

焼酎ブームの火付け役企業 伝統継承と新たな焼酎の追求



▲本坊愛一郎社長

薩摩酒造は6月に創立85周年を迎えた。原材料にこだわり、素材の良さを引き出す本格焼酎造りがモットー。代表銘柄「さつま白波」は1970年代後半に「6:4（ロクヨン）のお湯割り」、「酔い醒めさわやか」などのキャッチコピーで一躍全国ブランドとしての存在感を確立。「焼酎ブーム」の火付け役として焼酎市場を牽引し続けてきた。主力商品では「さつま白波」を柱に「黒白波」、「さ

くら白波」などの白波ブランド商品や「赤薩摩」、「黒薩摩」、「甘薩摩」などの薩摩ブランド商品をはじめ、甕壺仕込みの本格芋焼酎「枕崎」や本格焼酎の無限の可能性を追求したMUGEN白波シリーズなどを幅広く展開。高付加価値商品として訴求している「神の河（かんのこ）」シリーズでは若年層の取り込みを図るべく、「神の河 Light」や「神の河ハイボール」の販売に注力している。

またSDGsへの取り組みとして、7月からエルステッドインターナショナル株式会社、福岡工業大学、株式会社BlueForceと共同で、本格焼酎造りを行う過程で発生する焼酎粕を5R（Reduce（リデュース）、Reuse（リユース）、Renewable（再生可能）、Reborn（再生）、Recycle（再生利用））方式により、次世代電池の電極材に変換する「焼酎粕の新エコシステム構築プロジェクト」を発足。次世代電池実現に欠かせない焼酎粕由来の特殊な活性炭の開発に携わることで日本政府が提唱する「2050年カーボンニュートラル宣言」の実現に貢献する。

堅固な地盤作りと南下政策 社内外で地元を支援



▲佐藤総二郎社長

創業は1666年（寛文6年）、今年355周年を迎えた。北近畿地区を地盤にSMをはじめ、ホームセンターやレストランなど80店舗を展開。21年2月期は11期連続の増収で売上高が初めて1千億円を突破した。「福知山を中心とする丹波に丹後・但馬を加えた北近畿地方に、グループの72%の店舗がある。金甌無欠（きんおうむけつ）の如く完全堅固な地盤作りへ向け、日々努力して

いる」と佐藤総二郎社長。主力である300坪型SM「フレッシュバザール」のほか、120坪型の「ミニフレッシュ」、外出の自粛で需要が増加している巡回スーパー「フレッシュ・ゴー」などにより、地域の隙間を埋めながら寡占化策を推進する。

一方で昨年は大阪府に「フレッシュバザール」2店舗（吹田市、寝屋川市）を新設。府内5店舗体制となった。「自社競合のない京阪神は有望性があり、立地を選んで出店することができる」。その中でも大阪府北部と兵庫県南部、京都府南部を重点エリアと位置づけ、南下政策に力を入れる。

地域に根差した小売業として、社内外でさまざまな支援活動を行っている。2006年には地元の教育振興への一助として、「さとう進学サポートプログラム」をスタート。地元・福知山市にある府立高校生の大学進学を支援し続け、今年で15回目を迎えた。18年からはグループの社員を対象に、奨学金の返済支援制度を新設。入社後の3年間、その一部を支援し社員の経済的負担の軽減を図り、働きやすい環境作りを進めている。