

新潟第一酒造秘傳工法酒「山間」的研發個案¹

岸保行（新潟大學副教授）²，李健泳（新潟大學特聘教授），中東雅樹（新潟大學副教授）

The Case of Developing the Sake “Yanma” in Niigata Daiichi Shuzo Co., Ltd.

Yasuyuki Kishi (Niigata University, Japan), Gunyung Lee (Niigata University, Japan)
and Masaki Nakahigashi (Niigata University, Japan)



（公司全景：筆者拍攝於企業訪問取材時）

摘要

「山間（ヤンマ, yanma）」是新潟第一酒造株式會社（股份有限公司）所釀製的酒，該公司創立於 1922 年，且於 1963 年作為中小企業近代化促進法之新潟縣的先鋒，是整併了 4 家酒造而成立的酒廠。雖然公司現在擁有「越之白鳥」，「越之露」，「山間」三個品牌，但武田良則社長一開始是以，這間酒廠的酒的口味評價不好，為契機而開發出「山間」的。武田社長於 1999 年就任釀造負責人，且在 8 年後讓「山間」問世，現在「山間」也作為高級酒獲得了很高的評價，並也於 2013 年開始向海外出口。「山間」是在榨酒的過程中，將「中取（中段搾取的酒液）」部分當場裝瓶的純米系無過濾酒；除了中取以外，最開始的「荒走（初段搾取的酒液）」部分和在中取之後的「責（後段搾取的酒液）」部分則是作為「越之白鳥」來販賣。而「山間」這個品牌名則是，據說是在 1998 年時，武田社長還是業務部長的時候，藉由當時有著壓倒性人氣的酒品「久保田（KUBOTA）」和農用機具製造商「KUBOTA」在名字上的關聯性，聯想了和另外一間農用機具製造商「洋馬（yanma）」相像的名字，且同時公司又位於環山圍繞之地，想著總有一天要讓以「山間（yanma）」為名的酒問世，而得來的。

關鍵字：山間（yanma），新潟第一酒造株式會社，中取（中段搾取的酒液），無過濾原酒，山間團隊，越之白鳥，越之露

¹ 企業訪談調查日：2019 年 3 月 28 日，2019 年 6 月 27 日

案例提供：新潟第一酒造股份有限公司（上越市浦川原橫川 660 番地）

代表董事會社長 武田良則，董事會釀造負責人 岩崎 豊

² kishi@econ.niigata-u.ac.jp

1. 前言

「山間 (yanma)」是於 2007 年秋天開始，作為代表性商品由新潟第一酒造株式會社（以下，新潟第一酒造）所販售的純米酒（純米大吟釀，純米吟釀，特別純米酒），它也讓公司的評價獲得了飛躍性成長。如同右圖所標示，在酒瓶後方的標籤上有寫著「使用搾酒過程的中段搾取部分直接裝瓶的純米吟釀 無過濾生原酒」，緊接著在上面有寫著「H30BY 第 16 順位製作」，製造年度（平成 30 酒造年度³）與製作次序（第 16 次序製作）也都記載上去了。「山間」是藉由該公司獨特的釀造法而製作成的酒，也是現任社長武田良則先生（以下，武田社長）所描繪，讓鮮味具有衝擊性，把「濃・醇・香」給具現化的代表作。「山間」作為高級酒，不斷地確立其地位，也於 2013 年開始向海外出口，獲得很高評價。



（出處）筆者拍攝

在本案例中，以小型酒廠的新品開發為例，來了解即便是在國外也可以博得高人氣的酒是怎麼誕生的。也藉由這個故事，聚光小型酒造的新挑戰。

2. 公司概要⁴

2.1 公司的歷史

新潟第一酒造一開始是在 1922 年以龜屋酒造為名而創立的。1963 年作為中小企業近代化促進法之新潟縣的先鋒，合併了龜屋酒造，越之露釀造，大島酒造，和泉屋酒造等 4 間酒廠，成立了「新潟第一酒造株式會社」，會長為武田良光，社長則為村山政光。1965 年，再追加合併了一川酒造，邁向了製作「清爽辛口的日本酒」之路。武田社長在 1999 年就任了業務部長兼釀造負責人。在武田社長擔任釀造負責人的時候，因為杜氏（酒造職人，以下皆稱呼為杜氏）和藏人（酒廠專業人員）皆已邁入高齡化，公司在杜氏與藏人漸漸引退的同時，也不斷地補充新的工作人員。直到 2006 年之後，就只剩下工作人員在製酒了。2008 年武田社長就任第四代社長，時至今日⁵。由於當初是由五間酒廠合併設立的，因此現在有著 12 名股東，持股比率則是武田社長的大島酒造系佔約 40%，村山會長的越之露酒造系佔約 51%，而其他股東則握有剩下的股份。

2.2 品牌製作，製成和販賣狀況

新潟第一酒造現在主要使用著「越之白鳥」，「越之露」，「山間」的三個品牌⁶。「越之白鳥」是新潟第一酒造成立時，以獎金用公開招募的方式決定的品牌名。剛好在募集名字的時候，水原町（現在的新潟縣阿賀野市）的瓢湖以白鳥之湖聞名，也因為這樣「白鳥」的投票數得到了第一，再把帶有「越

³ 所謂的製酒年度是，在清酒業界所使用的，以該年的 7 月 1 日為一年之始的年計算方式。

⁴ 參照了新潟第一酒造股份有限公司而作成（URL: <http://www.hakucho-sake.com/>）（最後引用日期：2019 年 4 月 26 日）

⁵ 釀造負責人於 2015 製酒年度之後，由工作人員的岩崎 豊 先生（董事會釀造負責人）擔任（新潟第一酒造部落格「清酒 越之白鳥 傳達安心，喜悅和感動的酒廠」（以下「部落格」），自 2015 年 7 月 6 日）（URL: <https://ameblo.jp/nii-gata-daiichi-syuzou/>）。

⁶ 除此之外，還有舊東頸城郡大島村和新潟第一酒造股份有限公司共同擁有的商標，有只在上越市大島區內的商店販售的「螢之舞」和 2018 年開始販售的「岩豊 (ganho)」。

後的」・「新潟的」之意的「越」字冠在「白鳥」之前，誕生出了「越之白鳥」。「越之露」是當初合併的酒造的其中一間，是村山家在越之露釀造時期所釀造的酒品之一⁷。「山間」則是在武田社長在 28 歲（1998 年）擔任業務部長，著手於業務工作的時候，藉由當時有著壓倒性人氣的酒品「久保田（KUBOTA）」和農用機具製造商「KUBOTA」在名字上的關聯性，聯想了和另外一間農用機具製造商「洋馬（yanma）」相像的名字，且同時間公司又位於環山圍繞之地，而得來的。武田社長當時想著，總有一天如果以「山間（yanma）」為名的酒問世的話，會很新奇。

公司的總製成量為約 350 石（1 石=180 公升），其中「山間」和其他酒類的總和大約各佔一半。酒米的部分，在「山間」和「越之白鳥」中，其使用量多寡由多至少是，上越當地產的「五百萬石」，「高領錦」，「越淡麗」，接著是岡山縣產的「雄町」和兵庫縣產的「山田錦」，而「越之露」則是用十日町市松之山產的「五百萬石」。且「五百萬石」和「越淡麗」是，各自在 2004 年，2006 年之後，與依照農業特區制度下所設立的「First Farm（股份有限）⁸」簽約，並使用委託他們所栽培作物。武田社長的說明是，他認為藉由切換至契約委託栽培，可讓從稻米的生產到酒的製作的所有過程透明化，也可以預測其對於酒類消費者的宣傳效果。

依品牌別構成中來看公司的營業額，雖然純米系的「山間」的賣價比較高，但是從比例而言「山間」和其他品牌的構成來看則是 6 比 4。再來是依營業額的販賣地點來看，新潟縣外佔了約 75% 的銷售額，海外約 5%，縣內販賣佔了約 20%⁹。且「山間」在日本國內採了特約店制度，現在在日本全國約有 40 家左右的特約店。



（出處）引用至新潟第一酒造入口網站和筆者拍攝

2.3 新潟第一酒造的經營方針和組織體制

公司的經營理念是「傳達安心，喜悅和感動的酒廠」，在公司的入口網站上也是這樣寫著的。這是一個表現出對於製酒之堅持的標語，同時也是一個作為在公司和員工之間，使其價值觀共有的理念，在入口網站上也寫著『讓「抱持著相同志向的夥伴」團結的一滴』一文。

⁷ 參考新潟日報 2015 年 9 月 7 日生活 A 面「新潟食紀 6」。近代日本文學代表作家的坂口安吾的叔母，姊姊嫁進越之露釀造的村山家，據說坂口安吾自己也常常造訪松之山。另外，其姊姊的次子就是初代社長的村山政光先生。

⁸ 西尾 勝監修，東京市政調查會研究室編著（2007）『檢驗 構造改革特區』，First Farm 是藉由東頸城農業特區認定，以農地租用的形式使股份有限公司可以參加農業活動，且於 2003 年 9 月法人化。而，東頸城農業特區是在新潟縣東頸城郡內的 6 個舊村內設立的，2003 年在構造改革特區導入下，股份有限特區的公認的第一號。

⁹ 2019 年 6 月的數值。

公司的經營體制是，只由正式員工所構成，2019年3月為止，加上武田社長（總經理）及社長夫人（副總）後共有8位，其中有6位在進行製酒¹⁰。正式員工在每年的11月至隔年的3月，在這約莫5個月的期間裡繁忙的進行製酒作業，同時也分攤著攤進行業務，配送，財務，事務，精製，裝瓶，包裝，出貨等經常性業務。一般而言，中小酒廠會在製酒的冬季繁忙期採季節性雇用，但在新潟第一酒造，卻是很早就開始了只採用終年員工來進行製酒，且在1999年之後，在統率指揮製酒的負責人職稱上，不使用其他酒廠一般會使用的「杜氏」，而是使用了「釀造負責人」。

在一般酒廠中的員工數是「100石=1名」這樣的說法下，新潟第一酒造的正式員工數是與其規模相比是較為多的。武田社長指出，擁有較多的員工的原因是，雖然釀造需要時間和精力，但高附加值的純米產品約佔總產量的80%，且不經過中間商，一般酒類專賣店的直接銷售額佔總銷售額的近80%。此外，透過公司可主動設定公司可獲利的銷售價格，即使有許多員工，該作法也是有利可圖的。武田社長也表示，對於未來，他將重點放在投資於人，而不是設備投資。武田社長也說了，或許需要設備投資來提高生產率，但在像本公司這樣的小公司中，高額的自動化設備其負擔太大，且在製酒方面，不是過度依賴傳感器等設備，而是培養能夠用五感來感受和判斷作業的人才，這是很重要的。

2.4 海外出口

公司向海外出口的契機是，開展了由「新潟縣酒造組合」於2012年11月1日~3日在新加坡舉辦的商展會「Oishii Japan」¹¹。在此商展會中，公司展出了「越之白鳥」的純米大吟釀・純米吟釀・特別純米酒。之後於2013年開始向新加坡出口，而「山間」的海外出口則是於同年2013年開始向韓國出口的。

面向韓國的出口是始於和韓國的私人進口商「藏人」的合作交易，當初出口了「越之白鳥」和「山間」兩款，但自2015年起則變成只出口「山間」。在韓國出口方面，於2013年發生了釜山關稅倉庫大火事件，導致韓國方面的進口商蒙受極大損失。以此為契機，直接出口改成了透過日本出口商的「JAPAN INTERNATIONAL TRADING CO., LTD.」來出口至韓國。自出口模式改成透過 JAPAN INTERNATIONAL TRADING 來進行之後，以台灣為首，出口標的國就將持續增加。

面對新加坡的出口，則是從2018年開始改成透過日本出口商「CROWN TRADING CO., LTD.」，同時也開始出口「山間」到新加坡。面對香港的出口則是，新潟縣酒造組合參加了於2013年在香港舉辦的「Hong Kong International Wine & Spirits Fair」¹²之後開始。

截止2019年，海外出口國的營業額由多至少排列是，香港一年約400萬至500萬日圓，韓國約200萬日圓，台灣約150萬日圓，新加坡則約80萬日圓，而現在的出口國也就這四個國家。海外的資料收集和和海外的溝通主要是透過 SNS 來進行。另外，公司的產品在海外也有獲得了「雖然是新潟的酒，但卻又是個不像新潟的酒」的美譽。對於這個評論，武田社長認為，這是因為過去透過新潟縣酒造組合的海外推廣活動，還有新潟縣內的大型酒廠持續努力的海外拓展，而能讓海外認識到新潟是個日本酒的

¹⁰ 除了正式員工之外，1月到3月中旬左右會在臨時雇用1名製酒工作人員。

¹¹ 由 Food Japan 實行委員會所舉辦，為 ASEAN 市場最大的日本美食特色商展會。

¹² Hong Kong Trade Development Council 所舉辦的商展會。（URL: <https://event.hktdc.com/fair/hkwinefair-en/HKTDC-Hong-Kong-International-Wine-and-Spirits-Fair/>）

產地，在各式各樣的新潟當地的日本酒受到廣泛的青睞，新潟第一酒造的酒也被認為是個有特色的日本酒了。



(出處) 筆者拍攝於 SEOUL SAKE FESTIVAL 2019 (7月6日~7日)

3. 「山間」的問世

3.1 從前的新潟第一酒造的製酒

雖然新潟第一酒造現在的製成量約是 350 石，但在合併當時高達 4800 石，是當時上越地區第二大規模的酒廠。和合併當初相比，現在的製成量變少的理由，首先是「味道」上的問題。

合併當時，公司擁有很多員工，為了要讓員工們能夠大大活躍，遂取得了批發執照，從大型批發商取得啤酒，燒酎和清酒，再將其轉至下游的零售商來進行二次批發。然而，在 1994 年修訂的大型零售店法允許超市和百貨商店可以取得飲料和酒類的酒類零售許可證之後，繼而導致整個酒類產業產生了巨大的變革。1994 年，在該公司所在的上越地區誕生了日本實質上的第一個零售園區¹³「上越 WING MARKETING CENTER」。隨著可零售酒類飲料的大型連鎖量販店的誕生，前往酒類專賣店購買酒品的顧客也隨之減少，一般的酒類專賣店也隨之被迫倒閉了。

在這個要有能讓酒廠營業額上升之對策的時機，武田社長正好進入了這間公司，也隨之被交付了事務和業務的工作。當時，主要的業務是去跑已決定販賣自家酒類的零售店。然而，武田社長為了增加銷售，運用了當時的酒類專賣店名單，其中還包括沒有合作交易關係的酒類專賣店，從上越到新潟的整個地區幾乎所有的酒類專賣店，一邊進行業務工作，一邊進行研究考察。在那之中聽到的評價是，『「越之白鳥」是個無法在品評會上得獎的難喝的酒』。1998 年時武田社長憑藉著現場業務的經驗，向當時的社長（第三代的武田誠二先生）提出了，想要讓公司製作出能得獎的好酒的願望。當時的狀況是該酒廠的酒即便是參加了評選會，也會在第一階段審查就落選的窘況。在這連續窘迫的狀況下，甚至到了需要表明，要讓公司的杜氏引咎辭職的慘況。因此，武田社長也對杜氏們說了「我要擔任釀造負責人，我也會負起全責，希望你們交給我」，更進一步的說了「為了培育新人，作為的頭頭的我希望獲得各位的鼎力協助」，也獲得了諒解。但是，當時的武田社長其實還只是個毫無製酒經驗的素人罷了。

¹³ 根據『日本大百科全書』，以多家專門店形式的平價商店聚集形成的郊外立地型購物中心。

因此，武田社長於 1999 年秋季正好要開始製酒的時候，決定參加位於東京都北區龍野川的釀造研究所（現今的獨立財團法人酒類綜合研究所）的短期研習課程。當時要參與研習課程的競爭很激烈，在各地區的國稅局管轄下只有 2 個名額，且在關東甲信越地區的國稅局管轄內，研習課程志願者的人數特別多，競爭倍率也特別高。武田社長為了要趕上該年度的製酒，向主辦方的日本酒造組合中央會以寫信和電話的方式進行聯繫，懇請允許參加 1999 年秋季的研習（10 月～11 月），而武田社長的央求也被接受，並開始了研習。在一個月半的研習中，上了製酒流程的課程，並學習了製酒的基本作業，返回新潟第一酒造之後即立刻開始製酒。聽說在製酒的過程中，如果遇到不明白的地方便會致電給釀造研究所的講師們，尋求解惑，也得到了適當的建議。

3.2 「山間」問世的背景

武田社長成為釀造負責人之後，首先的目標就是要在品評會上取下大吟釀的獎項。實際上採取的作法就是，忠實的執行在製酒讀本和製酒教本這類的教科書上學到的內容，以及因應各類的情況，適當地向研習時期的老師尋求建議。在這樣的製酒過程下，「越之白鳥」也終於 2000 年 4 月的浦川原酒造從業員組合的評酒會上獲得第 3 名的獎項，且在隔年 2001 年也獲得第 3 名，然後在接下來的 2002 年更是奪得第 1 名的殊榮。在新潟縣內的品評會上，以很快的速度上升排名，但放眼全國的品評會卻還是無法取得金賞，不過也已經可以連續入圍得獎。當時，在公司所在的當地的其他酒廠，有約莫 25 名的來自全日本各地的製酒杜氏。在當地的品評會上，新潟第一酒造的酒往往會被評為劣質的酒，因此在品評會上獲得了亮眼的佳績這點，在當地引起了很大的反響。

雖然在大吟釀上已經獲得了一定程度的評價，但在夏季進行業務的時候，純米系酒品的評價卻遲遲未能上升，因此也必須要想一個能夠應付純米系酒品庫存叢生的對策。因此，武田社長便開始思索著，如果能在純米酒釀造的部分上，運用和大吟釀相同的製法以及 Know-How 的話，是否就能夠製出好酒了呢？

更進一步的是，武田社長在製酒的過程中，發現了在製酒的最後一個階段，也就是將「醪（カヅ，混含渣滓的濁酒）」榨出酒液的階段，因榨出階段的不同，其酒的風味也會不同。在榨酒階段中，從初榨到榨完之間，除了有一些殘存二氧化碳之外，武田社長還發現，在榨酒的過程中，所謂「中取（中段榨取的酒液）」部分，其酒的味道為最完整，便開始思考，若是只將這個部分裝瓶販賣的話，或許會賣的不錯。因此，於 2003 年時，將「本釀製酒」的「中取」的部分製品化，並將其命名為「越之白鳥 龜口一番」¹⁴。

這項酒品是從「醪桶」榨出酒液後立刻裝瓶的酒，屬於「無過濾生原酒」。最初是由武田社長親自將剛榨出的酒液裝瓶並貼上商標，再以貨車於當日傍晚送達當地的酒類專賣店。結果在隔日，立刻就有「因為太好喝了，所以想要再追加訂單」的聯絡從酒類專賣店來，也就因此相信這是個可以賣的酒品了。隔年也以相同的方式，將商品化的酒品送往其他地區販賣。再之後的連續幾年，其風評在各個酒類專賣店之間廣為相傳，也越賣越叫座。之後，效仿了本釀製酒的「越之白鳥 龜口一番」的做法，也將純米吟釀酒商品化，也就是後來問世「山間」。

¹⁴ 本釀製酒「越之白鳥 龜口一番」到目前為止仍在持續生產。根據武田社長所述，一公升瓶裝的約 300 瓶～400 瓶，在每年的 12 月作為新酒開賣，且最快於隔年 3 月，最慢則 5 月完售。另外，從醪桶榨出後可直接裝瓶的作法是 2003 年 4 月 1 日起酒稅改正後才可行的。根據國稅廳網站「酒稅關係法令等的修正」（URL：<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/senmonjoho/kaisei/mokuji.htm>），改正前，在製作酒類飲料之際，在裝瓶之前有義務需要接受稅務署專員的測定，但在改正後，測定被廢止，酒類飲料的製成數量等資訊由酒類製造者自行測定與記帳即可。

3.3 「山間」的問世與之後的發展

「山間」是純米系的酒，在酒液搾取工程中，只取用搾取過程中中段部分的酒液，並將其直接裝瓶（「かめ口直汲み，龜口直取」¹⁵）的無過濾酒。「山間」是「生酒」，通常是不會進行「火入（加熱作業）」來殺菌或者是停止發酵。但在炎熱的夏季間，還是會先對要出貨的商品進行「火入（加熱作業）」作業。另外，在搾取工程中最初的「荒走（初段搾取的酒液）」部分和中段之後的「責（後段搾取的酒液）」部分，則當作「越之白鳥」來販賣。

一般的酒場在製酒的時候，會將同種類的酒分裝在複數的製成桶內，等到釀製完成後再將其混裝後販賣。但在新潟第一酒造的製成中，不採行混裝，而是採行分桶裝瓶，並在商品瓶身後方的商標上，記載上了表示製作順位的「製成編號」後販賣。雖然現在則是直接在瓶身標記「製程X號」，但在「山間」問世之際，要加上製成號碼的時候，比如說第4順位製成的酒的話，則會在瓶頸標籤上標上

「T4」¹⁶。其目的在於，透過不易理解的文字與述敘來加深客戶的想像力，並保持顧客殷切的互動。此外，武田社長也表示這一標示方式在經營上是有優勢的，刻意告訴個人製成號碼是為了要讓客戶理解到酒味因桶而異，促進客戶比較不同桶號下的酒，進而確保一定程度上的販賣量，盡可能的在短期內減少庫存，已達改善公司的金流。

在「山間」問世之際，武田社長所稱之的「山間團隊（Team 山間）」的廣瀨先生（已故），糸魚川市「MARUESU 酒類專賣店」的齋藤先生，長岡市与板「NEKASE 商店」的菊口先生，等三人的協力與貢獻是非常重要的。武田社長和廣瀨先生是在商工會青年部上越大會上認識的，而武田社長和齋藤先生則是透過廣瀨先生的介紹所認識的。2005年3月，在裝瓶的時候，廣瀨先生和齋藤先生來到了公司，武田社長請對方試喝，並請對方對自己的酒評價。據說就在當時，經手全國酒品的齋藤先生唯一給予正面評價的酒正是新潟第一酒造的「越之白鳥 龜口一番」。隔年的平成18年度由武田社長親手裝瓶的「中取純米吟釀酒」，在當時有30瓶的庫存，而這些中取純米吟釀酒，竟是可以讓齋藤先生誇口說出要全部包下的高品質好酒。在那個時候，齋藤先生問了武田社長這些酒的名字，而那是當時28歲的武田社長時想到的，也是之後一直溫存的品名「山間」，這就是「山間」誕生的時刻。之後，在齋藤先生購入的30瓶「山間」之中，其中一瓶也獲得了菊口先生的好評，而菊口先生也主動向武田社長聯絡，並希望接下來製好的酒也能夠拿到自己的地方販售。在那之後，「山間」的名聲開始廣播，且在忙碌的時期，廣瀨先生，齋藤先生，菊口先生因為會來幫忙進行裝瓶作業，所以頻繁地來造訪新潟第一酒造。

另外，「山間」品牌的確立，也讓公司開始以「山間」為中心，可以向著各式各樣的方向進化。比如說，和中取的「山間」同膠桶所製作出來的「越之白鳥」在新潟縣外難以販賣，因此就有員工提議了是否要採行「荒走」，「中取」，「責」的三種不同的味道的販賣策略。在這個提議中，除了中取的「山間」，也製作了『荒走（搾取初段）裝瓶後加熱的無過濾原酒「山豐（yannbou）」』和『責（搾取後段）裝瓶加熱的無過濾原酒「間豐（ma-bou）」』，這兩瓶酒作為2018年的限定商品，也博得了好評¹⁷。此外，也有在製成方面和中取原酒「山間」有所差異，當作特別型態來販賣的酒。比如說，「活性混濁生原酒『ORIORI ROCK』」，以「鬼殺（Onigoroshi）」為靈感，將酒特化為「辛口」的『特別本釀造中取原酒「鬼山間（青）」』¹⁸和『辛口純米酒中取原酒「鬼山間（赤）」』等等。

¹⁵ 根據部落格 2019年2月21日

¹⁶ 在製成編號前加上的「T」字樣為，TAKEDA（武田）的發音字首。

¹⁷ 根據部落格 2018年9月22日。「山豐」，「山間」，「間豐」全部都是與農用機具製造商「洋馬（yanma）股份有限公司」有關聯性的名字。前面已經說明了，「山間（yanma）」是從「洋馬（yanma）」聯想而去的名字。而「山豐（yannbou）」，「間豐（ma-bou）」則是模仿著「洋馬股份有限公司」的吉祥物「洋寶（ヤン坊，yannbo）」和「馬寶（マー坊，ma-bou）」而來的。

¹⁸ 製作方法與「越之白鳥 龜口一番」完全相同。

4. 今後的方向

一般來說，營業額的急增伴隨著急減的狀況很多。而武田社長的製酒的方針是，以漸進式的增加生產，來避免這樣的狀況。以使用契約委託栽培為前提的酒米，每年持續增加一定量的供應商來擴大販賣。同時為了穩定對需求方的分配量，採行了持續增加一定量的「醪」的作法。雖然武田社長也有辦法能在每一次一口氣大量增量，但他想在考慮優勢和劣勢的情況下靈活應對。

此外，武田社長也有意識到，品牌是個會成長到一定程度後必然會迎來衰退的東西，因此也想到在既往的品牌要進入衰退期時，作為對策，必須事先準備好下一個品牌。最近的例子就是，武田社長自身在剛開始製酒時就想要嘗試，卻遲遲無法實現的，用傳統技術的「生酛工法」來製酒，也將其工作交付於現在的釀造負責人岩崎豐先生，並已於 2018 年作為新產品開賣了。其名為「岩豐 (ganho)」。

另外，新潟第一酒造是一個由五間酒廠合併的公司，因此下任社長也將由其他的股東選擇出來，且武田社長也說了預定 60 歲要退休，因此武田社長也一邊思索著未來事業繼承的事情，一邊傾心於人才的培育。

日本酒相關的用語解說

1. 精米步合與日本酒分類

精米步合	←40%	50%	60%	70%←
無添加 Alcohol	純米大吟釀酒		純米吟釀酒	純米酒
有添加 Alcohol		大吟釀酒	吟釀酒	本釀酒

精米步合：依重量為比例將米削除後的百分比。

2. 吟釀酒

刻意讓酵母的養分不足，或讓它於低溫下發酵等等，在對酵母嚴峻的條件下釀製出的酒。

3. 本釀酒

擁有和純米酒相近的香氣及風味，且比純米酒更為清新滑順的酒。而，使用了精米步合 60% 以下的白米做出來的酒則以「特別本釀造酒」表示之。

4. 搾取部分與其味道變化



• 荒走 (初段搾取)

搾酒之初，不太施加壓力而取得的部分。最初搾出的酒會呈現輕微混濁的樣子，酒精濃度相對較低。

• 中取 (中段搾取)

堆積酒袋，從上漸漸施加壓力而滴垂出來的部分，餘韻狂野，且香氣奢華，並有清新感的酒。

• 責 (後段搾取)

施加壓力搾出來的酒的部分，酒精濃度為三種搾取方式中最高，洗鍊且濃郁的韻味為其特徵。

5. 杜氏、藏人

製酒的最高負責人稱之為「杜氏」。以杜氏為首，進行製酒的職人則稱之為「藏人」。傳統的杜氏在夏季時，會在自己的村莊務農，而到了秋冬的農閒前，則會與同村的藏人一起在酒廠進行製酒，也就是所謂的「季節性勞動」。依地區來區分，現在的約有 30 多個「杜氏集團」分散於日本各地，且以岩手縣的「南部杜氏」、新潟縣的「越後杜氏」以及兵庫縣的「丹波杜氏」合稱日本三大杜氏。

6. 越後

扣除掉佐渡島後，現在的新潟縣的舊地名。

7. 日本酒的計量單位

計算單位	一勺	一合	一升	一斗	一石
公升換算	18ml	180ml	1800ml	18l	180l

8. 醪 (moromi)

將酒母、麴菌、蒸米、釀製用水放入專用的水槽，在水槽內發酵中的液體。

9. 生酛 (kimoto) 工法

簡單的說，就是「活用自然的力量，亙古至今的日本酒釀製方法」。這是一個「用所謂的生酛系酒母的天然乳酸菌的力量將雜菌排除，製造出讓酵母易於活動的狀態，來促進酒精發酵。然後，再將米磨碎（將米磨碎，日文原文：山卸し）的傳統釀造方法」。