

賃金引上げに向けた支援等を活用した事例

秋田酒造株式会社

- ・ 代表取締役社長 野本 翔
- ・ 本社所在地 秋田市新屋元町 23-28
- ・ 従業員数 11 人（パート含む）
- ・ 設立 明治 41 年 10 月
- ・ 資本金 1,000 万円
- ・ 事業内容 日本酒の製造、販売



・ 湧き水の町「新屋」

秋田酒造が位置する秋田市新屋は湧き水の町として知られていて、日本酒や味噌、醤油、しょうつるの醸造で栄えた町であった。

明治時代には 12 軒もの酒蔵があったが、平成初期には 5 軒、令和の現在は秋田酒造を残すのみとなってしまった。

・ 構造不況を抱える日本酒製造業

秋田県の伝統的な製造業で、特産品の米を使用する日本酒であるが、構造的な不況にさらされている。ビールやワイン、ウイスキー、焼酎といった他の酒類との競争から、国内の市場はピークの 50 年前から出荷量は 4 分の 1 から 5 分の 1 程度に大きく減少してしまっている。

さらに、新型コロナウイルスの流行による酒類の需要の減少や米価高騰により経営環境は厳しさを増している。

・伸びしろのある海外市場

秋田酒造では海外に活路を見出そうとしている。アメリカ、イギリスへの輸出が徐々に伸長し、売上に占める輸出の割合が3分の1程度になった。アメリカ、イギリスでは日本食の流行から日本酒需要が高まり、質量ともに日本酒消費をけん引する市場となっている。

・生産の合理化

経営環境の厳しい中でも、従業員に報いたいという気持ちから、賃上げを行ってきた。しかし、賃上げには原資が必要であるため「業務改善助成金」を令和3年、4年、6年と利用し、生産工程の合理化と補助金を圧縮記帳することで減価償却費のコントロールし、賃上げ原資を捻出している。

設備投資の具体例

・タックシールラベラーの導入（令和4年 業務改善助成金）

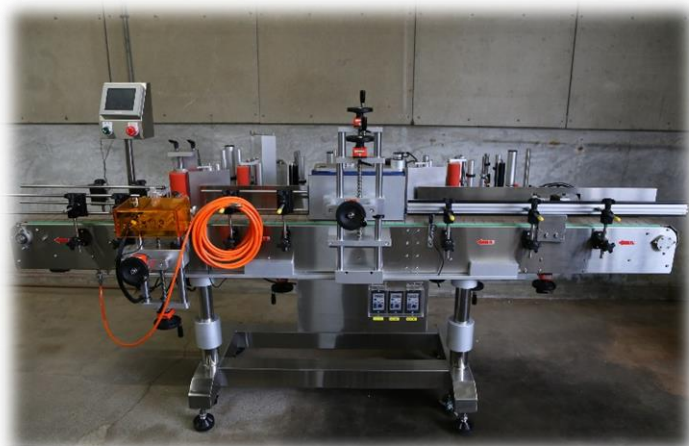
日本酒の顔であるラベル。従来は糊付けラベルを使用していたが、結露に弱く破れたり、欠けたりしやすい材質であった。

導入したタックシールラベラーは耐水性のタックシールを表と裏、同時に貼り付け可能である。

日本酒は熱や光でダメージを受け品質が劣化するため、海外輸出においては冷蔵コンテナを使用する。冷蔵コンテナ内での結露によりラベルが傷つくことを未然に防止することは商品性を保つためにも必要であった。

また、国内においても冷蔵流通が必須である「にごり酒」、「生酒」との相性の良い耐水性タックシールを使用することは販路を拡大することに寄与した。

従来の糊付けラベラーは、稼働するために3人が必要であったが、導入したタックシールラベラーは2人で運用が可能である。これにより、パート従業員を中心に時間換算級で90円の賃上げを達成することができた。



・麴室パネルヒーターの導入（令和6年 業務改善助成金）

日本酒製造の心臓部である麴室。この熱源を従来の電熱線からパネルヒーターに更新した。電熱線では室温が麴の発育に理想とする35度が確保できず、火災のリスクもあるものであった。

また、麴室内に電波式の温度計とwi-fiを設置することで、従業員がクラウド上で麴や麴室の温度を監視できるようになり夜間勤務の廃止と超過勤務の削減が可能となった。これにより、パート従業員を中心に時間換算級で45円の賃上げを達成することができた。



・経営者としての思い

日本酒製造のような従来型の伝統産業であっても、時代の変化に応じて変わらないといけない。

ただ伝統を守るだけでは、生き残っていくことはできない。

品質や商品性に加えて、設備投資による生産の合理化や従業員の働き方も、時代の変化に合わせて変えていかなくてはいけないと思う。