

探訪

経営者

INTERVIEW

発酵を健やかに美しく。 ~Fermentation, Healthy, Beauty.~

株式会社 越後薬草

1976年の創業以来、約半世紀にわたって健康と美容をテーマにした商品づくりを手掛けてきた株式会社越後薬草。2020年には、新規事業としてスピリッツ（蒸留酒）の製造・販売を開始し、オリジナルブランド「THE HERBALIST YASO」を立ち上げました。

今回は、2019年に同社代表に就任した塚田和志社長から、これまでの経緯や新規事業の展望などについて、お話をうかがいました。

■ これまでの経緯をお聞かせください

当社は、先代社長である私の父が1976年に設立した会社です。先代は、代々続いた漁師の家に生まれ育ち、自身も高校を卒業すると遠洋漁業の漁師になったのですが、やがて地元・上越地域の特産物を

【会社概要】

会社名 株式会社 越後薬草
代表者 代表取締役 塚田 和志
本社所在地 上越市大字小猿屋73番地
創業 1976年
社員数 約50人
事業内容 健康食品・キムチ・酒類の製造・販売

活用した仕事をしたいと考えるようになり、一念発起して自ら会社を興しました。

その際に目を付けたのが、お灸の原料として全国有数の生産量を誇る地元産のヨモギと、醸造が盛んな当地の酒蔵から大量に発生する酒粕でした。お灸を作る際に発生するヨモギの薬材と、清酒の製造過



本社敷地内の「越後薬草蒸留所」

程でできる酒粕というふたつの副産物を有効に活用して、何か新しい商品を開発できないかと考えたのです。試行錯誤の末に、先代はヨモギの食物繊維と酒粕を混ぜ合わせて発酵させ、家畜用の飼料を作るというビジネスをはじめました。

事業が軌道に乗ってくると、その後は野草と発酵の力を組み合わせた野草酵素の研究を本格的にスタートさせ、健康と美容をテーマとした様々な商品開発を展開していきました。

■ 現在は、どのような商品を作っているのでしょうか

当社における現在の主力商品は、独自の発酵技術で作る「株式会社越後葉草の酵素」です。この商品は、上越地域に自生するヨモギ等の野草をはじめ、果物・野菜・海藻など80種類に及ぶ原料を陶製のかめに入れ、発酵・熟成させて作ったエキスです。すなわち、野草という「素材」、陶製かめという「器」、そして発酵に適した上越という「風土」の3つの要素を掛け合わせて作った商品で、酵素業界では唯一、医学団体日本成人病予防協会から品質と安全性を評価され、推奨品として認可を受けています。



越後葉草オリジナル商品の一部

なお、この商品は、長年にわたって「野草酵素 萬葉」の名称で全国のお客さまから親しまれてきた当社の看板商品になりますが、2022年に創業45周年を迎えたのを機に改称し、合わせてパッケージの刷新を図っています。

このほか、ヨモギを原料とした各種商品や、酵素入りの「まいキムチ」などもご好評をいただいております。

り、いずれも皆さまの健康と美容の増進に寄与する品質と自負しています。

■ 2020年からはアルコールの製造・販売を開始していますが、きっかけは何だったのでしょうか

当社は、2020年にスピリッツ（蒸留酒）の自社オリジナルブランド「THE HERBALIST YASO」を立ち上げ、新規事業としてジンなどのアルコール類の製造・販売を開始しました。このジンは、酵素の製造過程において、野草を発酵させる際に発生するアルコールを原料としているため、ハーブの香りが高い上品な味に仕上がっている点が特徴で、「YASO」のネーミングも「野草」の響きと「80」種類の野草類を原料としてブレンドしているところから名付けたものとなっています。



「THE HERBALIST YASO」のブランド名でジン、アブサンのほか、ノンアルコールジンなどを展開

もともと、お酒を造ろうと言い出したのは先代で、酵素を製造する際に副産物として発生するアルコールを有効に活用したいと考えて、2018年に蒸留器を導入したのがはじまりでした。先代は、焼酎造りを目指して研究開発を重ねながら、酒造免許を取得すべく奔走していましたが、その最中の2019年2月、心筋梗塞で急逝しました。

このため、当時営業を担当していた私が急遽社長に就任することになったのですが、何しろ突然の出来事でしたから、引き継ぎも何もありません。私はいきなり、会社の経営全般を掌握しながら、先代の遺志を受け継いでアルコールの新規事業を立ち上げるといった難題に直面することになったのです。

■ 苦難を乗り越えてアルコール事業を軌道に乗せていけますが、なぜジンだったのでしょうか

創業者であった先代は、強力なカリスマ性で社員を引っ張っていましたが、新米社長の私に同じことができるはずありません。そこで私は、組織体制を整備して、適材適所に有能な人材を登用しながら、各社員に仕事を任せていくことにしようと決めました。しかし、アルコール事業に関しては、今まで健康食品しか扱ったことのない当社が未知の分野に挑むわけですし、先代の想いが詰まった事業でもありましたから、社長である私が自らやるしかないという覚悟を決めました。

当初私は、大手酒造会社であれば原料としてアルコールを引き受けてくれるのではないかと考えて、全国の酒造メーカー回りをはじめました。しかし、相手にしてくれるところはなかなか見つからず、苦難の日々が続きました。頼みの綱と思っていたとある大手メーカーとの交渉が不調に終わり、疲れ切った帰路についてた車中で、私はふと当社がヨモギの葉材と酒粕というふたつの副産物で大きくなってきた会社であることを思い出しました。



2020年2月に発売された「YASO SPIRITS」と「YASO GIN」。いずれも野草類を中心とした80種類の原料がベース

「先代なら、同じ副産物のアルコールで、新しい商売の種を見つけるに違いない」と思い直した私は、どうせお酒を造るのなら名前が響きが良いジンにしようと心に決めました。そして、その翌日に緊急朝礼を開催して、「新規事業として、ジンを造ります！」と社内に大きく宣言したのです。社員たちからすると寝耳に水の話で、あまりの突然さに、社内がシンと静まり返ったことを今でも覚えています。

■ 完成したジンは、数々のコンテストで高い評価を受けています

ただ私も、まったく勝算がなかったわけではありません。ジンは、ベースとなるスピリッツにポタニカルと呼ばれる香草・野草類を加えて再蒸溜して造られるお酒なので、野草を扱っている当社とは親和性が高いと考えたのです。はじめのうちは半信半疑だった社員たちからも理解を得て研究開発を進めた結果、先代の一周忌となる2020年2月に2種類のジンとスピリッツを発売することができました。



今年1月にイギリスで開催された酒類コンテストの「World Gin Awards 2024」で国内最高賞を受賞

発売したお酒は、世界で最も権威と歴史を有する酒類のコンテスト「インターナショナル・ワイン・アンド・スピリッツ・コンペティション (IWSC)」で金賞を受賞したのを皮切りに、アジア最大級の「東京ウイスキー&スピリッツ・コンペティション 2023 (TWSC)」では最高位となるベスト・オブ・ザ・ベストを、また今年に入ってから世界最大規模の「World Gin Awards 2024」で国内最高賞を受賞するなど、あちこちで高い評価をいただくことができました。苦勞しただけに、当社商品の美味しさが評価されたことを素直に嬉しく思っています。

■ 2022年には、新しい蒸留所を整備されました

ジンは、ウォッカやテキーラ、ラムと並ぶ世界4大スピリッツのひとつで、欧州では根強い人気を誇ります。また近年は、東南アジアや国内でも注目が高まっていることから、市場性を見込んで2022年

10月に「越後薬草蒸留所」を本社敷地内に新設し、生産能力の増強を図りました。

新たに整備した蒸留所は、美術館をイメージした3階建ての造りで、1階は見学が可能な「ファクトリーエリア」、2階は植物と発酵をテーマとしたアート作品を展示する「アートギャラリー」、3階は上越の風景を360°のパノラマにて楽しみながらテイストリングができる「ラボフロア」となっています。



2022年に完成した蒸留所の内部

また、2023年7月には、東京・表参道にクラフトジンを提供するバー「越後薬草蒸留所 CRAFT GIN STAND」を開店しました。若者や訪日観光客が多いエリアに出店することで、国内外に向けて当社のジンを積極的にPRしていく計画です。



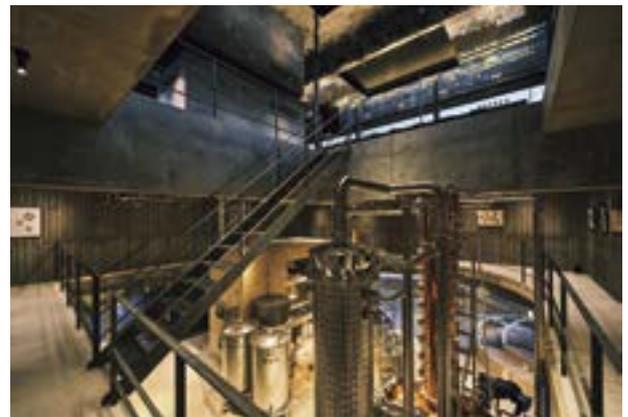
東京・表参道にオープンした「越後薬草蒸留所CRAFT GIN STAND」

これから、どのような会社に育てていきたいと考えていますか

当社では現在、約50人の社員が働いており、平均年齢は38歳です。かつての当社社員は、地元で古くからある健康食品会社のひとつに入社してくる

という印象でしたが、最近は当社の取扱商品や事業内容をしっかりと理解したうえで、「越後薬草で働きたい!」という強い希望を持って応募してくる若者が増えてきました。

このきっかけのひとつが、2023年に当社が受賞した「新潟県経済振興賞」です。マスコミで大きく取り上げられたこともあって、当社が何をしている会社なのかを広く知ってもらえる貴重な機会になったと感謝しています。



建物のデザインや雰囲気もブランド力向上に一役果たす

またもうひとつは、新規事業で立ち上げた「THE HERBALIST YASO」を通じた当社のブランド戦略です。「THE HERBALIST YASO」は、品質面はもちろんのこと、製造する蒸留所、ボトルのパッケージやデザイン等において、ブランドのイメージを重視しています。その甲斐あって、「THE HERBALIST YASO」ブランドに魅力を感じてくれた有能な若者たちが、全国各地から集まってくるようになりました。例えば、先ごろ蒸留部門の拡充に伴って社員の新規募集を行ったところ、わずか1名の募集に対して全国から50名を超える応募が寄せられたのですが、これも当社の知名度とブランド力が高まってきた成果だと実感しています。

当社の歴史は、もうすぐ半世紀を迎えますが、集まってきてくれた若者たちの期待に応えるためにも、私は当社をこれから100年先、200年先まで長く上越地域を代表する会社に発展させていきたいと思っています。

(2024年1月24日取材 柴山・神保・生亀)