

# A change in structure of the sake industry and corporate strategy

— The correspondence of the enterprise  
in the structure change term and internationalization —

## *Abstract*

That structure of the sake industry has changed in the 1990's suddenly due to the internationalization in the various situations after it is within typical Japanese production, circulation structure change pressure from the consumer's change in a taste and the EU. Sake industry is the industry formed as a liquor kind production industry which is characteristic of the this country historically.

The following point became clear from the correspondence of the business corporation to the change in an environment which a sake industry is taken in and to sow.

1) As for the sake industry, that existence form diversified, and this concerning the behavior of the enterprise became difficult in the production region.

2) The general industry vision of the sake industry can't be made though the local group which moved an association to the center can support production concerning a system.

3) An enterprise in the whole country which makes strategy the same from the strategy which it gives priority to the local production group of the sake production region. The part which tax reforms in recent years, a deregulation initiative played in this point is serious.

4) It will follow, and a sake industry will have to put a route to the reform based on the independent corporate strategy from now on to the production concerning a system.

Key words: Sake industry    structure change    brewing association    internationalization

# 清酒業の構造変化と産地対応 ——構造改変期における対応と国際化——

八久保厚志 (人間科学部)

- I. 問題の所在
- II. 清酒業の構造変化
  - 1. 環境変化と酒税法改正
  - 2. 生産動向と製品構成変化
- III. 産地の動向
  - 1. 清酒産地の空間構造
  - 2. 産地の対応
  - 3. 企業の対応
- IV. 製品転換と企業行動
  - 1. 製品構成の地域性
  - 2. 製品構成と企業性
- V. 結語

## I. 問題の所在

清酒業は、わが国固有の酒類生産業として歴史的に形成された工業であるが、1990年代には、消費者の嗜好変化と欧米からの日本的生産・流通構造改変圧力および2000年代に入ってから様々な局面での国際化によってその構造が激変している。

現代の酒造業、特に清酒業の転換機となったのは、1989（平成元）年・1992（平成4）年の酒税法の改正であったことが指摘されている（八久保2004b, 初沢1996, 野間・中野2003）。この時の主要な改正点は、等級制に裏打ちされた価格維持の体制から、製品の質に基礎をおく価格設定体系への転換である。しかし結果として、この時の酒税法の改正は、その後進展する酒造業の国際化のための生産構造の質的転換を招来するものであった。ただ、歴史的に形成せられた酒造業の地域間構造によって、その転換には格差が生じ、より一層の地域間格差の進展をみるに至った。全国的な制度改正は地域においてはその進度において格差をもって遂行された。したがって、現代酒造業の地域間構造を考える上で、1992年改正前後の酒造業の生産構造がどのような姿を示していたのか、また、どのような要因が重要であるかを検討することは重要である。現代の酒造業の生産構造とその地域間構造を規定する諸要件が存在する可能性があるからである。本稿の目的の第一は、まさにこの点の解明にある。

酒造業の持つ特殊日本的ともいえる生産形態の一つは、近世の株仲間以来の伝統的な同業者集団と為政者による体系の権威付けをともなった法体系の整備のもとづく排他的生産継続体系であろう。清酒業について藤原隆男（1980）はこの体系を「生産者、酒造組合、税務署の三位一体の酒造体制」と呼んでいる。以上のような体制的な生産は、清酒が担税商品として、わが国の近代化を支える財であったからである。しかし近代化を支える原資が酒税から法人税・所得税等直接税にとって代わられて久しく、体制的生産の歴史的役割は終わったといってもよからう。問題なのは、体制的生産構造が清酒業の近代的・現代的企業行動に

もとづく産業ビジョンを展望できない点である。清酒業は「産業」としてより、担税商品、風土を表す商品、近代地主制を支えた小作対策の威信財を生産する業などとして認識されることも多かったため、積極的な市場開拓、生産構造の改変は体制的に忌避されてきた。このことが積極的な清酒業の企業空間再編を阻害してきた。このような清酒業の動向は、清酒業の存続をわが国特有の工業としてのみ存続が可能な縮小産業へ導きかねない。筆者が酒造業の現代的構造再編を検討するのはこのような視点からである。

さて、清酒業のみならず形成の古い産業の近代化は、地域的な集团的生産体制のもとで個別企業の行動との違いを顕在化させてきた。上野（1985）は繊維産業の地域集団、宮川（1996）が陶磁器の地域集団に注目してきた。これらの研究で明らかになったのは企業成長と組合の行動の乖離、問屋資本の役割、歴史的に形成された地域的権力関係であった。これらの研究は産地集団の地域的諸条件変化に対応した地域集団の特性を明らかにしている。ただこれらの研究は、経済環境変化が産地構造再編の契機として捉えられている。しかし清酒業は、厳密な意味では経済環境変化がその刺激の根底にあるとはいえ、表面的には、国際的な環境変化に刺激された外圧が構造再編を迫る契機として捉えられるため、これまで研究の対象とされてきた諸産業分析の問題意識・分析手法といささかもおもむきが異なる。したがって従前の蓄積された研究からその問題の析出を試みるより実態の把握に中心をおくことが必要である。このような問題関心では初沢（1996）が地方産地である会津産地の企業・組合行動の分析を進めてきた。そのなかで具体的な産地の分析と同時に全国的な清酒産業空間次元の実態把握の必要性が示されている。

本稿は以上の視点から、1992年前後の清酒業の構造再編の実態を、個別企業と酒造組合の対応を中心に、かつ清酒生産の主産地、地方産地、近在産地の産地類型を考慮しながら明らかにすることが目的である。これらの分析によって現代における酒造業の存在形態及び変化の実態を明らかにする。分析の資料とするのは、1994年、2004年

に行った清酒業産地の実態調査で得られた知見が中心となる。1994年調査は、全国の清酒生産を主導する企業と酒造組合を対象に調査票に基づくアンケート調査である。また、2004年には、会津若松産地、新潟産地の清酒企業および大分、岐阜、熊本、鹿児島で行った本格焼酎企業への聞き取り調査を行った。本稿はこの実態調査および各種の既存資料等をもとに分析を進めるが、次章以下、Ⅱで清酒業の構造変化を環境変化とそれに対応する生産動向から明かにし、Ⅲでは環境変化のうち外圧に対応する酒税法の2度にわたる改正への企業・組合の対応から産地類型毎に構造再編の実態を明らかにする。Ⅳでは、製品構成変化から企業行動の動向と産地の行動を明らかにする。

## Ⅱ. 清酒業の構造変化

### 1. 環境変化と酒税法改正

清酒業をとりまく環境変化の中で、消費構造と商品の変化については、第一に生活の洋風化ともなってビール、ウイスキー等洋酒への変化、第二にホワイト革命以来のスピリッツ系酒類への変化、第三に健康指向から焼酎への変化、一方、清酒の製品特性変化は、本物指向から本醸造、純米酒、高級化指向から吟醸酒、大吟醸酒など特定名称酒へ変化している。他方、わが国の貿易収支の不均衡や輸入製品の拡大から、消費財としての酒類の輸入拡大が欧米から求められ、輸入拡大を阻害するものとしての酒類生産・流通の免許制度の改変など諸制度改革が進んでいる。その一貫として1988（昭和63）年にウイスキー類の従価税が改正された。また、1992（平成3）年清酒の級別制度が廃止された。代わって清酒のグレードの区別は本醸造、普通酒、吟醸酒など清酒の中身を直接表すことになった。一方、輸入酒は年々拡大を続けている。清酒もアメリカ、オーストラリア等からの輸入が始まっている。他方、ウルグアイラウンドにもとづく米の輸入解禁をにらんでの食料管理法の改正は、原料米の入手環境を激変させている。最も重要なのは銘柄米の流通が公認されることによる酒造好適米価格の上昇である。また、価格設定は自由であり高価格の製品による差別化

は進展しており、特定酒造好適米の価格は1994（平成5）年のように不作時には高騰しがちである。

### 2. 生産動向と製品構成変化

1980年代からの清酒生産は全体として微増していたが、2000年代にはいと、生産量は本格焼酎に抜かれ、現在も減少傾向にあるといえる。地域的にみると、灘産地をもつ兵庫県、伏見産地を持つ京都府が他地域を圧倒している。桶取引も継続しており、産地・銘柄換算での販売量からみればこの傾向はより大きいと思われる。二大産地に続くのは長岡産地を持つ新潟県、湯沢産地を持つ秋田県、西条産地を持つ広島県、会津・喜多方産地を持つ福島県であり、埼玉県、長野県、愛知県、山形県がこれに続いている。ほとんどの地域が生産集中地区を持っており、地方産地として全国的なブランド形成に成功している企業を持っている。長野県、山形県は集中地区がなく県全域で多数の企業が展開しており、全国的なブランドがあっても量的には大きなものではない。

製品構成別の生産動向をみると、全体的には普通酒が多いが、特定名称酒が激増している（八久保2004b）。地域別にみると二大産地である大阪国税局管内では普通酒が卓越しており、大企業の生産中心がいまだ普通酒であることがわかる。一方、仙台国税局管内、新潟国税局管内では特定名称酒の比率が高くなっている。また、四国、広島、福岡税務局管内では普通酒の比率が高く、依然として桶売酒を中心とした高度化していないのがわかる。このように、特定名称酒を中心とした生産に移行しているのは地域的には地方産地であることがわかる。地方産地が清酒の製品構成上の高度化の活発な地域と概観できる。

以上のように、環境変化に対応した生産活動の動向は量的には依然として二大産地が大きいですが、製品構成の変化では地方産地が活発である。一方、近在産地の卓越する地域では生産は減少傾向にある。次に実態調査からこの状況をあきらかにする。

### Ⅲ. 産地の動向

#### 1. 清酒産地の空間構造

前述のように、清酒産地はその生産量から灘、伏見の二大産地と長岡、湯沢、西条、会津（含喜多方）、大宮、半田等地方産地、その他産地に分けることができる。二大産地では、灘の沢の鶴、福久娘、日本盛、大関、白鹿、白鶴、菊正宗、伏見の月桂冠、黄桜など清酒業を代表する企業が立地し、地方産地でも、長岡の朝日山（久保田）、秋田の清水、湯沢の爛漫、喜多方の会津はまれなど全国的なブランド形成に成功し、産地を主導するリーディング企業をもっている（表1、表2）。

表1 清酒産地(10産地)の概要(1991) (単位:場、20度換算KL)

地域	府県	税務署	醸造場数 1場当り 製成数量	主要企業 製成数量 5,000KL以上	生産 集中度
兵庫	灘	24,491	7(3,499)	沢の鶴 10,545	CR <sub>2</sub> 31.0
				福久娘 7,602	
				日本盛 27,018	
				大関 18,757	
				白鹿 17,275	
				多聞 7,696	
福徳長 6,002					
西宮	100,740	24(4,198)	白鶴 26,345	CR <sub>5</sub> 76.2	
			菊正宗 25,033		
芦屋	81,015	23(3,522)	劍菱 5,463	CR <sub>3</sub> 70.2	
伊丹	14,763	5(2,953)	白雪 14,131	CR <sub>1</sub> 95.9	
柏原	57,675	14(4,120)	*黄桜 26,762 *大関 18,307 百萬国 5,413	CR <sub>3</sub> 87.5	
明石	12,228	14(873)	—	—	
京都	伏見	124,746	38(3,283)	月桂冠 48,229 黄桜 30,505 宝酒造 16,167	CR <sub>3</sub> 76.1
新潟	長岡	16,236	19(856)	朝日山 6,658	CR <sub>1</sub> 41.0
	秋田	秋田南 12,845 湯沢 13,763	7(1,835) 7(1,966)	高清水 8,708 爛漫 7,894	CR <sub>1</sub> 68.0 CR <sub>1</sub> 57.4
広島	西条	12,327	11(1,121)	—	CR <sub>2</sub> 60.3
	会津若松	14,273	30(476)	—	CR <sub>3</sub> 71.5
福島	喜多方	11,102	13(854)	会津はまれ 7,203	CR <sub>1</sub> 64.9
	大宮	11,292	9(1,255)	宮正宗 10,011	CR <sub>1</sub> 88.7
長野	—	—	—	—	
愛知	半田	13,010	14(930)	国盛 5,035	CR <sub>1</sub> 38.7
山形	—	—	—	—	

資料)『全国酒類製造名鑑』より作成

表2 清酒産地の生産上位企業(1991) (単位:20度換算KL)

生産量	代表銘柄	会社名	所在地
10,359	宮正宗	(株)小山本家酒造	埼玉県大宮市
3,200	力士	(株)釜屋	騎西町
3,203	清瀧	清瀧酒造 KK	連田市
1,826	八州鶴	八州酒造 KK	長野県長野市
2,468	真澄	宮坂醸造 KK	諏訪市
2,196	喜久水	喜久水酒造 KK	飯田市
3,780	菊水	菊水酒造 KK	新潟県新発田市
2,222	歌自慢	西脇酒造 KK	燕市
4,341	吉乃川	吉乃川酒造 KK	長岡市
6,658	朝日山	朝日酒造 KK	三島郡越路町
3,195	越乃誉	原酒造 KK	柏崎市
48,229	月桂冠	月桂冠酒造 KK	京都府伏見区
1,955	キン正宗	キン正宗酒造 KK	〃
30,550	黄桜	黄桜酒造 KK	〃
2,004	英勲	斉藤酒造 KK	〃
2,366	富翁	(株)北川本店	〃
2,111	金瓢	三宝酒造 kk	〃
16,167	松竹梅	宝酒造 kk	〃
2,253	菊富士	富士酒造 kk	〃
3,000	日本桜	旭化成工業 kk	加茂町
10,545	沢ノ鶴	沢ノ鶴 kk	兵庫県神戸市灘区
1,849	忠勇	忠勇 kk	〃
7,602	福久娘	福久娘酒造 kk	〃
3,648	金盃	金盃酒造 kk	〃
2,385	月桂冠	月桂冠 kk	〃
18,757	大関	大関 kk	西宮市
27,018	日本盛	西宮酒造 kk	〃
7,696	多聞	多聞酒造 kk	〃
2,125	福久娘	旭化成工業 kk	〃
2,285	白鷹	白鷹 kk	〃
4,638	富貴	合同酒精 kk	〃
17,275	白鹿	辰馬本家酒造 kk	〃
2,455	百萬石	百萬石酒造 kk	〃
6,002	福徳長	福徳長酒造 kk	〃
2,605	金露	金露酒造 kk	神戸市東灘区
2,620	桜正宗	桜正宗 kk	〃
3,437	国冠	国冠酒造 kk	〃
26,346	白鶴	白鶴酒造 kk	〃
25,033	菊正宗	桜正宗酒造 kk	〃
2,505	世界長	世界長酒造 kk	〃
5,463	劍菱	劍菱酒造 kk	〃
2,540	松竹梅	寶酒造 kk	〃
14,131	白雪	小西酒造 kk	伊丹市
2,420	白鷹	江井ヶ島酒造 kk	明石市
2,726	梅ヶ香	小田酒造有限会社	〃
4,723	播州一	田中酒造 kk	小野市
3,463	国乃花	木戸酒造合名	加古川市
2,706	名城	第一酒造 kk	姫路市
18,307	大関	大関 kk	篠山町
5,413	百萬石	百萬石酒造 kk	〃
5,821	桜	桜酒造 kk	〃
26,762	黄桜	黄桜酒造 kk	丹南町
	都美人	都美人酒造 kk	三原町

4,927	奥の松	東日本酒造協業組合	福島県二本松市
4,566	花春	花春酒造 kk	会津若松市
3,152	栄川	栄川酒造 kk	〃
2,382	末広	末広酒造 kk	〃
7,209	会津まれ	ほまれ酒造 kk	喜多方市
8,708	高清水	秋田酒類製造 kk	秋田県秋田市
2,89	新政	新政酒造 kk	〃
1,888	太平山	小玉醸造 kk	飯田川町
2,335	北鹿	㈱北鹿	大館市
3,198	両関	両関酒造 kk	湯沢市
7,894	爛漫	秋田銘醸 kk	〃
1,801	東竜	東春酒造 kk	愛知県名古屋市
4,797	清洲桜	清洲桜醸造 kk	清洲町
5,295	国盛	中埜酒造 kk	半田市
4,164	ねのひ	盛田 kk	常滑市
4,775	千福	㈱三宅本店	広島県呉市
3,404	賀茂鶴	賀茂鶴酒造 kk	東広島市
4,024	白牡丹	白牡丹酒造 kk	〃

資料) 表1と同じ



図1 酒造組合の分布

表3 都道府県別上位酒造組合の状況

酒造組合 (支部組織数)	酒造組合連合会 (酒造組合数)
東京 (5)	*京 都 (7)
神奈川 (5)	*兵 庫 (12)
千葉 (8)	奈 良 (4)
山 梨 (4)	和歌山 (6)
*埼 玉 (9)	滋 賀 (7)
茨 城 (8)	*福 島 (12)
栃 木 (8)	青 森 (5)
群 馬 (9)	*山 形 (9)
*長 野 (10)	*愛 知 (8)
*新 潟 (13)	三 重 (6)
大 阪 (0)	岐 阜 (6)
北海道 (0)	石 川 (5)
宮 城 (8)	福 井 (6)
岩 手 (9)	富 山 (4)
*秋 田 (8)	*広 島 (14)
静 岡 (10)	山 口 (11)
香 川 (9)	岡 山 (11)
福 岡 (12)	鳥 取 (3)
佐 賀 (5)	島 根 (8)
長 崎 (6)	愛 媛 (9)
大 分 (0)	徳 島 (2)
	高 知 (2)
	熊 本 (2)
	鹿 児 島 (11)
	宮 崎 (7)
	沖 縄 (6)
21 都道府県	26 府県

資料) 各酒造組合

注) \*清酒生産上位10府県網は醸取焼酎県

## 2. 産地の対応

清酒業の産地形成は歴史的に異なっており、また、その異なりによって現在の存在形態も異なっている。すなわち、「産地」は概ね単位税務署管内に単位酒造組合（支部）が設立されており、都道府県単位に連合会が組織されている（表3）。その分布を示したものが図1である。支部組織形態の地域では都道府県単位で酒造組合を設立している。単位酒造組合は、独立した事務所を持つ場合、県単位で酒造組合の中に単位組合を便宜的に持つもの、酒造企業がその事務を代行している場合等があり多様である。したがって、個々の例を見れば産地概念にそぐわない場合もあるが、この章では産地の全国的な動向をみるために単位組合（支部）を産地と呼ぶことにする。なぜなら、そのような存在形態が現行酒税法の下で継続していることこそ清酒業の現代的存在形態研究の対象であるからである。したがって産地を二大産地、地方産地、その他産地、近在型産地に分けて分析を行う。

表4は、産地類型ごとに酒造組合の対応状況を



表4 産地別企業対応の概要（事例）

No.	区分	1989年改正					1992年改正					備考		
		市場	原料	技術	労働	製品	表示	市場	原料	技術	労働		製品	表示
1	二大産地	○	○	○			○	○	○			○	○	系列 系列
2							○	○	○			○	○	
3												○	○	
4												○	○	
5								○	○	○		○	○	
6	産地	○		○		○	○				○	○	○	
7														
8						○		○	○					
9	その他						○	○			○	○	○	
10			○					○	○		○	○		
11			○	○	○	○		○	○	○	○	○		

注) 市場：販売促進活動、新市場開拓、流通機構の組織化・系列化等  
 原料：原材料の確保 技術：新製品開発等 労働：労働力の確保  
 製品：製品構成の変化、価格設定等 表示：商標、銘柄、上撰など表示変化  
 凡例：○積極的に対応 ○対応した 未記入は特に対応せず  
 資料：実態調査により作成

まとめたものである。まず二大産地の対応は、主に製品政策上の対応であり、89年改正では「対応した」との解答が多かった。これが92年改正では、産地は「積極的に対応した」。また、商標や銘柄に関する表示に対応した産地も多い。産地では、89年、92年とも積極的に対応した。特に92改正では、「表示」に関する対応がなされた。産地ではそれまで地域市場での優位性をより確立させる行動とみることができる。次にその他産地の対応は、全体として緩慢である。個別企業の格差が大きいため、産地全体としての行動はとりにくいことがその要因である。このように、構造改変の契機となる酒税法上の改正は、産地での対応を活発化させたものの、それ以外の中小部門の企業が中心の酒造地域では、自前で構造再編への行動を起こさなかった。ただ、これらの地域でも、活発に対応した個別企業もあった。次に、個別企業の対応状況を見る。

### 3. 企業の対応

企業階層ごとの対応を、産地類型ごとにみる。まず、二大産地の企業は積極的な対応を示した。とくに表示に関する政策や製品政策で活発であった。産地でも同様であるが、製品政策が活発であった。その他産地では、その対応は緩慢といえる。このような企業対応の違いは、主に対象市場

の差別化に起因しているといわれる。聞き取りによると、地方の一部の中小企業は、清酒生産について量的な拡大戦略は減退しており、少量でも利益率の高い製品政策を採っている。ある意味で吟醸酒中心の「芸術」的な清酒生産を指向している。ただ、本来の酒類の効用が芸術鑑賞とならない以上、この戦略は限界がある。

以上のように、産地類型ごとに企業対応は異なっている。注目しなければならないのは、各企業が独自行動をとりつつも酒造組合との連携を忌避していないことである。この点が個別企業と酒造組合を繋ぐ酒税法の意義があるのである。

次に、企業行動の多様性について製品転換を含む製品政策から明らかにする。

## IV. 製品転換と企業行動

### 1. 製品構成の地域性

近年の清酒業の製品政策の中心は、普通酒生産から本醸造、吟醸酒への製品構成の転換であることはすでに述べた。表5は北から順に生産量と特定酒率、加入ネットの概要を示した。記載の企業は、主に特定酒を生産の中心に指向している企業もしくは今後中心に育成する指向のある企業である。調査時点では、傾向はあまり判然としない。ただ、これらの企業が多く新しい流通チャンネルに基づいたネットワーク形成に積極的であることは読みとれる。すなわち、特定酒の販売にあたって、従前の流通チャンネルや手法にこだわらない出荷体制を構築しているのである。また、聞き取りによると、独自の流通ルートを構築した企業の直売比率が上がっており、この点で利潤拡大に流通ルートの構築は貢献しているといえる。この点で、新しい流通ルート構築は中小零細部門の企業の存立の重要な要件となりつつある。

### 2. 製品構成と企業性

ここでは生産上位企業のうちで資料が得られたものから明らかにする。表6は二大産地以外の生産上位企業の概要を示したものである。これによると生産規模と製品構成には明らかに相関がみられる。すなわち、生産数量の大きい企業ほど特定

表5 中堅企業のネットワーク状況 (その1)

No	企業名	生産量	特定酒率	本醸造	伸進会	吟醸	純粋	地酒
4	㈱西田酒造店	289	6.5			○		
5	桃川(株)	2,933	35.0	○	○	○		
6	六花酒造(株)	1,234	45.0		○			
7	㈱あさ開	1,962	30.0	○	○			
8	㈱釜石酒造商会	281	50.0			○		
10	菊の司酒造(株)	835	50.0		○			
11	久慈酒造	325	45.0			○		
12	両盤酒造(株)	898	6.0		○			
13	㈱一ノ蔵	2,504	100.0	○	○			
14	勝山企業(株)酒造部	264	100.0				○	
15	天賞酒造(株)	427	100.0	○				
16	宮城酒類(株)	525	68.0			○		
17	秋田銘醸(株)	7,897	25.0		○			
18	天寿酒造(株)	1,230	17.3	○		○		
19	日の丸醸造(株)	189	44.0			○		
22	千代寿虎屋酒造	573	70~	○				
23	出羽桜酒造(株)	749	55.0		○	○		
24	古澤酒造(株)	754	51.0	○	○			
25	笹の川酒造(株)	876	53.0				○	
26	天鷹酒造(株)	482	35.0			○		
27	五十嵐酒造(株)	194	75.0				○	
28	鏡山酒造(株)	109	33.0			○		
29	松岡醸造(株)	353	32.0			○		
30	岩瀬酒造(株)	172	45.0			○		
31	小澤酒造場	232	18.0				○	
32	渡邊酒造合名	318	60.0	○	○	○		
33	熊澤酒造(株)	200	100.0	○	○	○		
34	笹一酒造(株)	750	32.4		○	○		
35	山梨銘醸(株)	769	30.0		○	○		
36	㈱薄井商店	650	35.0			○		
37	黒澤酒造(株)	808	30.0				○	
38	信州銘醸(株)	404	34.8			○	○	
39	㈱豊島屋	600	54.0		○	○	○	
40	七笑酒造(株)	818	11.0				○	
41	舞姫酒造(株)	481	35.0	○	○			
42	市島酒造(株)	1,321	45.0				○	
43	麒麟山酒造(株)	817	35.0	○				
44	大洋酒造(株)	781	45.0	○		○		
45	若鶴酒造(株)	1,203	100.0	○	○	○		
46	㈱加越	1,436	25.0				○	
47	㈱吉田酒造店	329	82.0			○		
48	㈱吉田金衛門商店	165	60.0			○		
49	㈱わかさ富士	300	10.0	○			○	
50	㈱老田酒造店	845	75.0		○			
51	菊川(株)岐阜	940	100.0	○			○	
52	玉ノ泉堂酒造(株)	1,232	13.0	○			○	
53	小町酒造(株)	95	35.0				○	
54	平野醸造合資	140	30.0					
55	御代桜醸造(株)	585	30.0	○	○	○		
56	杉井酒造(有)	97	20.0				○	
57	㈱土井酒造場	319	60.0			○		
58	花の舞酒造(株)	741	90.0	○	○			
59	満寿一酒造(株)	104	30.0			○		

60	㈱山中正吉商店	434	20.0	○	○			
61	神杉酒造(株)	1,180	45.0		○			
62	関屋醸造合資	370	70.0			○		
63	東海醗酵工業(株)	1,580	8.0	○	○			
64	福井酒造(株)	360	25.0					○
65	㈱宮崎本店	1,624	26.0	○	○			
66	森本仙右衛門商店	639	40.0			○		○
67	池本酒造(有)	117	50.0			○		
68	ハクレイ酒造(株)	222	41.0					○
69	松本酒造(株)	1,488	40.0				○	
70	木村酒造(株)	621	50.7			○		○
71	豊澤酒造(株)	331	32.5				○	
72	㈱本田商店	702	79.0					○
73	㈱北岡本店	529	23.0			○		○
74	中本酒造(株)	117	100.0			○		
75	世界一統	1,258	19.0			○		
76	稲田本店	87	20.0					○
77	君司酒造(株)	365	10.0					○
78	諏訪酒造(株)	258	33.0			○		
79	李白酒造(有)	468	40.0			○		
80	日本海酒造(株)	483	20.0			○		
81	都錦酒造(株)	332	21.0					○
82	嘉美心酒造(株)	763	21.0	○	○			
83	㈱辻本店	697	40.0			○		○
84	利守酒造(株)	609	100.0			○		○
85	中田酒造(有)	342	4.0			○		
86	宮下酒造合名	546	70.0	○				
87	賀茂泉酒造(株)	843	42.0			○	○	
88	村重酒造(株)	497	8.8			○	○	
89	㈱本家松浦酒造場	562	42.0	○	○	○		
91	亀岡酒造合資	68	70.0					○
92	㈱八木酒造部	358	20.0			○		
93	雪雀酒造(株)	327	30.0			○	○	
94	㈱喜多屋	571	12.0	○	○			○
95	㈱高橋商店	547	30.0			○		
96	富安合名	1,083	40.0				○	
97	富安本家酒造(株)	870	30.0			○	○	
98	窓乃梅酒造(株)	1,021	35.0			○		○
99	㈱熊本県酒造研究	417	21.0			○		
100	瑞鷹酒造(株)	1,188	30.0					○
101	千代の園酒造(株)	783	45.0			○	○	
102	クンチョウ酒造(株)	526	18.0			○	○	

資料：実態調査、国税庁資料、「日本酒事典」より作成

注) 全ての項目に資料が得られた企業のみ

本醸造：全国本醸造清酒協会 伸：伸進会 吟醸：吟醸酒会 純粋：純粋日本酒協会 地酒：地酒 Van



表6 生産上位企業の特定名称酒割合

No	企業名	生産量	特定酒率	所属会
1	桃川(株)	2,933	35.0	本・伸・吟
2	(株)あさ開	1,962	20.0	本・伸
3	酔仙酒造(株)	2,158	26.0	
4	(株)一ノ蔵	2,504	100.0	本・伸
5	秋田酒類製造(株)	8,789	30.0	
6	秋田県醱酵工業(株)	3,214	3.0	
7	秋田銘醸(株)	7,897	25.0	伸
8	新政酒造(株)	2,124	35.0	
9	(株)北鹿	2,292	35.0	
10	柴川酒造(株)	3,192	33.4	伸
11	花春酒造(株)	4,648	17.0	
12	(株)釜屋	3,200	100.0	
13	宮坂醸造(株)	2,536	40.0	本・吟・伸
14	石本酒造(株)	2,135	50.0	
15	白瀧酒造(株)	2,996	95.0	吟
*16	喜久水酒造(株)	2,166	20.0	
17	銀盤酒造(株)	4,028	75.0	
18	立山酒造(株)	4,029	1.5	
19	(株)福光屋	3,139	100.0	吟
20	千代菊(株)	1,893	8.2	吟
21	東春酒造(株)	1,850	100.0	
22	(株)北川本家	2,613	15.0	吟・地
24	合同酒精(株)西宮	4,036	5.4	
25	白鷹(株)	2,064	30.0	
*26	金露酒造(株)	2,043	8.8	
27	都美人酒造(株)	2,138	35.0	
28	ヤエガキ酒造(株)	1,806	70.0	本・伸・純
29	西野金陵(株)	3,304	20.0	本・伸・吟
30	梅錦山川(株)	3,488	22.0	本・伸・吟・純
31	司牡丹酒造(株)	2,440	70.0	伸・吟
*32	平喜酒造(株)	1,938	14.0	
33	(株)いそのさわ	2,264	14.0	
34	美少年酒造(株)	3,737	70.0	本
35	壹鳥酒造(株)	2,160	37.3	
36	両関酒造(株)	3,473	35.0	本・伸

資料：実態調査、国税庁資料、「日本酒事典」より作成

注) 全ての項目に資料が得られた企業のみ

本：全国本醸造清酒協会 伸：伸進会 吟：吟醸酒会 純：純粋日本酒協会

酒比率が低くなっていることである。一方、特定酒率が50%を越えるのは生産量3,000KL以下の企業である。この時点では、市場では特定酒の需要はまだ限られており、企業の設備投資や生産形態の改変など積極的な行動は少なかった。表7は、産地類型別の企業の製品アイテム比率の事例である。これによると、大産地では、普通酒の比率が大きく、量的には従前の酒質の製品が生産の中心であることがわかる。したがって、大産地の製品設計上の政策（企業戦略）が大方の個別企業

表7 産地別企業対応の概要

No	区分	生産指数	販売指数	納税者指数	製造アイテム比率					備考
					吟醸	純米	本醸	普通	その他	
1	二大産地	112	103	100	1	1	4	94		
2		98	98	100	1	1	8	90		
3		76	110	1,172	2	1	7	90		
4		107	107	—				98	2	系列
5		85	85	—		2		98		系列
6	産地	105	104	—	7	13	28	50	2	
7		106	99	—	4	5	11	80		
8		118	102	—	1	1	12	86		
9	その他	117	114	—	—	—	2	98		系列
10		100	100	—	2	4	10	84		
11		98	95	—	1	7	17	75		集約(協業)

注) 生産指数：平成元年を100とした最近年（平成4または5年）の生産量の指数（20度換算）、販売指数：生産指数と同期の販売量の指数、未納税指数：生産指数と同期の未納税購入量（桶買数量）の指数。吟醸：吟醸酒、純米：純米酒、本醸造：本醸造酒、普通：普通酒（いわゆる三倍増酒を含む清酒）、その他：清酒以外の酒類。系列：主に桶売り企業（大手の協力工場等）、集約：協業化企業。

資料：実態調査により作成

の製品戦略上の動向を左右することになっているといえよう。

このように、89年改正や92年改正も流通ルートが多様化などの清酒業再編の契機となったものの、清酒業の全体的な生産強化にはつながっていないとはいえない。中小零細部門の継続には、製品単価を上げることで利益率を向上させることが重要であるが、本稿で指摘した流通部門の多様化はこの点で直売率を向上し、利益率を向上させていることは看過できない。ただ、生産部門での問題は数多いのが現状といえる。

## V. 結語

清酒業をとりまく環境変化への企業・組合の対応から以下の点が明らかになった。

- 1) 清酒業はその存在形態が多様化しており、産地内で企業の同一的行動は困難となってきた。
- 2) 組合を中心とした地域的集団は、体制的生産を支えることはできても清酒業を企業行動にもとづく産業像への展望を開かせる主体ではなくなっている。
- 3) 企業は、清酒産地の地域的な生産集団を優先する戦略から、戦略を同一にする全国の企業が地域を越えて集団化している。この点で近年の

税制改正，規制緩和政策の果たした役割は大きい。

4) したがって，今後，清酒業は体制的生産に対して主体的な企業戦略にもとづいた変革への道筋をつける必要がある。

以上のように，清酒業において企業と地域的生産集団との関係の変化は，両者の行動の異なりを生じており，この乖離に起因する対立も生じている。これは清酒業が歴史的に果たしてきた社会的貢献の誇りが，体制的生産を保持するということに収斂しているからである。社会のために税金を生み出す商品を生産するという自負があるからである。ただ，価値観が多様化している現在，企業の行動が生活の質の向上のための商品生産という社会貢献のスタイルに転換され，これを社会が受容するようになれば，体制的生産も歴史的役割を終えるのではなからうか。

## 注 記

1) 2000年代になっていくつもの清酒企業が同業企業やその他資本に買収や統合・合併された。ただ，清酒業界では旧銘柄で企業行動が言及されることが多い。したがって，本稿でも新社名や新しい銘柄は基本的に使わない。

## 文 献

- 上野和彦 (1992)：地場産業の構造変化，「経済地理学の成果と課題」(第IV集)，経済地理学会。
- 竹内淳彦 (1999)：「工業地域の変動」，大明堂。
- 竹内淳彦 (2004)：「環境変化と工業地域」，原書房。
- 野間重光，中野元 (2003)：「しょうちゅう業界の未来戦略アジアの中の本格焼酎」ミネルバ書房。
- 国税庁 (2004)：「酒のしおり」国税庁。
- 八久保厚志 (1993)：清酒業の企業空間再編，(山川充夫，柳井雅也編「企業空間とネットワーク」) 大明堂。
- 八久保厚志 (2004a)：伝統的地場産業の変貌，竹内淳彦編著「環境変化と工業地域」所収 pp.85-99. 原書房。
- 八久保厚志 (2004b)：伝統的酒造業の革新と持続的成長，神奈川大学人文研究所報
- 初沢敏生 (1996)「福島県会津清酒産地の生産構造」福島大学教育学部論集第 61 号 1-9.
- 藤原隆男 (1985)「酒造検査制度成立の歴史的意義」酒史研究 2, 23-45.

山中進 (1991)：「農村地域の工業化」，大明堂。

宮川泰夫 (1996)：「砥部焼産地の革新機構」比較文化 2.

## 概 要

清酒業は，わが国固有の酒類生産業として歴史的に形成された工業であるが，1990年代には，消費者の嗜好変化と欧米からの日本の生産・流通構造改変圧力および2000年代に入ってから様々な局面での国際化によってその構造が激変している。

清酒業をとりまく環境変化への企業・組合の対応から以下の点が明らかになった。

- 1) 清酒業はその存在形態が多様化しており，産地内で企業の同一的行動は困難となってきた。
- 2) 組合を中心とした地域的集団は，体制的生産を支えることはできても清酒業を企業行動にもとづく産業像への展望を開かせる主体ではなくなっている。
- 3) 企業は，清酒産地の地域的な生産集団を優先する戦略から，戦略を同一にする全国の企業が地域を越えて集団化していることである。この点で近年の税制改正，規制緩和政策の果たした役割は大きい。
- 4) したがって，今後，清酒業は体制的生産に対して主体的な企業戦略にもとづいて変革への道筋をつける必要がある。

## キーワード

清酒業 構造改変 酒造組合 国際化