

清酒製造業の体制変化とその波及効果

福岡県の酒造業者の事例による考察

System Change in Sake Brewing and the Effect

Consideration by Case of Sake Brewing in Fukuoka

中村学園大学 流通科学部

浅 岡 柚 美

1. 研究の背景と目的

清酒¹の製成数量は長期的に減少している。2011（平成23）年度の製成数量は434千キロリットルであり、ピーク時であった1973（昭和48）年度1,421千キロリットルの1/3以下にまで落ち

込んでいる（図表1）。2000（平成12）年度と2010（平成22）年度との10年間を比較しても製成数量は720千キロリットルから447千キロリットルに、清酒製造による課税売上高は675,230百万円から404,285百万円となり、その結果、

図表1 酒類製成量の推移

	製成量（単位：千 KL）						割合（単位：%）		
	1970	1980	1990	2000	2010	2012	1970	2000	2012
清酒	1,257	1,193	1,060	720	447	439	26.2	7.6	5.5
合成清酒	32	18	19	39	43	39	0.7	0.4	0.5
しょうちゅう ²	218	264	578	755	894	877	4.5	8.0	11.1
みりん	33	65	113	127	102	90	0.7	1.3	1.1
ビール	3,037	4,559	6,564	5,464	2,954	2803	63.4	58.0	35.4
果実酒	10	28	45	85	74	87	0.2	0.9	1.1
甘味果実酒	27	18	13	12	4	4	0.6	0.1	0.1
ウイスキー	139	351	172	122	80	84	2.9	1.3	1.1
ブランデー	5	13	30	14	5	5	0.1	0.1	0.1
発泡酒	—	—	0	1,715	948	626	—	18.2	7.9
リキュール	25	25	112	327	1,714	1,891	0.5	3.5	23.8
スピリッツ等	9	10	42	39	274	326	0.2	0.4	4.1
その他の醸造酒等	0	1	3	2	720	660	0.0	0.0	8.3
合計	4,793	6,545	8,751	9,421	8,258	7,929	100.0	100.0	100.0

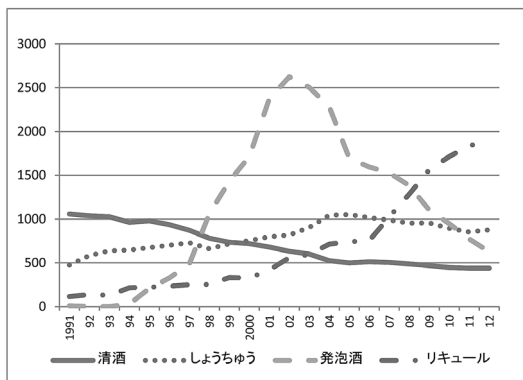
出典：国税庁課税部酒税課『酒のしおり』（2014）から作成

1 いわゆる一般的な日本酒。酒税法の定義により、本稿では「清酒」と呼ぶことを基本とする。定義によれば「清酒」とは、①米、米こうじ及び水を原料として発酵させたもの（アルコール分が22度未満のもの）、②米、米こうじ、水及び清酒かす、その他政令で定める物品を原料として発酵させてこしたもの（アルコール分が22度未満のもの）である。

2 連続式蒸留しょうちゅうと単式蒸留しょうちゅうの合計。

業界全体の営業利益は112,021百万円から21,295百万円へと激減している（国税庁, 2012）。

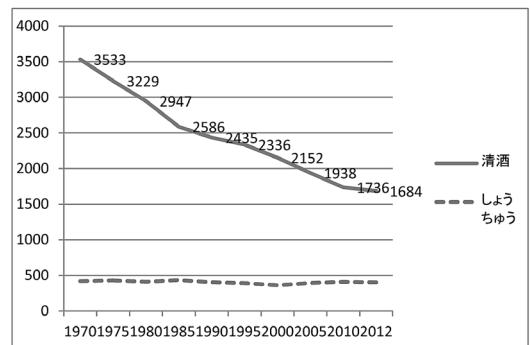
この原因には、少子高齢化と人口の減少に伴う市場規模の縮小、長年の経済不況による企業交際費や外食費の減少、消費者のアルコール飲料離れや低アルコール飲料への嗜好の変化に加えて、アルコール飲料の多様化などによる、しょうちゅう、低価格の発泡酒やリキュール³への移行がある。清酒の製成数量は、1998（平成10）年度には発泡酒、2000（平成12）年度にはしょうちゅう、そして、2004（平成16）年度にはリキュールに抜かれている（図表2）。



図表2 清酒としょうちゅうなどの製成数量の推移（単位：千KL）

出典：国税庁課税部酒税課『酒のしおり』（2014）から作成

図表3には清酒製造免許場数の推移を示した。1955（昭和30）年度には4,021あった場数は2012（平成24）年度には1,684にまで減少している。また、国税庁の調査⁴（2012）によれば、回答が得られた1,530事業者のうち、中小企業基本法の定義による中小企業は1,443法人と82個人事業者を数え99.7%を占める。大企業は5法人にすぎないのである⁵。そのうえ、專業割合⁶が50%以上の企業1,210事業者のうち、年間製成数量が100キロリットル以下の小規模な企業が848事業者と70.1%を占めている。



図表3 清酒製造免許場数の推移（単位：場）

出典：国税庁課税部酒税課『酒のしおり』（2014）から作成

また、56.4%の企業が欠損及び低収益企業⁷である。製成数量において規模が小さいほど経営状態は厳しく100キロリットル以下の零細事業者では67.0%が欠損及び低収益となっている。

3 缶チューハイの多くはリキュールに分類される。

4 2011年10月1日現在。

5 資本金が3億円を超える会社ならびに常時使用する従業員数が300人を超える、いわゆる大企業が5法人、分類上は中小企業であるが3億円超300人以下が5法人、3億円以下300人超が4法人であり、大多数は3億円以下300人以下の法人と個人事業者である。

6 專業割合＝清酒製造業売上高／売上高

7 税引前当期純利益50万円未満。

図表 4 特定名称の清酒のタイプ別製成数量の内訳

	製成数量（単位：KL）		構成比（単位：％）	
	2002	2012	2002	2012
吟醸酒 ⁸	31,378	22,053	5.1	4.9
純米酒 ⁹	50,970	52,757	8.2	11.8
純米吟醸酒 ¹⁰	33,779	35,640	5.4	7.9
本醸造酒 ¹¹	97,113	50,771	15.7	11.3
合計	213,240	161,221	34.3	35.9

出典：国税庁課税部酒税課『酒のしおり』（2014）から作成

図表 4 では、清酒のうち特定名称の清酒のタイプ別製成数量が占める割合を2002（平成14）年度と2012（平成24）年度で比較した。35％程度が特定名称の清酒である。純米酒、純米吟醸酒の割合が増加する一方で、吟醸酒、本醸造酒の割合は減少し、特定名称の清酒全体では52千キロリットルが減少している。

このように厳しさが続く清酒業界であるが、酒造りを担う杜氏¹²や蔵人にも変化が見られる。酒造りは全国に散在する杜氏や蔵人と呼ばれる季節労働者によって担われてきた。彼らの多くは農山漁村の出身者であり、冬場の仕事を求めて各地の酒蔵に出稼ぎに出ていた。その出身地ごとに「南部杜氏」（岩手県）、「越後杜氏」（新潟県）、「丹波杜氏」（兵庫県）などと団体を組織し、各地方の流派の技術を伝承して酒造りに携わる。

低温発酵を必要とする酒造りには冬の寒さが必要であるため、多くの酒造業者では秋口から酒を造り始め、厳寒期に最盛期を迎えて春を迎えるころに終了する。この半期の雇用は「冬場

の労働」を必要とする酒蔵と供給側の労働者の双方にとって意味のあるものであった。

杜氏は、各酒蔵からの信任を受けて杜氏集団を結成し統率する。蔵人は基本的には杜氏が選任し、蔵へと引率する（藤田，2004）。しかし、農業人口の減少や都市部への人口流出、杜氏の高齢化などの要因によって季節雇用の杜氏や蔵人が減少している。日本酒造杜氏組合連合会によれば、同会が設立された1962（昭和37）年には3,174名の杜氏が登録されていたが、1989（平成元）年には1,903名、2000（平成12）年には1,196名、2013（平成25）年には745名と示されている（中野，2009）。

その一方で、技術や経験の伝承によるこれまでの酒造りに科学的な分析や解明が加わることにより、杜氏制度の仕組みに変化が生じている。現在では、蔵元の子弟をはじめ、農業、食品加工学、醸造学、発酵学、微生物学などを学び、その科学的知識を応用して酒造りに携わる蔵人や社員が増加している。たとえば、大手酒造メーカーのひとつである月桂冠株式会社では、1961

8 吟醸酒と大吟醸酒の合計。吟醸造り（吟醸酒では60％以下、大吟醸酒では50％以下の精米歩合の白米を低温でゆっくり発酵させ、かすの割合を高くして特有な芳香（吟香）を有するように醸造すること）で造られた清酒。使用原料は、米、米こうじ、醸造アルコール。なお、注釈8～11の説明は国税庁「酒類の表示」による。

9 純米酒と特別純米酒の合計。特別純米酒では60％以下の精米歩合、または特別な製造方法による。使用原料は、米、米こうじ。

10 純米吟醸酒と純米大吟醸酒の合計。吟醸造りで造られた清酒。使用原料は米、米こうじ。

11 本醸造酒と特別本醸造酒の合計。本醸造酒では70％以下、特別本醸造酒では60％以下の精米歩合、または特別な製造方法による。使用原料は、米、米こうじ、醸造アルコール。

12 清酒製造において、一般の労働者は蔵人（くらびと）、製造責任者は杜氏（とうじ）、蔵の経営者が蔵元、蔵元の後継者は専務と呼ばれる。ただし、酒造労働者群を、たとえば、南部杜氏、越後杜氏などと呼ぶ場合もある。

(昭和36)年からすでに年間雇用の社員を採用し、彼らによる四季醸造蔵¹³と冬期に杜氏が携わる寒造り蔵の両方による酒造りを行っている。

福岡県の状況に目を転じよう。福岡県酒造組合によれば、福岡県は1897(明治30)年に酒造業を「重要物産」に指定した。その結果、販路を広げ、酒造業は全国2位の石高となる代表産業となり、パリで開催された万国博覧会に出品して入賞を果たしたこともあった。

図表5は2011(平成23)年度の清酒製成数量が福岡県より多い都道府県を順に記したものである。2011(平成23)年度、福岡県は3,305キロリットル(全国23位)の製成数量、61事業者であるが、2001(平成13)年度は8,844キロリットル(全国14位)、73事業者であった。この間に製成数量は栃木県、宮城県、高知県、北海道、岩手県、茨城県、奈良県、滋賀県、大分県に抜かれている。また、中小規模の事業者が多いの

も特徴的である。

課税移出量のうち、自都道府県内に移出している割合(自県率)は北海道に次いで高い。すなわち、地域に密着した酒造りが行われているが、別の見方をするならば、他地域の市場に流通させる競争力に乏しいことが示されている。

本稿の目的は、以上のような清酒業界を取り巻く環境変化を背景に、清酒製造業の体制変化がもたらす波及効果について事例研究を通して考察することである。事例研究の対象企業として福岡県大川市の若波酒造合名会社(以下、若波酒造)を選んだ。同社は今村友香氏(以下、今村氏)が8代目の杜氏を務めている。若波酒造は福岡県酒造組合が主催、福岡県が後援し、毎年、秋に開催される福岡県酒類鑑評会において、第1回(2012(平成24)年)では大吟醸酒が最高位の県知事賞を受賞、2種類が金賞を受賞した。翌年には出品した5酒すべて¹⁴が金賞を

図表5 2011(平成23)年度の都道府県別の清酒製成数量、事業者数、自県率

	都道府県	製成数量 (KL)	事業者数	自県率 (%)		都道府県	製成数量 (KL)	事業者数	自県率 (%)
1	兵庫県	126,078	77	12.4	13	富山県	5,179	23	70.2
2	京都府	88,558	44	8.3	14	石川県	5,101	36	61.7
3	新潟県	34,870	91	54.7	15	山形県	4,745	37	49.3
4	愛知県	16,794	45	50.3	16	高知県	4,534	18	47.3
5	秋田県	16,488	40	33.2	17	北海道	4,388	12	85.9
6	埼玉県	16,444	34	19.2	18	岩手県	4,044	23	61.3
7	福島県	11,497	67	49.2	19	茨城県	3,737	48	53.9
8	東京都	10,504	13	14.7	20	奈良県	3,731	34	24.8
9	広島県	9,413	48	65.3	21	滋賀県	3,573	45	68.6
10	長野県	7,630	83	69.8	22	大分県	3,467	30	55.3
11	栃木県	6,393	36	35.8	23	福岡県	3,305	61	72.6
12	宮城県	6,157	30	36.6		全国			30.7

出典：国税庁『清酒製造業の概況』(平成24年度調査分)から作成

13 四季醸造蔵、あるいは四季蔵とは、年間300日以上期間、清酒を醸造する設備を有する蔵を指す。2010(平成22)年度では、四季蔵は63事業者である。また、年間200日以上300日未満の期間、清酒を醸造する設備を有する三季蔵が116事業者である。四季蔵、あるいは三季蔵には空調設備などの大きな投資を必要とするため、両者の合計では2000(平成12)年度は200事業者であったが、2010(平成22)年度では179事業所に減少している。四季蔵、三季蔵に該当しない冬季蔵は1,020事業者(85.1%)と現在もなお、冬場を中心に酒造りは行われている。

14 「若波純米吟醸」「純米吟醸 壽限無(ジュゲム)」「特別純米酒 蜻蛉(トンボ)」「若波 純米大吟醸」「本醸造 蒲公英(タンポポ)」の5酒。

受賞した。そして、2014（平成26）年にも全出品酒¹⁵が金賞を受賞する快挙を成し遂げた。この鑑評会には希少な清酒ではなく、酒屋で買求めることができる市販酒が出品される。高い水準の酒を安定して造っていることの証となる。

このように評価の高い清酒を造り出しているほか、果実を清酒に漬け込んだ製品開発を行い、その取り組みが経済産業省の「地域産業資源活用事業計画」に採択されるなど独自性の強い酒造りを行っている。女性杜氏である今村氏への聞き取り調査を2013（平成25）年9月、10月と2014（平成26）年8月に実施した。

2. 事例研究

1) 企業概要と今村氏

若波酒造は1922（大正11）年、今村本家酒造の分家として創業され、現在まで3代続く酒蔵である。近くを流れる筑後川の若々しく美しい波の姿より「若波」と命名された。今村氏は3代目蔵元の次女として生まれた。現在でこそ、女性杜氏は全国で三十数名を数えることができるが、彼女が幼いころ、蔵は女人禁制であり蔵に近づくことすらできなかった。そのため、彼女は清酒の原料や製法について全く知らなかったうえに興味すらなかった。4歳年下の弟がおり、いずれ、弟が跡を継ぐことになるのだろうと漠然と思っていた。

京都の大学を卒業後、そのまま京都で就職するはずであったが、体調を崩した父から「1年間でよいので蔵に帰ってきてほしい」と懇願され、大川に戻ったのは2001（平成13）年春のことであった。父の体調不良の原因のひとつは、ベテラン杜氏の引退であった。杜氏の引退は蔵元の経営を大きく左右する。その杜氏は5年前から引退を示唆していたが、後継者がうまく見

つからなかったために、杜氏の引退を機に、父は蔵元と杜氏を兼務していたのであった。父は弟にも「蔵を継ぐように」と言ったことはなく、蔵をたたんでもよいと考えていた。

今村氏が蔵に戻ってからの主な仕事は問屋からの受注であった。清酒にはあいかわらず関心が持てず、純米酒と吟醸酒の違いも分からないまま半年間が過ぎていった。

秋がやってくると酒米が蔵に運び込まれて安全祈願の神事、直会が行われるなど、蔵が動き始めた。酒母を立て、仕込みが始まると彼女の目に6名の蔵人たちが生き生きと映り、蔵に入ると清酒誕生の神秘的な光景が飛び込んで来た。清酒の製法に興味を抱き、蔵にある文献を読みあさると酒造りに携わりたい気持ちが募った。ところが、そのうちに父の健康が回復し「京都に戻ってよい」と言われる。酒造りに携わりたい気持ちを父に伝えたが、「蔵元の娘であるからといって蔵に入れるわけにはいかない」と断られた。

なんとかして酒造りの仕事ができないかと調べているうち、独立行政法人酒類総合研究所（以下、酒類総合研究所）という組織があることを知る。通信教育、その修了後に講習を受け、2004（平成16）年には東京の酒類総合研究所に、翌年には広島酒類総合研究所に研究生として入所した。春、夏の季節は醸造に関する理論や技術を学び、秋、冬になると実家に戻ったり同じ研修生の実家の蔵を訪ねたりして酒造りを学ぶ生活を続けた。

2) あまおうリキュールの誕生

2005（平成17）年の春、父から「あまおう¹⁶を使って酒を造ってみたい」と電話が入る。大川にはイチゴ農家が多く、あまおうも多く栽培

15 「特別純米酒 蜻蛉」「若波 純米」「若波 純米吟醸」「特別本醸造 蒲公英」の4酒。

16 「博多あまおう」は6年間の研究開発を経て誕生した福岡県限定で生産されている希少価値の高いイチゴである。果実が大きく、形が整っており、赤くてつやがよく、糖度が高い特徴を持つことから「あかい・まるい・おおきい・うまい」の頭文字を取って「あまおう」と名づけられた（福岡県農林水産物ブランド化推進協議会）。

されている。父は友人のイチゴ農家との話からそう考えたのであった。「このお酒を造ることができたなら、蔵での自分の居場所ができるかもしれない」と考え、他の蔵人よりも先に完成させるのだと決意を固めた。

あまおうを用いる酒は酒税法ではリキュール¹⁷に分類される。リキュールを造るための免許を取得して開発に着手した。実家に戻ることを許されていない事情を知っている酒類総合研究所の先生に話すと励ましてくれると思いきや「イチゴのお酒だけはやめなさい」と思ひもかけない言葉が返ってきた。イチゴは酸化が早く、すぐに褐色に変色してしまうことが理由であった。「九州では柚子をはじめ柑橘類も名産である。何もイチゴで造らなくてもよいのではないか」と諭されたが「イチゴでないと自分の居場所はできない。あまおうでなければ帰れない」と彼女の決意は揺るがなかった。

酒類総合研究所での1年間の試行錯誤を重ね、着色料や防腐剤などの添加物を使用せずに清酒と地元のあまおう、国産氷砂糖・国産蜂蜜で造った「あまおう～苺のお酒」が完成した¹⁸。イチゴの香りを残し、透明な瓶に入った色鮮やかなイチゴ色のリキュールが誕生した。

苦労して完成させたお酒の販路を考えていると、博多駅で「九州にはおいしいお酒が多く、おみやげにしたいけれど持ち帰るには瓶が重い」「1,000円ぐらいで贈り応えのあるおみやげがほしい」といった観光客の声を耳にする。そこで、300ミリリットル入りの細長い瓶に詰め、価格も1,000円でお釣が来るように抑えた。初年度は1,000本を売り出したところ、大川市近辺だけで3カ月で完売してしまった。当時、四、五軒のイチゴ農家から原材料のあまおうを入手していた¹⁹が、丹精込めて作ったあまおうがお酒になったことを喜んだ農家が知人に配ったの

であった。彼女は改めて農家が、あまおうを我が子のように大切に育てている気持ちを知ることになり、一層、大切に造りたいと思うのであった。

翌年は10,000本を造り、ようやく博多駅や福岡空港で販売することができた。すると次第に消費者の「ロックでもおいしいけれど炭酸で割るとおいしかった」「牛乳や豆乳で割るとイチゴミルクみたい」「アイスクリームやヨーグルトにかけて食べてもおいしい」といった声が届くようになった。早速、その声を瓶の裏のラベルに表示した。現在では、ラベルに「アイスクリームやヨーグルトにかけて食べてもおいしかよ」と九州の方言で記している。

3) 清酒の世界を広げる

清酒造りに精進する娘に父は後を託さざるを得なくなっていた。今村氏が若波酒造の8代目杜氏に就任したのは蔵に戻って8年目、あまおうリキュールの完成から2年が経過した2008（平成20）年のことである。たとえば、南部杜氏では杜氏になるために試験が行われるが、彼女が所属する三瀦杜氏では杜氏組合長に認められることが要件であった。そのため、彼女は杜氏組合の勉強会や会合などに積極的に参加し、酒造りへの真剣さをアピールしていた。

当時、若波酒造は「蜻蛉」「蒲公英」「若波」の3種類の清酒を醸造していたが、杜氏に就任するなり「純米酒若波 緑(en)」が福岡国税局酒類鑑評会で九州の女性杜氏として初の優等賞を受賞した。このとき、彼女は杜氏として生きていくことの覚悟を決めた。本来、蔵元は経営者であり、杜氏はいわば工場長のような役目である。蔵元に徹し長靴すら履いたことがなかった祖父は、杜氏として働くことを決めた孫娘の姿を見て嘆いたという。

17 酒税法による「リキュール」の定義は、酒類と糖類等を原料とした酒類でエキス分が2度以上のもの、である。

18 原材料とその配合割合は毎年の研究を経て変化している。文中は開発当時のものである。

19 調査当時、98軒のイチゴ農家から出荷されている。

あまおうリキュールは、おいしさと珍しさでヒット商品に育ち、完成から3年目には100,000本を造るまでになっていた²⁰。その一方で、彼女は清酒を好まない女性が多いことが気にかかるようになっていた。試飲会を開き、清酒を勧めると特に女性客は「日本酒は苦手」と言って試飲を断る。しかし、そのような客もあまおうリキュールには手を伸ばし「おいしい、飲みやすい」と笑顔を見せる。ベースは日本酒であり、日本酒が深みを演出していることを伝えたと自然と日本酒にも手を伸ばしてくれる。「清酒を広めるにはどうしたらよいのだろうか」と彼女は考えるようになった。

「清酒の入口としては、あまおうのようなリキュールでもよいのではないだろうか」と流通をお願いしている地元卸会社とともにカシスを用いて清酒をベースとしたリキュールの開発に着手した。カシスのリキュールは世界中に多くあるものの清酒を原材料にしたリキュールはどこにもなかったからである。あまおうリキュールと同様にカシスも国産を検討したが、わが国では長野県の一地域で作られているに過ぎず、リキュールの原材料としては量も足りず、当然のことながら非常に高価であった。世界中の産地を探すとフランスのヴェドレンヌのカシスが最上のものであること、わが国では京都の輸入会社が唯一、そのカシスを取り扱っていることを知り、そのカシスと福岡県産の梅、清酒などで2種類目のリキュールを完成させた。「ばるふえ」と命名されたリキュールは販売2週間で楽天市場のランキングで2位となるなど、瞬く間にヒット商品となった。

完成から2年後、彼女はヴェドレンヌの畑を訪ねた。その畑はブルゴーニュの銘酒ロマネコンティの畑の隣にあった。そのカシスは最高のテロワール²¹がもたらす産物であった。造り手

がことさら喧伝しなくても優れた品質は世が知ることになることと同時に、生産者の顔を見て話をすることで、生産者の農作物に対する想いを若波酒造のお酒を通じて伝えることができる。と今村氏は実感した。

ある日、数日前に蔵の見学に訪れていたグループの一人から「白玉（シラタマ）米で日本酒を造ってくれる酒蔵を探していた。ぜひ、造ってもらえないか」と連絡を受ける。白玉米は、かつて鹿児島県曾於郡で栽培されていた酒米であるが、昭和までに生産が途絶えていた。この米を焼酎の麴米として復活するために、中谷地区むらづくり委員会が1995（平成7）年から栽培を始めていた。農業改良普及センター（当時）、JA、地元酒店などの協力のもと、栽培技術を確立するには約10年間を要したが、2008（平成20）年には栽培面積14ヘクタール、40トンの収量までの拡大に成功した（九州農政局）。

この酒米を麴米として用いて太久保酒造（鹿児島県曾於郡大崎町）が芋焼酎「侍士の門」と名づけて販売を始めていたが、この酒米は福岡にも持ち込まれた歴史がある。清酒としての醸造先として若波酒造に声がかかったのであった。このような逸話を持つ白玉米であるが、芋焼酎の麴米には適していても、清酒にすると荒々しさが際立ってしまうため、清酒の好適米ではない。白玉米で清酒を造ることに蔵人から反対もあった。しかし、「大手ではない酒蔵だからこそ、造ることに意味があるのではないか。若波酒造の技術をもって造ってみたい」と造ることを決めた。あまおうリキュールの研究開発の経験がここで活きた。そして、清酒「侍士の門」が完成する。この清酒の新聞紙風の包装紙には白玉米復活のストーリーが記されている²²。

2010（平成22）年には、経済産業省の「地域産業資源活用事業計画」に採択された。あまお

20 製成量を増やすと「あまおう」の希少性を低めるため、これ以上は造っていない。

21 地理、地勢、気候、土壌などによるその作物の生育環境のこと。

22 現在は、白玉米の生産量が減少しているため、生産を一時中止している。

うリキュール、カシスリキュールの商品開発の経験にもとづく「九州産を中心とした旬の果実のお酒ブランドの開発、販路開拓事業」である。この事業の成果として、宮崎産のグアバを用いたリキュールが商品化されたが、引き続き、九州各県の農家やJAと連携を図り、九州産の柚子などを用いて商品開発に取り組んでいる。2014（平成26）年、イチゴや柚子を用いたお酒が「Qdamon（くだもん）」という名前で発売されている。

また、同年夏には「夏酒」というジャンルの清酒を発売した。福岡県が開発したリンゴ酸を通常の2～3倍生成する「ふくおか夢酵母2号」を使用することから「FY2」と名づけられた。

4）醸造している清酒とその流通

現在、若波酒造では「若波」「蜻蛉」を主力ブランドとして展開している。福岡で育てられた「山田錦」「夢一献²³」、山田錦と夢一献を掛け合わせた「寿限無（じゅげむ）²⁴」の3種類の酒米で清酒を仕込んでおり、ほとんどの清酒が火入酒で生酒の出荷はわずかである。

「若波」ブランドの清酒は麴米として「山田錦」を、掛米として「夢一献」を使用する。純米大吟醸酒、純米吟醸酒、純米酒をラインナップしている。「蜻蛉」ブランドは酒米として全量「夢一献」を用い、特別純米酒を醸造している。

清酒は通常、蔵元から酒類卸問屋、小売店である酒飯店を通じ、消費者や料飲店の手に渡る。今村氏が酒造りに携わり始めた当時、このような方法を若波酒造も取っていたが、卸問屋の手に渡ってしまうとディスカウント店で売られようと、冷蔵庫などの保管設備が十分でなく品質管理がずさんな店で売られようと蔵元は制御できないという現状にあった。そのため、ブラン

ドを守り品質管理を徹底するために現在では3つの流通方法を採用している。

「若波」ブランドの清酒は、蔵元直送直取引を採用し、現在、全国24店舗の地酒専門店だけで販売している。前述のとおり、酒米として全国的に入手が困難な「山田錦」を使用するため、製成量に限りがあることも理由の一つである。酒飯店には若波酒造の酒造りを見てもらい、蔵元もまた、酒飯店の品質管理や販売方法を確認する。時間をかけて取引を開始し、ようやくお互いに「若波」を介したパートナーとなっていく。

次に、「蜻蛉」ブランドは、今村氏が蔵入りする以前からのブランドであるため、品質管理において信頼のおける卸問屋に絞込み、直送取引を併用してブランドを守っている。最後に、リキュール類は出荷のタイミングやスピード、話題性が必要であるため、基本的には卸問屋の力を借りて幅広く提供している。

若波酒造は造り手に徹するため、酒蔵に併設している売場で一部を販売するだけでインターネットなどを用いた小売販売は行っていない。プロモーションも以前は「酒飯店から声がかかるとありがたい」と店頭でのデモンストレーションなどに今村氏や蔵人が参加することがあったが、現在では販売とプロモーションのほとんどを酒飯店に任せている。

5）大川の文化の担い手として

ある受注時に蔵見学ができないかと問い合わせを受けた。このことをきっかけに、アクセスが決してよくない大川の地にまで足を運んでくださった蔵見学のお客様に何かおもてなしをしたいと思うようになった。そこで、使っていない蔵を利き酒や多くの人が集まることのできる

23 「夢一献」は、九州大学、福岡県農業総合試験場、JA 全農ふくれんが、11年を要して作られた倒伏に強く、多収で酒造適性に優れる福岡県で独自に開発された酒米である（松江、2006）。

24 現在、寿限無を使って清酒を造っているのは福岡県内の4蔵だけである。寿限無を用いて「若波」ブランドの純米吟醸を醸造している。

イベントスペースに蔵人たちと作り直した。大川は470年余りの歴史と伝統を持つ家具生産高日本一を誇ると同時に畳表の産地でもある。イベントを行う際に必要なテーブルやイス、畳は家具組合や畳業者が快く貸してくれている。家具類にはプライスカードを付けて配置しているが、このイベントスペースはまるで、大川家具のショールームのようである。

蔵見学のお客様の増加に伴い、お客様の対応に蔵人たちの時間が取られるようになってきた。これは本末転倒ではないかと蔵見学を中止にしようとして今村氏は蔵人に申し入れたが、年長者の蔵人の「でも、お客様と話をするのは楽しいよ」との発言により、1日に一組限定で続行することにした。ひとりのお客様でも90名のお客様でも一組である。年間の四分の一は、お客様をお迎えしている。

ヴェドレンヌから届くカシスの容器の再利用も思いつく。カシスは容量にして220リットルが入る青い容器に入られている。長期間の船旅に耐える容器であり、廃棄するのはいかにももったいない。雨水を貯めて濾過し、掃除や水やりなどに使えるように蛇口を付け、再利用できるようにした。大川市では、2009（平成21）年から「雨水利用タンク」モニターを募集し、無償で提供して雨水利用についてのアイデアを集め、この容器を希望者に無償配付している。

あまおうリキュールの原材料となったイチゴも成分検査をしてみるとビタミンCや旨味、香りが残っていることが判明した。アルコール分が残っているため、大人用のジャムとして酒販店で販売することにした。また、乾燥させたものは紅茶の茶葉に加えることでフレーバーティーとして生まれ変わった。このフレーバーティーは「大川コンセルヴ」という取り組みの商品群

に加わっている²⁵。

6) 今後の展開

祖父の代までは年間に数千石を生産していたが、徐々に酒類を整理して現在は清酒を約600石²⁶、焼酎やリキュールを合わせて1,000石の生産量を彼女のほか4名の蔵人で造っている。祖父が蔵元を務めていた時代まで蔵人たちは半年間、住み込みで働く季節雇用であったが、父の時代に社員の採用、年間雇用へと変更した。若い従業員を採用、育成するには安定した正社員という身分保障が必要だと考えたからであった。営業職で採用した後、蔵人に転身した従業員もいる。酒造りを行わない期間、従業員は蔵の整備、出荷、営業に従事していた。

女性杜氏として注目されることが多い今村氏であるが「ヒトによって選ばれるモノはヒトが変わると選ばれなくなるから」と女性杜氏を理由に注目を浴びることは本意ではないと語る。杜氏が表に出るのではなく、あくまでも「若波」という品質で選ばれる清酒づくり、派手すぎず、料理を包み込むような食中酒を目指す主張する。そのために重視していることが「押しと引き」である。「押し」とは、清酒の味であり、この味は麹が決める。「引き」とは、清酒のさらり感であり、これは洗米によって左右される。

これまでの10年余りは、学んできたことを律儀に守りながら「酒造り」に邁進してきたが、清酒は杜氏だけで造られるわけではない。今後の10年間では「蔵づくり」に力を入れる。彼女が好んで使う言葉に「チーム若波」がある。東北地方からわざわざ、若波酒造で酒造りに携わりたいとやってきた蔵人や脱サラの蔵人がいる。彼ら蔵人が光を浴びられるようにしたいと語る。

2008（平成20）年に弟が28歳で東京から蔵に

25 大川は、家具の生産高では日本一を誇る。食卓が多く造られてきたが、食卓は食の原点ともいえる。「大川コンセルヴ」は木と食を結ぶ取り組みであり、現在、6木工、8食品がラインナップされている。コンセルヴとはフランス語で「保存食」を意味する。

26 1石は180リットル。

戻り、営業、マーケティング、ラベルデザインを手がけ、720ミリリットル瓶のキャップをスクリューキャップから、より密閉性の高い打栓式のキャップに変更したり、11度以下に冷やすと「若波 純米大吟醸」の文字が浮かび上がるラベルを作成したりすることに取り組んでいる。よい品質の清酒を造っているだけでは市場を活性化できないとデザイン会社で働いていた経験のある弟が情報発信に努めている。

彼女は弟と力を合わせて蔵の改革・改善に注力している。機械化を推進するつもりはないが、品質と無関係なところでは労力を減らすべきだと、これまで肩の上に乗せて運んでいた作業を台車に変えた。これは小柄な彼女が男性の蔵人と同じように酒米などを運ぶ際に使っていたものである。男性にとっても重労働であったり、危険を伴う労働であったりするのであれば改善に努めている。大きなタンクから小さめのタンクに替えたり、洗米機や大型の氷温冷蔵庫を導入、設置したりして働きやすいように設備投資を行っている。酒造りが終了すると新しい道具作りや蔵内の設備改修に着手している。「安全に負担なく」が若波酒造のモットーである。

これまでの酒蔵は、蔵元という経営者と杜氏という酒造りの責任者の2本の矢であった。彼女は「これに製造統括という将来の蔵の設備や姿を考える役割を加え、3本の矢にしたい、そして、その役割こそ自らが担えるのではないか」と考えている。

3. 考察

田崎（2009）は、清酒業界の近年の動向として、①消費量の低迷、②社員による酒造りへの移行、③科学的知識の応用範囲の拡大、④地域ブランドの確立、を指摘している。

清酒の消費量減少、農業人口の減少や都市化がもたらした清酒造りの後継者問題といった前者2項目は、どの清酒製造業にも共通の環境の変化である。この環境の変化に対応するために

後者2項目の方策を取らざるを得なかったとも考えられる。そして、この方策を取ることができた製造業者こそが、厳しい環境の中に生き残り、新たな活路を見いだしているのではないだろうか。

若波酒造においても先代から蔵人は社員として採用されており、今村氏は酒類総合研究所で酒造りを学んでいる。さらに、福岡県産の酒米や酵母を用いて清酒を造っているほか、九州産の果実を用いたリキュールの開発に取り組んでいる。科学的知識を応用し、品質管理や労働効率の側面において機械化を導入するなど近代化を図ることで環境の変化に対応している。同社への調査から顕著な体制の変化として、①蔵元杜氏、②通年雇用、③地域密着・地域貢献への度合いの強化の3項目を挙げ、それぞれの波及効果に関して考察を行いたい。

1) 蔵元杜氏への体制変化

これまで清酒製造業では、経営者であり販売に徹する蔵元と造り手である杜氏、蔵人が分離していた。あるいは、経営者がイメージし、望む清酒を杜氏や蔵人がその技術をもって製成していた。原料米の選定から酒質の決定、酒の製造、品質管理はもちろん、蔵人の人員構成や賃金決定に至るまで、酒造りにおける一切が杜氏に任されていた例が少なくなかった（国税庁、2005）。杜氏や蔵人は専門知識、技術を有しているために経営者とはいえ、介入し難い壁が存在していたのである。

しかしながら近年、「蔵元杜氏」と呼ばれ、今村氏のように造り手を目指す蔵元の子弟が出現しはじめている。大学や研究所などで醸造の知識や技術を学んだ者も多い。経営者と造り手が一体化することで意思決定のスピードが速くなり、現代的な経営による清酒造りの実現に向う。

酒造りを請け負う杜氏に造りたい酒があったとしても、蔵元を説得し、納得を得るには時間が必要である。また、売れない酒を造った場合

のリスクを考えると現状維持でよいと尻込みするのも当然である。その一方で、蔵元杜氏では自己責任は問われるものの造る酒の自由度を高めることで酒質を多様化したり妥協のない清酒を製成したりすることが可能となる。これを支えているのが伝統的な杜氏の知識・技術と蔵元杜氏が得た科学的知識の融合である。

若波酒造では製成する清酒の種類を絞り込み、いわゆる「選択と集中」戦略により、果実を用いたリキュール、白米を用いた清酒、夏酒など差別化商品や付加価値化商品を開発・販売した。このことにより既存顧客に加えて新規顧客へと市場を拡大し、これまで清酒を愛飲していなかった女性客を取り込むと同時に若波酒造への顧客ロイヤルティを高めている。目新しい酒類の開発という話題を提供することで業界としても市場が活性化している。

その一方で、設備投資に関しては品質向上と作業負担の軽減の観点から優先順位、資金繰りを考慮して判断を下している。以前は、杜氏や蔵人が「近隣の酒蔵が使っているから」という理由で要求した設備を購入したものの十分に活用できなかったこともあった。流通販路に関しても実際に酒造りに携わっているからこそこだわりも生まれる。熟成を見守り、わが子のように苦労して育てた酒である。乱売によるディスカウントや酒販店での品質管理に注意が及ぶのも当然であろう。

今村氏はいずれ、杜氏をバトンタッチして自らは製造統括という職に就くことを考えている。ものづくりのトップである杜氏は、ともすれば全体最適をめざし、そつなくまとめることや現状維持に主眼を置きがちである。蔵の将来像を描き、変革を仕掛ける役割が必要であると今村氏は考えている。杜氏がものづくりに専念できる環境を作りながら蔵の将来像を描く役割に蔵元杜氏の経験が活かされる。

2) 通年雇用への体制変化

次に、季節集約型雇用から通年雇用への体制変化である。先に述べたとおり、若波酒造では若い従業員の採用と育成を意図して社員としての雇用を開始したのであった。また、あまおうリキュールの開発は地場で栽培されているあまおうを使えないかと考えたことがきっかけであった。通年雇用とリキュール造りは当初は無関係であったが、通年雇用が実現していなければ春・夏の期間に、あまおうリキュールを造ることは不可能であったのである。また、通年雇用を継続するには、清酒造りのシーズンではない季節の労働が必要だったのである。

通年雇用、社員の採用により長期的な人材育成や組織づくりの視点も生まれる。若波酒造で酒造りに携わりたいとやって来た蔵人たちと「チーム若波」を結成し、彼らの酒造りに対する熱意に酒造りの現場で報いている。一年を通じて酒造りを行い、伝統を守ることと新しいものづくりに携わることのバランスで学習の経験を積み重ね、技術力の向上につなげている。今村氏自身も弟や信頼のおける蔵人たちと共に働くことで方針も定まりやすく迷いやブレが少なくなり、チームの強さが発揮されている。

3) 地域密着・地域貢献への体制変化

現在、清酒製造業は、わが国のすべての都道府県で営まれている（国税庁，2011）。原料である米や水を地域で調達し、地域の食文化や伝統、歴史と関連するなど、清酒製造業は本来的に地域と密着して育まれる産業である。

農家と栽培契約を結んだり、都道府県が独自に開発した酒米や酵母品種を使用したりするなどの取り組みは、すでに多くの地域で見られている（国税庁，2000）。若波酒造でも福岡県で栽培された3種類の酒米を用いて清酒を仕込み、リキュールでもカシスを除いては九州産の果実を用い、地域密着の度合いを強めているが、今村氏は、あまおうの出荷農家と接し彼らの農作

物への思いを知ること、同じ造り手として共感の念や地域共同体としての意識を強く抱いている。

さらに、本業を通じて地域貢献の度合いを強めている。それは、先述の蔵見学、大川コンセルヴや大川観光協会が進める「大川まちの駅²⁷」での活動などに示されている。これらの活動は大川の農業・木工業・商業と観光を連携した「マイスターツーリズム」へと発展しており、今村氏はどちらにおいても中心的な役割を担っている。

4. むすびに

本稿では、若波酒造の体制変化として、①出稼ぎによる杜氏制度から蔵元杜氏への変化、②季節雇用から通年雇用への変化、③地域密着・地域貢献への度合いの強化、を事例研究から導き、その波及効果について考察を行った。それぞれの体制変化はシナジーを生み、その結果、特定の酒販店や消費者に「若波」「蜻蛉」というブランドが認知され、信頼感、好意的なイメージとロイヤルティが形成されている。若波酒造は、これらの体制変化を定着させ、さらに効果あるものとするために努力を続けている。

それぞれの変化を今村氏のキャリアと結びつけるならば、そこにはクランボルツ (Krumboltz, J. D.) がいう「計画された偶発性 (Planned Happenstance Theory)」が見て取れる。「計画された偶発性」とは、現代のように変化の著しい時代には、キャリアは予期できない偶発的なできごとに大きく左右されるとし、その偶然に際して最善を尽くし、起きたことを最大限に活用する、あるいは偶然を積極的に作り出し、キャリア形成の源泉にすることが重要であるという考えにもとづいている。今村氏の周辺で発生したそれぞれの事象は偶発的であったが、その対応について、氏は単に流れ

に任せたというわけではない。伝統、家業を守りながら妥協のない酒造りに邁進し、市場を作り出すという今村氏と若波酒造の強い意志と努力なしに現在の姿はあり得なかったはずである。今村氏が蔵元杜氏として、ビジョンと戦略を示す強いリーダーシップを発揮したことを記して本稿を結びたい。

本稿は、ひとつの清酒製造業の事例研究にもとづくものであり、わが国全体の清酒製造業の姿を検討したものではない。しかしながら、「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録されたことを契機に海外マーケットに軸足を移そうとする清酒製造業もある。若波酒造の取り組みを追いながら、このように挑戦を続けるいくつもの清酒製造業の姿を見た。清酒は新たなステージを迎えている。若い杜氏や蔵人たちによって清酒製造業に種々の変化が生じていることは明らかである。

謝辞：本稿の執筆に際しましては、若波酒造合名会社の杜氏である今村友香氏には格別のご高配を賜りました。心から感謝申し上げます。

【引用・参考文献など】

- 藤田千恵子 (2004) 『杜氏という仕事』新潮社。
- J. D. Krumboltz, A. S. Levin (2005) 『その幸運は偶然ではないんです！』ダイヤモンド社。
- 国税庁課税部酒税課 (2014) 『酒のしおり』。
- 松江勇次 (2006) 『産学官共同開発による「福岡オリジナルソフト清酒」の開発』生物工学会誌84 (12) 506-507。
- 中野繁監修 (2009) 『日本の杜氏413人名鑑 2010年版』株式会社フルネット。
- 菅原敬夫 (2012) 『日杜連設立50周年の歩み』日本醸造協会誌107 (11)。
- 田崎俊之 (2009) 『伏見酒造業における酒造技術者の実践コミュニティ』フォーラム現代社会学 (8) 105-119。
- 福岡県酒造組合

27 観光客などが気軽に立ち寄ることができる“まちの案内所”。40軒ほどの「まちの駅」加盟店では無料で休憩できるスペースがあり、大川や周辺地域の観光パンフレットを取り揃えている。

[ttp://www.fukuoka-sake.org/](http://www.fukuoka-sake.org/)
福岡県農林水産物ブランド化推進協議会
http://www.fs-fukuoka.com/catalog/catalog_vegetables/amaou
月桂冠株式会社
<http://www.gekkeikan.co.jp>
経済産業省 地域資源活用事業計画
<http://www.kyushu.meti.go.jp/seisaku/sanjigyou/shigen.html>
国税庁 清酒製造業の概況（平成14年度調査分）
<http://www.nta.go.jp/shiraberu/senmonjoho/sake/shiori-gaikyo/seishu/2002/01.htm>
国税庁 清酒製造業の概況（平成23年度調査分）
<http://www.nta.go.jp/shiraberu/senmonjoho/sake/shiori-gaikyo/seishu/>

<2011/index.htm>
国税庁 清酒製造業の概況（平成24年度調査分）
<https://www.nta.go.jp/shiraberu/senmonjoho/sake/shiori-gaikyo/seishu/2012/index.htm>
九州農政局
http://www.maff.go.jp/kyusyu/keikaku/totishigen_tamen.html
<http://www.maff.go.jp/kyusyu/kikaku/mura/kago/20soo.html>
日本酒造組合中央会
<http://www.japansake.or.jp/sake/index.html>
大川観光協会
<http://www.okawa-kk.com/>
太久保酒造株式会社
<http://ookuboshuzo.com/>