いろんなストーリーや付加価値をつけた形でどんどんPRして行って、お酒を飲むときに「ああ、そういえばこれ話聞いたことがある」とか、そういうちょっとしたネタとかきっかけになってくれたらいいなと思って。

堀江さん：そこに繋がっていくんですね、たとえば神社のお神酒も。

野口さん：そうそう。市内の農家が作ったんだよってなると、お土産としても良いですし、ちょっと買って飲んでみようとか意外にいけるじゃないか、と。



堀江さん：まさにそれがストーリーだね、すごいなと思って感心しています。  
野口さんの会社は創業して164、165年経って今6代目、7代目？

野口さん：酒蔵としての文化は、7代目です。

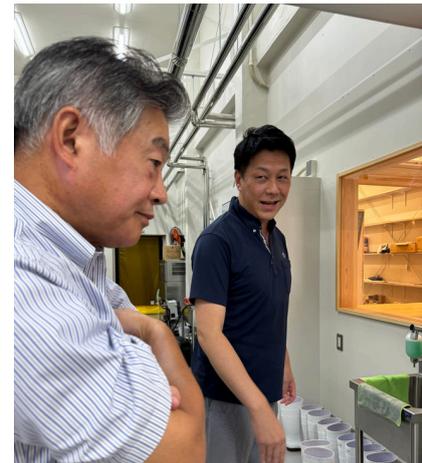
堀江さん：野口家っていうのはもともと、神の人って書く<sup>じにん</sup>神人で、大國魂神社の中  
においては特別な位置づけをお持ちの、いわゆる準神職みたいな感じな  
んですよね？  
それでももともとお酒造りもしたかった？

野口さん：もともとはいろいろな神社の祭事とかそういったものをお手伝いをしたり  
とか、神事に携わったりとか、そこからお神酒作りの依頼を受けて作り  
始めたんです。

最初サントリーに就職して、京都で仕事をしてました。酒造りを復活させよう  
というところまで考えてましたけど、その時はまだ酒造りはやっていなくて。  
でも中久本店に戻ってきて仕事をしていて、やっぱりまた地元で地酒を作っ  
てほしいというお客様もいて。そういうお客様からの声を結構いただいてたし、  
何よりも東京で10蔵しかない酒蔵の1つというところで、自覚というかプライド  
といったところで、作品作りを成功させるのがご先祖様の思いを繋げる、  
創業者の思いを繋げる場所だろうと思ってはいた。でもそのきっかけがなかった。

うちの父が市長だったのでいろいろ相談もしたんだけど、（お酒を造る）  
時間も取れないし、父はうちの一番つらい時期を知ってるから、やめた方が  
いいっていう思いだったみたいです。それに空調もコントロールするし、  
タンク1本1本全部温度管理して温度と湿度、両方の管理が必要。なので酒造り  
は時間もお金もかかるし、しかも儲からないって話なんですよ。

堀江さん：お酒造りのような伝統的な商売って、日本全体で見ると市場規模は縮小傾向が続いているじゃないですか。手間暇をかけるところは絶対大事だと思うんですけど、そういう稼業でまたいろいろチャレンジもされていらっしゃるの、その辺りのところも聞きたいなと。



野口さん：お酒造りって、職人の手をかけるところは絶対に大事なんだけど、それ以外のところは機械に任せてもいいのかなという部分もあります。例えば麴を作ったりするとき、寝泊まりをしなければいけない。で、夜中の3時ぐらいにもう一回切り返しという作業とかいろいろあって、非常にブラックな感じの業界だったんですよ。けど今そういうのをやっているると新しい人、従業員も集まらなくなってしまう。うちの場合は基本的に週休2日制もしっかりとやっているし、年間休日101日とか、出勤時間も基本的に8時から夕方5時までとか、そういうふうに労働規約をしっかりと決めた中でやっています。その環境を作るためにはどうするかというと、やっぱり機械に頼ってもいいと思っているんですよ。今の杜氏さんはそういう条件に対するご理解が非常に深い方なんです。



昔のままのところも結構あると思いますけど、それだとどんどん衰退してってしまうので、やっぱり働きやすい環境と、そのためにはどうしたらいいかというところで、設備の導入とか作業効率の見直しは必要だと思います。

だからここを設計するときも小人数で酒造りができるという作業効率を考えています。

普通の酒蔵さんは冬の間で一気に10~20人くらいで造るんですよ。でもうちの場合は一年間のんびり安定して常に新しいお酒を造っていくので、5人で大丈夫なんですよ。

だからその小人数の中でしっかりとした高品質で、かつ従業員にもストレスをかけない酒造りが、逆にお酒本体にも良さが出てくるなと思っていて、そこも一つ私たちが取り組んでいるところですね、労働環境の改善に合わせた酒造り。

いろいろチャレンジしていくのは、酒蔵の蔵元としての誇りというか、プライドというか.....やっぱり、伝統をつないでいくこと、紡いでいくことってというのは、使命だと思っています。

野口さん：僕の好きな言葉は、「継往開来」なんですけど、先人からの事業を受け継いで、新たにそれを切り開いていくという意味なんで、僕はそれを実践したいそれが蔵元として、七代目としての使命だと思ってます。あと、どうしてもやりたかったのは、日本一美味しいお神酒を作りたかったんです。



お神酒って、お酒としてはイメージ悪いんですよ。だから是非飲んでもらいたい。飲んでもらった時に美味しいって思ってもらえれば、どの酒だろう、飲み行こうぜってなると、それも一つのうちの酒作りに対する思いがお客さんに届いた瞬間だと思って、やっぱりお神酒作りが始まりですし。

お神酒って年間で5万本くらい出るんですよ。5万本のお神酒のうち半分も消費されないかな、多分。それを飲んでもらって美味しいと思ってもらえれば、みんなの見方も変わってくれるかな、と思って。

堀江さん：年間5万本だと、確かにいろんな人に飲んでもらえるね。

野口さん：お神酒ってというのは、そもそも神事を終えた後に直会なおらいってってお神饌しんせんとか、神棚に供えてあったりとか、（神様に）あげたものも一緒にいただくっていうことが、神様と交流するっていう意味合いを持つんですね。



だから、お神酒もぜひ飲んでいただきたくて、日本一美味しいお神酒を作りたかった。

そして、やるからには商売ですから、ある程度は儲けないといけないなというのがありますので、さっき言ったような作業の効率であったりとかっていうのも大事。入って育てても辞めちゃう人も結構いるので、定着率というかいかにかに有能な人材をしっかりと確保できるか。それは給料だけじゃなくてやっぱりやりがい、あと労働環境だと思うんですね。今の若い人たちって給料も大事だけど、やっぱり自分の時間をいかに持てるかというところをすごく重要視している人が多くて。だから休みと労働時間、やりがい、そのための先行投資ですね。

堀江さん：素晴らしいですね。

堀江さん：ちなみに野口さんは商工関係をはじめ、地域のいろんなお仕事もたくさんされているじゃないですか。時間足りなくないですか？

野口さん：全然足りないですね。

だけど酒造りの方に関しては、杜氏の木下が陣頭指揮を執ってくれる。そこはもう本当に信頼してお任せしながら、逆に彼も信じてくれて、僕も一緒に酒造りの計画を立てたりもしますし。

堀江さん：自分のプライベートの時間はなくなるでしょう？

野口さん：まあ、でもそれはしょうがないじゃないですか。経営者って、プライベートの時間はないでしょう。（笑）

堀江さん：確かにね。でもご家族は反対されていなかったですか？

野口さん：全然。息子がいて大学4年生で来年就職なんですけど、本人も継いでいくという意識を持ってきています。だからじゃあここは俺が全部立ち上げて、ある程度しっかりと時間を使って、8代目に引き継いでいこうと。

だから第2創業期ですね、うちにとっては。第1の創業期は初代からですけど、うちの第2創業期は2024年。酒蔵としてはもう一度の再スタートかなと思っています。そしてここから次の世代につなげていきたいと思っています。



堀江さん： 不易流行ってホームページに載っているんだけど、これはお父さんの言っていた言葉？

野口さん： はい、父がよく使っていました。不易流行と古壺新酒。  
古い壺に新しい酒、伝統を守りながら中身を常に変えていくことが伝統の核心である、というところで。伝統というものは本質は残したうえで中身を変えていかないと、伝統として残っていかないとと思うので。だから僕が先人から繋いできたものを変えていくもの、それらを合わせて次に繋げていく。

堀江さん： 150年以上続くブランドを維持するというのはそういうことか。

野口さん： そういうことだと思いますね。  
芯としての軸をいくつか残しつつ、しっかり変えていく。だから創業のきっかけになったお神酒作りが柱ですね。

堀江さん： 最後に、今インスタグラムの発信をしていると思うんですけど、あれも野口さんが？

野口さん： いえ、別に広報担当の女性がいます。SNSは本当に有効的に活用していこうと思ってて、やっぱり今の営業ツールの一番重要な部分だと思ってるんですよ。

でもまだ宣伝広告も紙媒体が多い傾向がありますよね。正直あまり見る人も少ないのかなと思うので、広報協賛の依頼がくれば協力しますが、基本的には自社のものに関してはSNSを使って、とりあえず口コミの拡散とか要はお金かからないけど魅せるような方法をとっていききたいなと思います。

今の人たちって情報を自分から取りにいくっていうのがもう根付いてるから、だからこっちから発信していかないと取りに来てくれないんですよ。その人たちが興味があるから自分で情報を取りに行くわけです。そこはどんどん拡散されていって、どんどん横に繋がっていくとこんなの欲しかったんだよ、ってインスタで言ってもらえたら、それでわーっと広がっていくので、本当にいい広告です。

堀江さん： 今日は本当に面白い話が聞けました。ストーリーが本当に素晴らしいですね。お時間いただいてありがとうございました。



## Attention

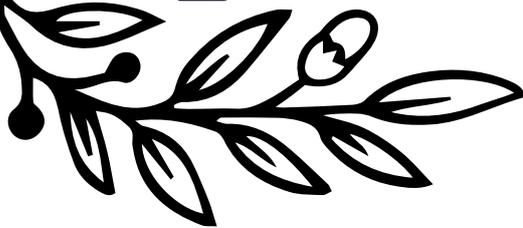


2024年12月5日、杜氏・蔵人等がこうじ菌を用いて  
長年の経験に基づき築き上げてきた酒造り技術として、  
**「伝統的酒造り」がユネスコ無形文化遺産**  
に登録されました。

これからの伝統的な酒造りへの期待はますます高まっています。



[ユネスコ無形文化財「伝統的酒造り」公式ページ](#)



## 合名会社 野口酒造店

変えてはならない独自性を持ちつつ、変化や流れには  
柔軟に対応するという意味の「不易流行」  
古きよきものは大切に継承しつつ、常に新しいものを  
取り入れていくという意味の「古壺新酒」  
この2つの言葉を経営理念に、地元府中に根差す  
お酒を造っていきます。

本社事務所2-4-8

〒183-0056 東京都府中市寿町

TEL：042-361-2221