



慶應義塾大学ビジネス・スクール

飛露喜：廣木酒造本店の挑戦

5

「うまい酒」を造りたい、と常々考えていた。しかし、「うまい酒」を誰が評価する、「うまい酒」を誰が売る、との声の中、挑戦できずにいた。ある時、ある地酒屋から『うまい酒を造ってくれ。あとは、私が売る』と声がかかった。その当時、日本酒で生計をたてる地酒屋がいるのを知らなかった。

「一番の評価者は自分、自分がうまいと思う酒」

これが、まず一番に大切にしたこと。そして、なにが「うまいか」を考えた。上槽の袋に入れて搾って垂れているところ、これが一番「うまい」。ただし、これを売るには冷蔵流通が必要だった。まだ酒を冷蔵する設備が酒屋になかった時代、大手の蔵は、扱えない販売店が出てきてしまうので、造ることをためらっていた。そして、しばらく時がたち、九代目当主廣木健司は、1999年3月、「飛露喜 特別純米 無ろ過生原酒（図1）」を初出荷した。

10

図1 飛露喜 特別純米 無ろ過生原酒



(出所 廣木酒造本店資料)

図2 合資会社廣木酒造本店



15



20

25

(出所 筆者撮影)

本ケースは、クラス討議の資料とするために、慶應義塾大学大学院経営管理研究科 井上哲浩教授、EMBA 修了生 井原美恵 (E2)、同 畑健介 (E2) によって、公開資料そして自主調査の結果に基づき、クラス討議の基礎資料として作成された。また本ケースの作成にあたって、合資会社廣木酒造本店廣木健司代表社員より多大な協力を得た。福岡大学 商学部二宮麻里先生より貴重なコメントを頂戴した。感謝の意を表したい。なお、ケースの欠点はすべて著者らに帰する。

本ケースは慶應義塾大学ビジネス・スクールが出版するものであり、複製等についての問い合わせ先は慶應義塾大学ビジネス・スクール (〒223-8526 神奈川県横浜市港北区日吉4丁目1番1号、電話 045-564-2444、e-mail: case@kbs.keio.ac.jp)。また、注文は <http://www.kbs.keio.ac.jp/> へ。慶應義塾大学ビジネス・スクールの許可を得ずに、いかなる部分の複製、検索システムへの取り込み、スプレッドシートでの利用、またいかなる方法 (電子的、機械的、写真複写、録音・録画、その他種類を問わない) による伝送も、これを禁ずる。

30

Copyright © 井上哲浩、井原美恵、畑 健介 (2019年6月作成)