

元気な東京の
社長さんを
応援する情報誌

T.G. Press

Tokyo Guarantee Press

巻頭

Special
Feature

東京・芝の地で酒を醸す
業界の常識を覆し、

株式会社若松「東京港醸造」



デザイン経営のはじめかた

「香り」×「心理学」で
ビジネスに効く！ 香り術

職場で食べたい
おやつ & ごはん

アーリーステージの羅針盤
株式会社ukka

T.G.Info
LINE公式アカウントを開設しました！

vol.55 | 2024
Spring

かつての江戸の造り酒屋が 技術革新と粘り強さで復活を遂げた



齊藤 俊一
Shunichi Saito

1812年創業の若松屋7代目。1999年、地元商店街連合会の役員に就任。祖業である造り酒屋の復活を志す。2011年に「東京港醸造」を開業。

Company Profile

株式会社若松
創業：1812年
資本金：4,000万円
代表者名：齊藤俊一
事業内容：酒類製造販売業・
不動産賃貸業・雑貨小売業
所在地：東京港区芝 4-7-10
URL：http://tokyoportbrewery.wkmt.com/

ヒットの最大の障壁は？

新たな免許は交付しないという業界の常識

大都会の真ん中で 醸される日本酒

東京タワーからほど近く、ビルが所狭しと並び立つオフィス街の一角。国道15号から小道を入ると、左右のビルの間に埋もれるように建つ、4階建てのこぢんまりとしたビルがある。入り口に掲げられた「東京港醸造」という木製の看板を見ても、そこで実際に日本酒が醸されていると思う人はまずいないだろう。

しかしそこが、東京23区で唯一の酒蔵である東京港醸造の本拠地であり、日本酒通を唸らせる数々の酒が生まれる地なのである。

東京港醸造では、酒米、麴、仕込み水といった原料すべてを東京都内のものにこだわった、メイドイン東京の日本酒も造っている。

たとえば仕込み水は、東京の水道水。浄水技術が高く、鉄とマンガンを含まないため、酒造適正がある。生産は安定し、かつ安全安心な酒が造れるという。水質は、京都の伏見や広島島の西条といった有名な酒処と

「江戸開城」と名付けられた純米吟醸酒がある。2017年度の東京国税局酒類鑑評会 清酒純米燗酒部門で優秀賞を受賞したこの酒は、生産量が少なく、幻の酒とも呼ばれる。その蔵元であり、東京23区内唯一の酒蔵でもある「東京港醸造」開業までの道のりに迫った。

取材：文／國天俊治 写真／田村裕未

よく似た中硬水で、やわらかい口当たりのまろやかな酒ができる。

従来、日本酒造りには広大な敷地と大きな蔵、豊かな水が必要とされてきたが、都心に建つ約171㎡のビルで上質な酒を醸すことに成功し、常識を覆した。ビルの構造は工夫され、屋上のクレーンで原料を引き上げ、最初の工程は3階、次工程は4階で行う。そして完成した酒は1階からそのまま出荷される効率的な造りとなっている。ただ、一般的な蔵元と比べれば生産規模はごく限られ、毎週675ℓのタンク1本分を仕込むのが精いっぱいだという。こうして大都会の真ん中で、希少な「芝の地酒」は産声を上げる。

100年ぶりの 家業再興を目指す

東京港醸造の母体であり、齊藤さんが代表を務める株式会社若松が清酒製造免許を取得する前は、雑貨の小売りや不動産賃貸といった、まったく別の事業を展開していた。そんな会社がなぜ都心での日本酒造りに

チャレンジすることになったのか。

今から200年以上前、造り酒屋である若松屋を営んでいた齊藤家は、薩摩藩の御用商人であった。幕末の志士たちの密談の場であったという酒蔵の奥座敷では、日本の歴史を変える相談が飛び交っていたはずだ。その後、酒造業は1909年に廃業となるが、若松の屋号は残り、食堂や雑貨店などいくつかの事業を営んできた。7代目当主の齊藤さんが会社を受け継いだときには、雑貨店の経営が主業であった。齊藤さんはそこから不動産業にも進出していく。「その時々々の環境に合わせて事業の在り方を変えていく」大黒柱に車をつけよ、という言葉があります。日本のあるトップ企業を生んだ家訓として有名ですが、これは私の経営理

念でもあります」

バブルがはじけてからは再び雑貨小売りを主軸に据え、一時は7店舗まで拡大した。しかし成長期にあつてすでに衰退を予感したという。

「インターネットが登場し、小売りの在り方はいずれ大きく変わり雑貨店の経営も壁にあたると感じました」新たな事業の柱を探していく中で、酒造りというアイデアと出合う。「その頃、地元の商店街の理事として地方を巡っていました。各地の商店街がシャッター通りと化しているにもかかわらず、酒蔵にだけは人が集まっているのを目にしました。そこで、東京でも酒造りで地域活性化できるかもしれないと思ったのです」以来、およそ100年前に下ろした酒蔵の看板を再び掲げるのが、齊

東京23区内唯一の醸造所 「東京港醸造」とは？

2011年に開業し、2016年7月に清酒製造免許を取得。2024年現在は東京23区内で唯一の酒蔵である。代表的な銘柄である「江戸開城」は、タンクごとに使用酵母や製造方法を変えて醸し、できあがる酒の香りや味、アルコール度数までその都度違ってくる。1タンクで700本／720mlほどしか原酒が造れず、幻の酒と呼ばれる。





デザイン経営のはじめかた

最終回

知財の活用で、 自社の競争力を高める

自社で作った商品やサービスをほかと区別し、活用するために商標登録は欠かせませんし、見た目の模倣の発生を防ぐのに意匠登録は有効な手段です。そのため安定して事業を営むためにも必ず実施しておきたいことです。

一方で商標や意匠についてはほかの先進国に大きく水をあけられているのが現状です。

日本において、これまで特許に関しては国が出願を奨励し、世界有数の特許大国となっていますが、

デザイン経営を進める中で、理解し活用すれば、重要な武器となるのが、「知的財産（知財）」です。

これは業種や業界を問わず、どんな企業にも言えることです。

出願するのは意外と簡単！ 知財が自社の武器になる

知財とは、事業活動において生み出されたアイデアや創作物であり、国に出願して認められると自社特有の財産として法的に保護されます。それが「知的財産権」で、具体的には、発明と呼ばれる技術的アイデアを対象とした特許権、会社や商品のロゴマークなどを保護する商標権、モノや画像、建築物などのデザインに対する意匠権、文芸や美術、音楽などの創作物を守る著作権などがあります。中でも、中小企業の経営と結びつきやすいのが、特許、商標、意匠でしょう。

まずは自社にどんな知財が眠っているか、改めて洗い出したうえで、そのすべてを出願してみるのをおすすめです。そうして認められたもののすべてが、自社独自の経営資源となり、新たな事業を生み出すきっかけとなるはずですよ。

また知的財産権を取得することは、ただ技術やアイデアを保護するだけのものではありません。権利を取得してそれを売り込み、パートナーを見つけて事業を広げるといった「攻め」の活用も可能です。

出願し、認められさえすれば、自社だけしか使えぬ独自の高い武器を手に入れたのと同じですから、他社との差別化、そして競争力の向上に大いに役立ってほしい。

今回、みなさんに知っていただきたいのは、出願自体は決して難しいものではないということ。特に意匠に関しては、2020年に意匠法が大幅に改正され、より使い勝手のいい法律へと生まれ変わったところ（下図参照）。申請できる対象は大きく広がり、工場の機械の配置から、ウェブサイトのトップページまで、さまざまなデザインが意匠登録できるようになっています。

しかしその重要性は思いのほか理解されておらず、多くの経営者は出願を怠っていると感じます。せっかく国が法律で強力な保護を約束しているのにそれを利用せず、いわば財産を野ざらしにしておくような行為は、合理的とはいえません。

今回、みなさんに知っていただきたいのは、出願自体は決して難しいものではないということ。特に意匠に関しては、2020年に意匠法が大幅に改正され、より使い勝手のいい法律へと生まれ変わったところ（下図参照）。申請できる対象は大きく広がり、工場の機械の配置から、ウェブサイトのトップページまで、さまざまなデザインが意匠登録できるようになっています。

意匠法の保護対象

意匠法改正（2020年4月1日施行）により下の3項目が追加。

物品
（有体物である
動産）

- + 建築物（例）オフィスビル、美術館など
- + 画像（例）ウェブサイトの画像、壁に投影された画像など
- + 内装（例）レストランの内装、空港ターミナルロビーの内装など

一橋大学大学院
経営管理研究科 教授
鷲田 祐一
わしだ・ゆういち
博報堂にて、消費者研究などに従事後、一橋大学大学院商学研究科教授に就任。2018年より現職。2017年には特許庁などによる「産業競争力とデザインを考える研究会」の座長を務める。

障壁を突破した瞬間

10年間思いを変えず、管轄機関を説得し続けた

出会いと技術革新で 切り拓いた新境地

藤さんの宿願となっていく。とはいえ酒造りには何の知見もなく、業界に人脈もない。何をすればいいか暗中模索の日々の中で、大手酒造の杜氏であった寺澤さんと出会う。2006年のことだった。

「彼は当時、お台場のビルのごく小さなスペースにあった醸造施設で10年にわたって酒を造り、品評会で賞を取っていました。彼と一緒に酒が造れる。そう確信しました」

早速相談を持ち掛けたが、寺澤さんには「儲からないからやめたほうがいい」と再三説得された。それでも齊藤さんの思いは揺らがなかった。



4フロアで約171㎡のコンパクトな醸造所。酵母を生育した麹・蒸米を水に混ぜる仕込みの様子。かき混ぜているのは、杜氏の寺澤さん。

その熱意に負けた寺澤さんは、酒造業としての若松屋を目指すため齊藤さんのパートナーとなる。二人三脚での酒造りが始まったのだ。

最大の壁は、清酒製造の免許取得だった。当時から日本酒需要が減少。供給過多を防ぎ、既存の酒蔵を守るため国は新たな免許を交付しないというのが業界の常識であった。

「3年間の黒字化や法定最低製造量の設備確保など、厳しい条件を一つひとつクリアしつつ、とにかく税務署に通いました。最初は門前払いでしたが、何度却下されてもあきらめずに相談を続けました」

その間に、その他の醸造酒・リキュールの製造免許を取得。清酒ではなく、どぶろくを製造し、キッチン



2024年1月16日に海外からの観光客も意識して日本酒ラウンジ「tpb」をオープン。個室も用意した店内では、「江戸開城」とそれに合う料理を楽しめる。

株式会社若松の これからの展開

今後は、「東京港醸造」というブランド力をさらに高めていくことに尽力したいです。ラベルデザインに力を入れたり、その時々に合わせて売り方を変えたりなど工夫しています。

また、小さな規模で日本酒を造る「クラフト蔵」は、ある程度の条件さえそろえば海外でも同じように展開できるものだと思います。海外市場に活路を開き、日本酒という文化を広め、業界全体の活性化に貢献したいです。



で日本酒を醸す革新的な技術と、あきらめぬ心」。これら二つを武器に、齊藤さんが新たな道を切り拓くには、10年の歳月を要した。

そして2016年、廃業する酒蔵を買収するという方法で、免許を取得。ついに念願の「芝の地酒」が瓶詰めされ、その名を「江戸開城」とした。幕末の志士たちの偉業の裏にあった祖先の思いを自らの酒に託した。

メイドイン東京の酒、そして10年ぶりの酒蔵復活というストーリーはメディアでもすぐに話題となり、酒造りは軌道に乗っていく。

「私たちの技術があれば、場所の制約をほとんど受けず日本酒を造れます。自社のような「クラフト蔵」を各地に増やすことで、地域活性化に貢献していきたいです」

アーリーステージの 羅針盤

様々な分野で活躍中の社長さんに、
アーリーステージでの学びや
大事にしていたことをうかがいました。

過去の失敗を教訓に 課題解決型のサービスを構築

うと決めていた」と、創業者の谷川氏は話す。
「前職で全国の農業生産者と関わって以来、生産者の思いやこだわりを消費者に伝え、地域活性化につなげたいと思ったのが起業のきっかけです」
2015年、消費者が農作物を予約購入する形で生産者に投資するサービス「OWNERS」を個人で立ち上げるとすぐに話題となり、軌道に乗った。谷川氏は、サービス拡大を目指し、会社経営に明るい共同代表者を迎え、資金調達にも成功。しかしその後、事業は壁に当たり伸び悩む。
「今思えば、生産者への思いばかりで走った、プロダクトアウトのサービスで、ユーザーにとっての価値を高められていませんでした。共同経営も役割

の開発が属人的だったりと、大手企業でも付加価値の高い商品開発において、さまざまな悩みを持っていました。それを解決しようと立ち上げ、磨いてきたのが現在のFOOVESTです」
こうして市場のニーズを起点としてサービスを再構築し、指揮系統を自らに集中させたことが、飛躍のきっかけの一つとなったという。また、それまで培ってきた生産者とのつながりも、独自性の高い商品開発をするうえで強力な武器となった。
「何よりうれしかったのが、OWNERSが素敵なサービスだったから一緒に仕事したいという言葉をもらったことでした。過去の経験がかけがえのない財産となり、今があるのだと感謝しています」

**農業生産者との絆が
新事業の強みとなった**
今、食品小売業界の競争が激化している。スーパーやコンビニなど多様なプレーヤーが参戦し、独自性を高めるべくプライベートブランドの拡充に取り組んでいる。そんな食品小売業界に対し、加工原料の受発注から商品開発までワンストップで支援するプラットフォーム「FOOVEST」を提供し、急成長を遂げているのが株式会社 ukka だ。
「もともと食に興味があり、食品業界で勝負しよ

分担当がうまくいかず、意思決定は曖昧になり、組織が混乱したこともありましたが」
結果として2021年にサービスを終了し、完全撤退の判断を下した。ただ、負けたままで終わる気はなかった。まずは食品業界の解像度を高めることに時間をかけるべく、手元に残った資金をもとに、食品関係の会社にひたすら営業をかけた。コンテンツ開発やウェブマーケティングなど幅広い案件を受注し、経営を維持。その中で見えてきたのが、業界が抱えるリアルな課題だった。
「サプライチェーンが長く複雑だったり、新商品

Profile たにがわ・けい

1987年生まれ。関西大学法学部卒業後、PR会社にて地域のブランディング・企画事業を手掛ける。その後、オーナー制度プラットフォーム「OWNERS」を構想し2015年にサービスをローンチ、好評を博す。2017年9月に株式会社 ukka を創業し、代表取締役就任。

もっと知りたい！

FOOVEST



小売企業に対し、加工原料の調達からプライベートブランドの商品開発まで提供する食品製造プラットフォーム。全国の食品メーカーや産地とのつながりを生かす。組織は現在20人体制で、渋谷にオフィスを構える。

「香り」×「心理学」で ビジネスに効く！香り術

最終回 においが持つ力は大きい？ 発するにおいと受け取るにおい

私たちは知らず知らずのうちに、においから影響を受けたり、自分のにおいによって周囲へ影響を与えたりしています。

初対面の人に好印象を抱く要因の1位が「見た目」であるのに対し、悪印象を抱く要因の1位は「におい」であるという調査結果があります。この結果から分かるように、香りは周囲からの印象を良くするために使われることが多い一方で、悪印象の要因にもなりやすいと言えるので注意して使用してくださいね。

また、ある研究によると、ストレスを感じている人は独特なにおいを発することが分かりました。そのにおいは人が感じられない程度だとされますが、わずかな場合であっても、周囲の人のストレス値まで高めることが確認されています。このように気づかないうちにも、人はにおいによって影響を受けることがあるのです。においは自分の心身の不調を伝え、周囲の心理にも影響を与えるほどの力を持つことは知っておくと良いでしょう。

松尾 祥子（まつお・しょうこ）

カウンセラー、公認心理師、臨床心理士、アロマセラピスト。メンタルヘルス支援を行うSAFARIの代表を務める。著書に『香りで気分を切り替える技術-香りマインドフルネス』（翔泳社）などがある。

ポジティブな行動を促す!?



無意識に
親切になる香り!?

甘い香りは気分を良くし、親切な行動を促すと言います。実際に、甘い香りがするお菓子屋さんの近くで行った実験では、それ以外の場所と比べて2倍以上の人が困っている人を助けたそう！

体のにおいが気になる!?



においは体からの
メッセージ!

がんや統合失調症のような疾患も体臭に変化をもたらします。体臭は自身の配慮不足が原因とは限りません。気になったら医療機関を受診してみることも大切です。

職場で 食べたい

おやつ&ごはん

リフレッシュ・会話のきっかけに最適な
おやつやテイクアウトメニューをご紹介します！

元祖上野あんバターサンド
3個入り708円（税込）
シュクレ生地のカッキーを使った「元祖上野あんバターサンド」。しっとりとした食感でほんのり甘いのが特徴。



**上野あんバター
サンド〜匠〜**
3個入り837円（税込）

挟んでいるのは、軽い口あたりのバタークリームと粒感を残した粒あん。こだわりの塩で塩味もプラス。サクサクほろほろのガレットブルトンヌは、口の中でバタークリームと一緒に溶けるほど。

上野おフランス亭
うえのおふらんすてい

御徒町

☎03-5846-8641 📍東京都台東区上野2-2-7第2サンシャインビル 🕒12:00〜15:00（L.O.14:00）、17:00〜22:00（L.O.21:00）🚗無休 🚗東京メトロ銀座線 上野広小路駅・都営地下鉄大江戸線 上野御徒町駅A3番出口から徒歩2分、御徒町駅北口から徒歩5分

注）上記では、通常時の営業時間、定休日のみを表示しています。
営業時間短縮および年末年始や夏期などの臨時休業日につきましては、各店舗にお問い合わせください。

贅沢に使った
あんことバターで
満足感は抜群！



あんバタースコーンサンド 550円（税込）

分厚いバターとたっぷりのあんこを、外はサクッと、中はしっとりとした食べ応え十分のスクーンでサンド。バターはミルクーかつしっかりと塩味で、甘いあんこよく合う。温め直すと、スクーンのふんわり食感と溶けたバターの香りが際立つ。あんこ好きなら味わいたい逸品。

feb's coffee & scone

ふえぶすこーひーあんどすこーん

浅草

☎03-6458-1881 📍東京都台東区浅草3-1-1 🕒8:00〜17:00（平日L.O.16:30／土日祝フードL.O.16:00ドリンクL.O.16:30）🚗無休 🚗東京メトロ銀座線・都営地下鉄浅草線・東武スカイツリーライン・伊勢崎線 浅草駅6番出口から徒歩8分、つくばエクスプレス 浅草駅A1番出口から徒歩14分

T.G.
InfoLINE公式アカウントを
開設しました！

令和6年2月1日、当協会のLINE公式アカウントを開設しました。経営に役立つ情報や当協会からの最新情報をタイムリーに配信していきますので、皆さまこの機会にぜひ「友だち追加」をお願いいたします。

- 各種保証制度のご案内
- 経営支援メニューのご紹介
- 相談窓口のご案内
- 各種セミナー・イベント情報

便利なメニューもご活用ください！

トーク画面の下部に、便利なメニューボタンを設置しています。

ホームページの「事業所一覧」等、ご利用の多いページにすぐにアクセスすることができます。ぜひご活用ください。



※メニューはイメージです。



友だち追加方法

1 ワード検索から

「ホーム」または「トーク」画面上部の検索窓に「東京信用保証協会」と入力して検索し、追加してください。

Q 東京信用保証協会



東京信用保証協会



2 ID検索から

「友だち追加」▶「検索」から「@tokyo-cgc」と入力して検索し、追加してください。

友だち検索



ID



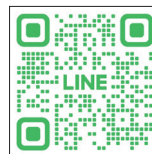
電話番号

@tokyo-cgc



3 二次元コードから

下記の「二次元コード」を読み込んで追加してください。



お問い合わせ

東京信用保証協会

企画部広報課

TEL:03-6264-1695



● Editor's Note

都市の路地裏にひっそりと建つ東京港醸造。齊藤社長の日本酒造りにかける熱い想いと誇りを感じました。昨年他界した私の実父は、無類の日本酒蟲眞。帰宅して久しぶりに盃を傾け、思い出に浸りました。(S.T.)

生産者・メーカー・消費者それぞれの目線に立ち、独自性の高い商品を生み出せるのは、今まで人との「つながり」と「信頼」を築いてきた(株)ukkaだからだと感じました。今後どんな商品が生まれるのか楽しみです。(S.K.)

\ まるガモ応援隊 /



東京港醸造が誇る、港区の芝をイメージした人気の純米吟醸原酒に興味津々のまるガモたち。どんな味がするんだろう……。

ご意見・ご感想は、以下までお寄せください。

東京信用保証協会 企画部広報課
〒104-0061 東京都中央区銀座6-17-1
銀座6丁目-SQUARE 13階
TEL: 03-6264-1695
HP: <https://www.cgc-tokyo.or.jp/>

