



## 「ほっかいどう学」について

「ほっかいどう学」は、北海道の自然や歴史、文化、環境などの分野について、北海道の地域特性や個性に焦点を当て、北海道と日本や世界との関わり、日本や世界における北海道の役割などを学ぶことを支援しています。こうした取り組みを通じ、北海道に対する理解と愛着をいっそう深めるとともに、北海道の強みを生かして「世界の北海道」づくりに取り組む人材の発掘・育成に貢献するものです。

## 北海道の日本酒

北海道開発協会では、「ほっかいどう学」を通じて地域の理解を深めていただくことが、地域の持続的な発展につながるものと考えています。そこで、近年道内で新たな酒蔵が立地していることをきっかけに北海道の日本酒に関係する方々の取り組みを紹介することとしました。

地域で生産される原料を使って、各々の自然条件のもとで醸造される日本酒は地域に根づいた産業であって、これらをブランド化して販売拡大することで、地域の活性化にもつながります。

しかし、長引く新型コロナウイルスの影響で、日本酒の消費が減少しているだけでなく、日本酒の原料となる酒造好適米の生産も減少させなければならなくなっています。調査の過程でも、酒米を作付ける農家をはじめ、酒蔵で働く方々やまちの酒屋さんも厳しい状況にあることを目にしてきました。こうした方々への応援の意味も込めて、皆さんの「北海道の日本酒」への理解にお役立ちいただければ幸いです。

# 目次

- I** 北海道における日本酒製造の歴史 ..... 2  
(世界を目指す北海道の日本酒)  
北海道酒造組合 会長  
田中 一良
- II** 北海道における酒造好適米の栽培 ..... 9  
ピンネ農業協同組合  
営農センター農産部 米穀課
- III** 酒蔵と地域 ..... 13  
国稀酒造 取締役副社長  
林 花織
- IV** 北海道の地酒を売る ..... 19  
銘酒の裕多加  
熊田 理恵
- V** 北海道産日本酒の可能性 ..... 25  
北海学園大学経済学部  
大貝 健二



# 北海道における日本酒製造の歴史 (世界を目指す北海道の日本酒)

日本酒造組合中央会理事 北海道支部長  
北海道酒造組合 会長  
田中酒造株式会社 代表取締役社長

田 中 一 良

## はじめに

日本酒は、日本の豊かな自然を活かし、豊富で清潔な水、美味しい米を原料に、伝統を守り続ける杜氏衆が生み出した日本を代表する世界から見ても貴重で美味しい飲み物です。

我が国においては古来、神事や年越し・お正月などの歳事、成人式や結婚式などのお祝い事、お祭りなどの大事な行事には必ず登場してきたのが日本酒です。

また、四季を通じて自然を愛でながら日本酒を楽しむのも古くからの日本の良き習慣です。春には桜を愛でての「花見酒」、夏には暑気を払う「夏越(なごし)の酒」、秋には満月の光を浴びて飲み交わす「月見酒」、冬には深々と降り続く雪を眺めながらの「雪見酒」など、豊かな自然の風物に恵まれ、四季の変化がはっきりとしたこの国でしかできない、贅沢な文化を育ててきました。

ここでは日本酒の歴史と伝統、特に北海道の日本酒の歴史、現在とこれからのついていろいろな話題を盛り込んで述べさせていただきます。

## 1. 日本酒の歴史

### (「麹菌」を使用する独自性)

我が国において日本酒の起源は、千年以上も前にまで遡ると言われています。それは稲作が始まり、安定した米の収穫ができる余裕が生まれてからのことのようにです。

日本の国菌<sup>1)</sup>にも認定されている「麹菌」

を使う伝統的な仕込み方法からみて、中国や朝鮮半島での酒造りとは一線を画しており、日本酒造りは我が国独自の酒造り手法です。

歴史書において、日本酒は古くは「古事記」に登場し、造る技の進化と発展も長い歴史の中で育まれてきました。奈良時代の公式文書「播磨国風土記」において「カビを用いて酒を醸した」との記述があり、すでに独自性が発揮されています。室町時代には、現在の麹菌を使った製法の原型が確立していたようです。

江戸時代には大きな桶で仕込み、大量に生産することが可能になり、産業化が進んでいます。特に酒造用水に恵まれていた現在の兵庫県神戸市灘地域では、造り酒屋がどんどん増えて主要な産地となりました。

また、運送用の容器にも発展が見られています。「樽」に菰を巻いて用いられるよう

になってからは、船に載せての大量輸送が可能になり、京都や大阪、兵庫などの上方で造られた新酒は、樽に詰められ「下り酒」と呼ばれて大消費地である江戸に船で大量に運ばれ、大変な人気を博しました。

日本酒造りは、近代科学が成立・普及する



1) 国菌：2006年10月12日日本醸造学会大会で麹菌を国菌として認定

以前から杜氏たちの経験と蓄積によって築き上げられてきた手作業の技でした。明治時代以降、日本酒の製造方法が科学的に解明され、広く普及されることで、全国に多くの造り酒屋が乱立しました。



写真-1 上：米麴づくり 下：蒸米作業  
提供：北海道酒造組合

お酒は、どこの国でも酒税が課されることが多く、国に規制される宿命の嗜好品と言えるでしょう。我が国でも酒税の賦課が強化されることで造り酒屋数は、大きく減少しています。明治時代には、国税収入の3分の2を酒税が占め、日清戦争や日露戦争は日本酒の酒税で戦ったといわれています。また生産面においては機械化、省力化が図られ大規模生産が推進したものの、伝統的に培われてきた手作業による基本的な手法は、変わらずに杜氏たちの間で連綿と受け継がれていました。

明治、大正、昭和の時代を通じて日本酒の業界は、国民酒の主要な担い手でしたが、戦争や政治、経済の動向に大きく左右されています。

第二次世界大戦の戦時経済下においては、国によりあらゆる食資源が限られ、米を原料とする酒造業界はその使用を厳しく規制されました。特に1943（昭和18）年の政府による「企業整備令」の発令は、全国各地の造り

酒屋に企業合同が命じられ、造り酒屋数は4,000場ほどに大きく減らされました。北海道でも98場あった造り酒屋が32場まで減少しています。

戦争の時代は造り酒屋を衰退させ、苦しめ、人々から酒を飲む楽しみを奪い、大変、不幸な時代であったと痛感します。少し前の漫画になりますが、尾瀬あきらさん著の「夏子の酒」の第2部である「奈津の蔵」は、この時代の造り酒屋が舞台で、当時の状況が詳細かつ具体的に描かれています。興味のある方はご一読をおすすめします。

ようやく戦争が終わり、平和な時代になってからもしばらくは、日本酒も配給制で人々は自由に買ったり飲んだりすることができませんでしたが、その後、酒造業界の自由化がどんどん進み、飲酒と言えば「日本酒を飲むことと同義」の時代を謳歌するようになってゆきました。

その頃の日本酒には「特級酒」「1級酒」「2級酒」に区分けする級別制度がありました。人々の多くは、普段は価格の安い「2級酒」を、晴れの日には高級品であった「1級酒」や「特級酒」を飲んでいました。

しかし、繁栄を続けていた日本酒業界にも徐々に逆風が吹き始めます。消費量が最盛期となった1973（昭和48）年から減少に転じ、2020（令和2）年にはその4分の1以下となり、その後も低迷が続いています。

全国の造り酒屋の数も昭和30年代の約4,000場をピークに、現在は1,400場を下回って減少が続いています。

不振に陥った原因にはいろいろな理由が挙げられますが、生活が豊かになって、食生活の洋風化やビール・ウイスキー・焼酎・ワインなどの多種多様なお酒が世の中に出回るようになって、日本酒を飲む機会が減ったことも一因です。この間に、日本酒業界も吟醸酒

や純米酒のブーム、地酒ブームを作り出して消費を挽回すべく努力を続けています。

一方で日本酒の国際化が進み、輸出量も近年急増しています。今後の日本酒の進むべき

方向を「世界の酒」として、その地位を確立しようとして現在、懸命に取り組んでいる真っ最中と言えます。

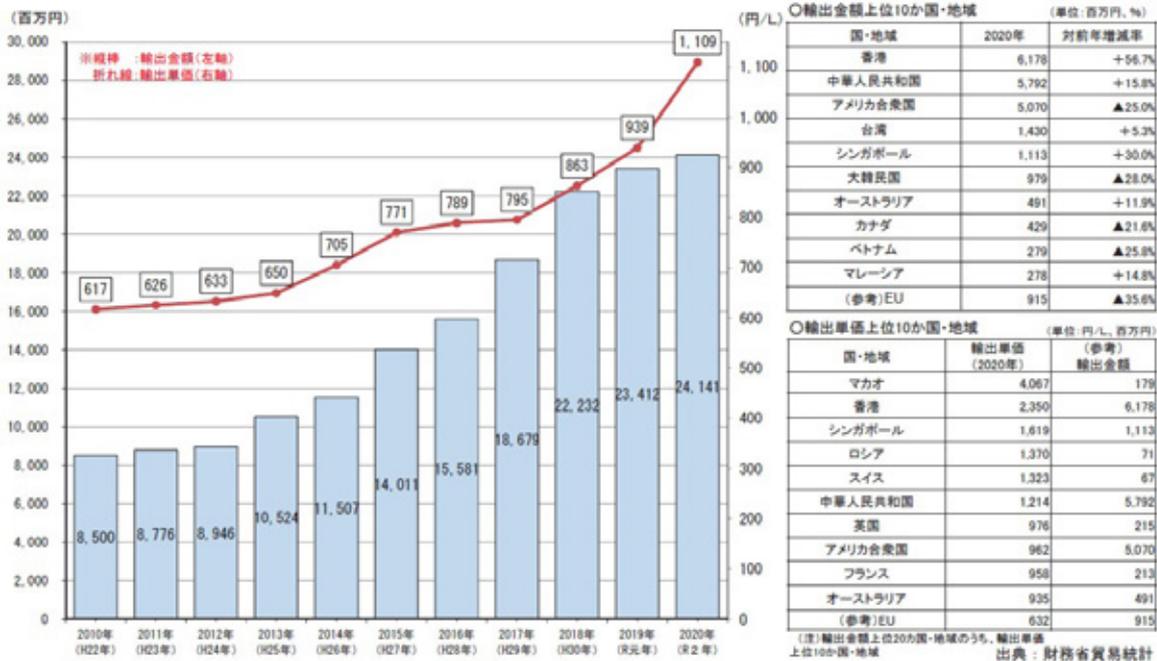


図-1 清酒の輸出動向  
国税庁「酒のしおり」より抜粋

## 2. 北海道の日本酒造り

北海道でも地域の気候風土を活かして、杜氏たちのたゆまない努力と醸造技術の進歩、そして多くの飲み手の皆様に支えられて、数多くの造り酒屋が育ちました。そこで、道内における日本酒造りの歴史を振り返ります。

北海道で日本酒が本格的に造られるようになったのは、歴史的には本州などからは大きく遅れての明治時代の開拓期以降になりますが、道南の江差地方では江戸時代から日本酒の醸造が行われていたとする記録が残されています。

開拓期以前は、先住民の間で日本酒は知られていませんし、飲まれてもいませんでした。似たような酒としてヒエやアワなどの穀物やブドウなどの果実を用いて、アイヌの人々は「トノト（酒）」を醸して、神事に用いたり、楽しみとして飲酒していたようです。

それ以前の江戸時代には、松前藩では早く

から京都、大阪との物流があった関係で灘や伏見の日本酒も移入されており、日本酒や濁酒造りも行われていたようです。

開拓が進むと本州から渡道する人々の増加と同時に、日本酒が持ち込まれたほか、自ら濁酒・どぶろくを造って飲用したりしていました。

本州から運ばれた日本酒は、渡道者の出身地が東北、北陸方面が多かったことからそれらの地域から北前船で運ばれ、日本酒の需要が急速に増加するにつれて、道内各地でも日本酒の製造が本格的に始まりました。

開拓の進展に従って、北海道の政治と経済の中心が札幌に移ると、急速に人口が増加し、それに伴って酒造業も盛んとなりました。1887（明治20）年には早くも道内の造り酒屋は100場を越えていたとの記録もあり、その後が開業する者も多かったようですが、規模が小さく短期間で廃業した者も多かったよう

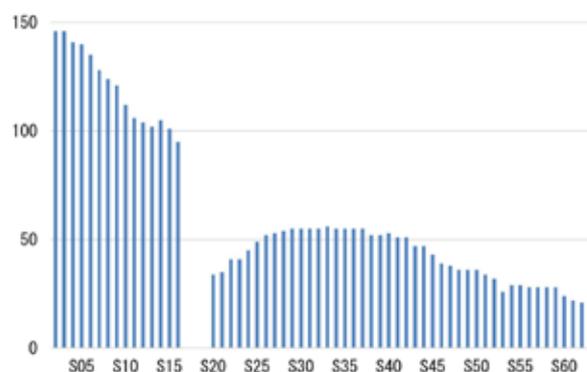
です。なかでも札幌・旭川・小樽に多くの造り酒屋がひしめき合うように設立され、道内の主産地となりましたが、その後、製造場の拡大や機械設備に巨額の資金投下ができて規模を拡大した造り酒屋が隆盛し、競争力の無い小規模業者は、段々と淘汰され、新規の参入も難しい状況になりました。

また、道内各地にまで鉄路が延び、鉄道網が発達して物流が活発になるに従って、本州産の日本酒が大量に流通するようになり、益々道内の造り酒屋はその規模を大きくできる者しか生き残れない時代に入っていました。

大正から昭和の戦争時代に入ると、北海道でも造り酒屋への営業に規制が多くなり、第二次世界大戦時には、前述の通り企業統合が命じられ、道内の造り酒屋の数は大きく減少しました。戦争の時代の日本酒は、配給される品物となり、道民が自由に飲んで楽しむことができない苦しい生活を強いられました。

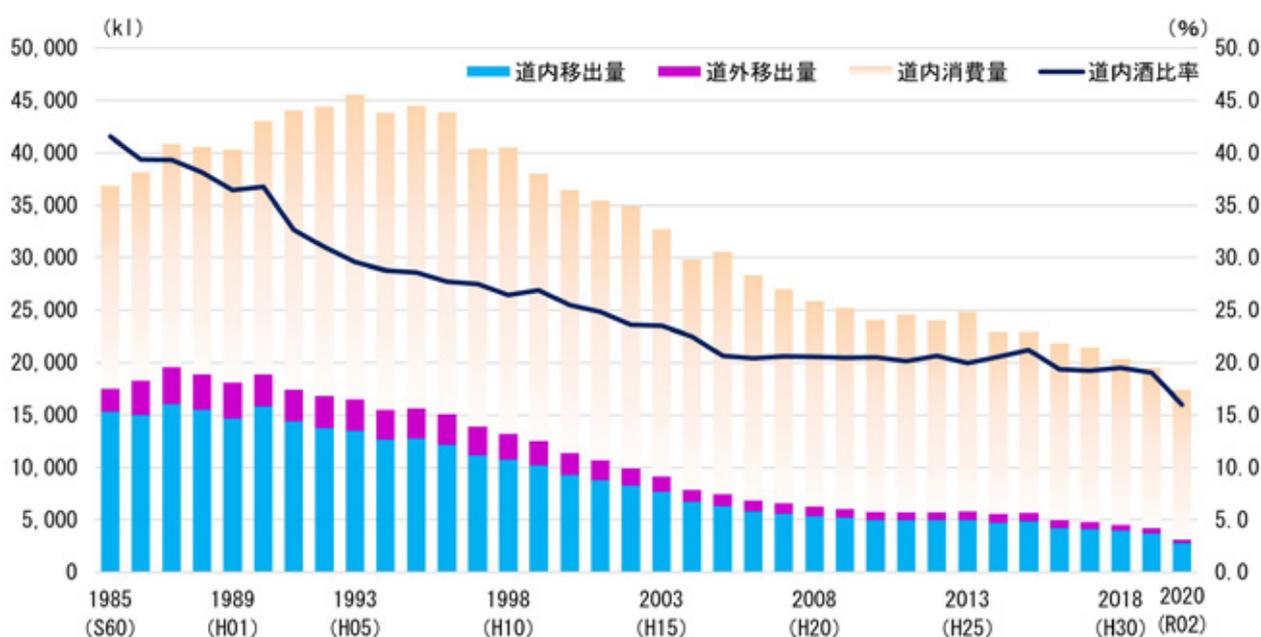
ようやく戦争が終わって平和な時代になり、終戦直後には道内で35場の造り酒屋が製造を再開し、1958（昭和33）年には56場まで

その数を増やしました。道内では炭鉱などの新しい産業が活況を呈し、昭和30年代には、全国同様、日本酒は完全に復権し、造れば売れる時代を迎えました。



図－2 昭和2～63年までの道内酒蔵の変遷  
「北海道の酒造家と酒造資料」より作成

その後トラック輸送などが発達し、再び本州産の日本酒の攻勢にさらされ、さらに道内の生活水準も向上し、ニーズの多様化によってビールやウイスキーなどの消費がぐんぐんと伸び始め、反面、北海道の日本酒業界は、出荷量の減少が長く続き、造り酒屋数も大きく減少し、2016（平成28）には11場まで減少しています。



図－3 道内清酒消費量に占める道内清酒の割合  
提供：北海道酒造組合

### 3. 小樽の田中酒造を具体的事例として

北海道における日本酒製造の歴史をご理解いただくにあたって、筆者の卑近<sup>ひきん</sup>な事例で失礼ではありますが、小樽の田中酒造の歴史を具体的な事例として紹介することが、北海道の造り酒屋の成り立ちを理解する上で分かり易いと考えましたので、何卒、お許しいたきたいと思ひます。

田中酒造は、1899（明治32）年小樽区<sup>2)</sup>色内町にて創業したと伝わっていて、現在は創業120年を超える業歴を有し、4代に亘って家業を継続するに至っています。創業者は、現在の岐阜県大垣市出身の田中市太郎<sup>たなかいちたろう</sup>です。大垣で田中家は、古戦場である関ヶ原に近い杭瀬川<sup>くいせがわ</sup>近くで代々、刀鍛冶屋を営んでいましたが、明治維新後、廢刀令などにより刀の時代が終わり、家業が苦境に陥りました。

またこの頃、大垣では濃尾大地震と大水害に見舞われ、生活するために県外へ出てゆかざるを得ない困難な状況に追い込まれたと伝わっています。

新天地での生活の再建と成功を夢見て、伝手を頼って当時の日本で最も経済発展していた都市の北海道・小樽を目指しました。大垣から西に出て琵琶湖を渡り、鯖街道を通り日本海側に出て、舞鶴か敦賀から北前船に乗り小樽まで渡ったと思われます。小樽では、早速、洋品店での丁稚奉公修行に入り、数々の苦難を経て、若くして独立を果たしました。

当時の小樽では、酒は貴重品で良く売れる

人気商品であったことから、将来有望な酒造業を選んだと思われます。宝物のような貴重なお酒を造りたいと当初「宝水」と銘柄名を考えましたが、業界では「水」という漢字は、水っぽいにつながると忌み嫌われていたので、宝水を大量に造って川のように流す意味を込めて「宝川」<sup>たからがわ</sup>を銘柄名に決めたと伝わっています。

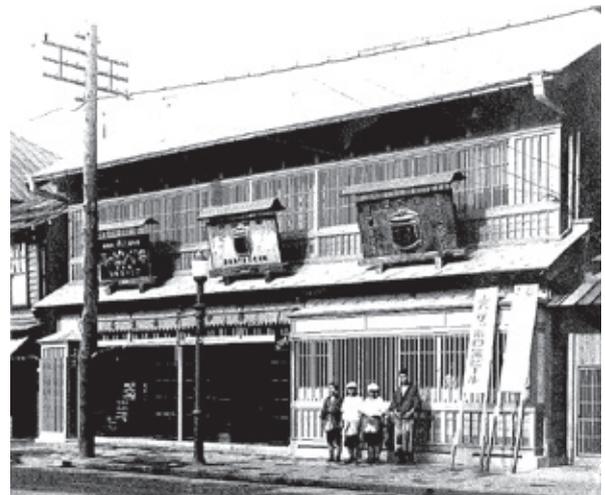


写真-3 1927年頃の田中酒造本店  
提供：田中酒造株式会社

当時、北海道の心臓と言われた小樽市において田中酒造は、樺太や千島列島まで製品を送るなど順調に業容を拡大し、製造場をどんどん増設して田中酒造は成長と発展を遂げました。昭和の戦争の時代は、二代目・俊二<sup>しゅんじ</sup>が継いでいましたが、俊二本人、兄弟、男性社員、蔵人が次々と徴兵され、働き手が居なくなり、造り酒屋家業を営むことができない状態となりました。さらに1943（昭和18）年の「企業整備令」の発令で小樽市内の造り酒屋に企業合同が命じられ、製造場は小樽合同酒造株式会社の一部になりました。田中酒造は、女性だけで販売業務に専念して命脈を保ち、家業を守り抜きました。初代・市太郎は、「ちょっと前まであんなに大成功していたのに、あ



写真-2 田中市太郎  
「北海道の酒造家と酒造資料」より

2) 小樽区：1899年（明治32年）10月1日、北海道区制が施行され、札幌区・函館区・小樽区、1914年（大正3年）4月1日に旭川区、1918年（大正7年）2月1日に室蘭区、1920年（大正9年）7月1日に釧路区がそれぞれ発足し、1923年（大正12年）1月22日に廃止。

っと言う間に全てを失ってしまった」と大いに嘆いて、失意の中、病気になる寝込んでしまいました。

戦後、出征していた二代目・俊二や兄弟たちの生死が不明な中、戦地からいち早く復員したのが末っ子の良造<sup>りょうぞう</sup>で、三代目を継ぎました。良造が若かったので他の造り酒屋に遅れをとりましたが、1956（昭和31）年によく独立し、製造場を再設備して日本酒の製造再開にこぎ着けました。昭和40年代までは、家業は順調でしたが、前述の通り、日本酒の長期低迷時代に入り、間もなく苦しい経営を強いられるのを余儀なくされました。



写真－4 1900年頃の製造場  
屋根には銘酒「寶川」

提供：田中酒造株式会社

1988（昭和63）年に三代目の急死により、四代目・一良<sup>かずよし</sup>が家業を継ぎました。その頃の樽は全国的に有名となった「樽運河」の保存運動が一段落し、樽が観光都市に生まれ変わる萌芽期でしたので、観光ブームを先取りして、観光客に特化した「観光造り酒屋事業」を始めました。本店店舗、製造場「亀甲蔵<sup>こうぐら</sup>」を観光施設に改造して、造り酒屋の新しい生き残り方や経営の仕方を模索・提案しました。

皮肉なことに樽で明治末期に約50場在って栄えた造り酒屋産業は、約百年の間に田中酒造1軒を残すだけとなっています。

## 4. 現在とこれからの北海道の酒造り

### 4.1 現在の業界勢力

平成の時代に11場まで減った北海道の造り酒屋業界ですが、令和に入って全国唯一、造り酒屋の数が増えていることで全国から注目を浴びています。3社5蔵が新たに増え、現在、14場16蔵と勢力が拡大しております。また、これからの北海道が、日本酒造りに良い条件が揃っていると考える人たちが増えていて、まだまだ蔵の数が増えそうです。北海道各地においてそれぞれの蔵が独自の特徴ある酒造りに挑戦し、日本酒業界の今後を担うまで成長することが期待されています。

### 4.2 北海道の酒造好適米

日本酒の品質を高める上で重要な原料は、良質な米です。しかし、稲作の北限の北海道では、明治の開拓期以来、お米は苦労を重ねて栽培され、特にお酒の醸造に適した酒造好適米は道内では栽培もされておらず、道内の造り酒屋では、本州産米でお酒を造るのが一般的でした。しかし、研究者たちの開発努力と農家の方々の懸命な栽培によって、1998（平成10）年に道内初の酒造好適米「初雫<sup>はつしずく</sup>」が誕生しました。相次いで2000（平成12）年に「吟風<sup>ぎんぷう</sup>」、2006（平成18）年に「彗星<sup>すいせい</sup>」、2014（平成26）年には「きたしずく」と北海道産の酒造好適米が相次いで開発されたことで、道内の日本酒の品質が急速かつ格段に良くなりました。現在も北海道酒造組合では、北海道立総合研究所（道総研）の中央農業試験場と新しい酒造好適米の品種開発に鋭意、取り組んでいて、品質向上に絶え間なく挑戦を続けています。

### 4.3 世界の酒を目指す北海道の日本酒

人口減少と少子高齢化が進む日本において、これから国内の酒造業界を成長・発展させることが難しいのは確実です。そこで日本酒も国際化に取り組んで、世界の酒を目指しています。2015（平成27）年に国税庁が、日本酒の国際化を進めるために清酒と日本酒について「日本酒（Japanese Sake）とは、原料の米に日本産米を用い日本国内で醸造したもののみ」と「GI（地理的表示）日本酒」を定義しました。

最近では、日本酒の輸出が急増しており、北海道の業界も積極的に国際化に取り組んでいます。また外国での清酒造りも盛んとなってきていて、日本酒の国際化は待ったなしで進展しています。

### 4.4 ユネスコの無形文化遺産登録へ

2021（令和3）年10月に麴菌を使った日本酒の「伝統的酒造り」が、国の登録無形文化財に決まりました。そして、次の目標としてユネスコの無形文化遺産への登録に向けて、現在、その準備の真っ最中です。既にユネスコに登録されている日本発の無形文化遺産の「和食」と共に世界の酒の一角に向かって着実に前進しています。

是非とも“日本酒が”、“北海道の酒が”世界中に広まって世界の人々に楽しく飲んでいただける日を私は夢見ています。

#### 【主要参考・引用文献】

- ・「北海道の酒造家と酒造史資料」加藤良己（2015）
- ・「小樽市史第1巻から第7巻」小樽市
- ・国税庁「酒のしおり」令和3年3月

# II

## 北海道における酒造好適米の栽培

ピンネ農業協同組合  
営農センター農産部 米穀課

### はじめに

一般的に旨い酒の産地と言えば、いい水があり、いい米の産地であることが条件として挙げられます。当地、北海道では「〇〇山の伏流水」「〇〇のおいしい水」と水に関しては事欠きませんが、お酒の原料である酒造好適米（酒米）に関しては、東北以南の米よりも酒造適性が低いとされ、つい20年ほど前まで、北海道では生産されていませんでした。

平成元年頃より、北海道産の一般的に食べるお米の品質が向上し、「ゆきひかり」や「きらら397」が全国的に認められようになったのに伴い、北海道産の酒造好適米として北海道立中央農業試験場で開発された、「初雫」が1998（平成10）年に種苗登録され、次いで「吟風」が2000（平成12）年に登録されています。

吸水性や麴菌の繁殖に欠かせない心白のなかった「初雫」に代わり「彗星」が2006（平成18）年に、吟風の耐冷性を高めた「きたしずく」が2014（平成26）年に認定されています。現在は、この「吟風」「彗星」「きたしずく」の3種類の酒造好適米が北海道各地で栽培され、新型コロナウイルスの影響があるまでは、その作付面積も拡大する傾向で、道内の酒蔵で北海道産の酒造好適米を使う比率も6割を超え、北海道酒造組合に加盟する日本酒を製造する酒蔵すべてで使われていました。また、収量と品質が安定しており、府県産の酒造好適米に比べ安価であることから、道外での需要も増加して流通量のおよそ4割が道外に移出されていました。

### 1. 新十津川町と日本酒

新十津川町は、1889（明治22）年8月の奈良県吉野郡十津川郷での水害をきっかけに、翌年6月に住民の一部が北海道のこの地に集団移住して開拓を始め、明治30年代には水稻の作付も始められ、1906（明治39）年には当時としては珍しい株式会社組織の「新十津川酒造株式会社」（現：金滴酒造株式会社）が有志81名により設立されています。



写真-1 金滴酒造  
提供：金滴酒造株式会社

会社設立の際に、「おどれな くらう おどれら つくろうらい」（俺達の呑む酒は俺達で造ろうではないか）という想いで始められたと金滴酒造のホームページにあることから、その原料には、自分たちが拓いた地で生産した米を使い、醸した酒を味わったのだらうと思われれます。

当時のお酒の原料米がどのような物だったかはわかりませんが、現在の北海道内において生産されている酒造好適米の作付と生産量に関しては、当JAピンネ（ピンネ農業協同組合）供給分が一番多いと自負しています。

そのきっかけとなったのは、北海道立中央農業試験場で育種改良された「空育158号」（現

吟風)を当町にある酒造会社「金滴酒造株式会社」が仕込む清酒「金滴」の原料として、地元で生産された酒造好適米と新十津川町の中央を流れる「徳富川」の伏流水を使い、本当の意味での北海道の“地酒”として醸造して欲しいという思いからでした。

## 2. ピンネ酒米生産組合

「吟風」には、初期の生育と耐冷性が弱く、草丈も長く倒伏の懸念があり、品質低下の元になる多肥栽培ができない特性があります。

ピンネ農業協同組合での酒米栽培は、適度な寒暖差があることと強風などを軽減でき、きれいな水で栽培ができて水はけがよいという条件を満たしたほ場が望ましいことから関係機関で協議を重ね、徳富川沿いの学園地区・吉野地区を選定し、作り手は、うるち米栽培においても良質な米生産ができる生産者であることを条件としました。

結果、積極的に高品位米の生産に取り組む強い意志を持った13名の生産者によって、高品質な酒造好適米を安定的に生産して供給することができる産地を目指して「ピンネ酒米生産組合」が2002（平成13）年に設立されています。

表ー1 ピンネ酒米生産組合の推移

【作付面積・戸数推移】(a. 戸)					
	吟風	初登	きたしずく	合計	作付戸数
11年度	397	366		763	5
12年度	1,673	222		1,895	9
13年度	3,083	219		3,302	13
S					
23年度	6,649		92	6,741	14
24年度	7,874		0	7,874	14
25年度	10,214		149	10,363	18
26年度	10,130		1,711	11,841	17
27年度	9,896		1,740	11,636	16
28年度	8,238		1,954	10,192	16
29年度	10,060		2,152	12,212	15
30年度	10,028		2,662	12,690	14
01年度	13,269		2,299	15,568	18
02年度	12,099		3,343	15,442	18
03年度	6,986		2,284	9,270	15

提供：ピンネ農業協同組合

酒米は、タンパクが多いと清酒にする段階で雑味となってしまうので、低タンパクであることと、精米の段階で米を大きく削ることから、粒が大きく揃い、しっかりとした心白があることが望まれます。

ピンネ酒米生産組合では、高品質な酒造好適米を生産するに当たり、育成する土壌や気象条件により作付地域を限定することで生産地を団地化し、JAの土壌分析センターや普及センターの協力も借りながら、育種計画や施肥設計を組んで実践するための栽培講習会のほか、実需先のニーズや生産した米の評価を聞き、今後の課題を見つけて生産方法や品質改善につなげるための視察研修等を行うなど、生産する酒造好適米の品質維持と向上にむけての活動を行い、プライドを持って酒米づくりをしています。



写真ー2 ピンネ酒米生産組合の活動の様子

提供：ピンネ農業協同組合

酒米を栽培している酒米団地は、新十津川町中心部から浜益へ向かう国道451号の里見峠を越えた徳富川沿いの山あいの穀倉地帯に多く分布しており、国道沿いには、私たちJAと生産者、地元行政の酒米生産に対する想いを込めたシンボリックなサイン「酒米の里」を見ることができます。

栽培に当たり組合では、ほ場の生育調査の実施、草刈りなどの景観環境保全の他、酒米農家個々の品質など実績を組合内で開示し、

より良い品質に向けた情報共有を行い、個々に限らず産地としての品質向上を目指しています。



写真-3 「酒米の里」看板と組合員メンバー  
提供：ピンネ農業協同組合

### 3. ライスボックス21（米集荷施設）

J Aピンネでは、水稻に対する減農薬栽培等の取り組みも「新十津川町クリーン米生産組合」と「浦臼町クリーン米生産組合」のそれぞれで取り組んでいます。これらのお米の生産に両町から大きな支援を受け、国内でも大型の米穀玄米調製施設「ライスボックス21」と粳と玄米を受ける「浦臼町ライスターミナル」の2施設を備えています。主に、一般に食するお米の施設ですが、ピンネ酒米生産組合で収穫された酒造好適米についても、こちらの「ライスボックス21」で管理しています。各生産者から集荷された酒米をブレンド調製し、実需者から求められる均質な酒米を供給する体制が整えられています。

また、異品種混入を防ぐための対策として、コンバインや乾燥機等の清掃の徹底を行っているほか、施設への受入品種を1日、1種類に限定するなどしています。

特に乾燥過程に注意が必要な酒造好適米に関しては、大粒であることから碎米や胴割れ等を防ぐため、全量を二段階で乾燥させるなどして品質の低下を招かぬように調製しています。



写真-4 ライスボックス21  
提供：ピンネ農業協同組合

### 4. 令和3年の状況

一昨年より、全世界的に猛威を振るっている新型コロナウイルスの感染症対策による行動制限から、全国的にお米やお酒の需要が減っており、特に飲食店ではその傾向が顕著です。

お米を生産する全道のJ Aの中でも最大の酒造好適種の生産地を自負する私たちも需要に応じた作付けを行っていることから、令和3年の作付は前年と比べ、約4割減少した作付面積となり非常に厳しい状況となっています。

今期の天候は、平年よりも雪が多かったものの春先からの気温上昇により、順調に作業が進みましたが、夏場に極度な高温と少雨があり、未熟粒や胴割れなどの発生が心配されましたが、例年よりも収量も多く高品質な酒米を収穫することができました。

今後、新型コロナウイルスの脅威が終息して、お米の需要と共に日本酒の需要が戻った時には、酒米の実需者である道内の酒蔵はもとより、道外の酒蔵にも選ばれる産地であるように、生産者同士の日々の情報交換、交流をしながら、より良い酒造好適米の生産のために切磋琢磨しています。

## 5. JAピンネ

これまで、酒造好適米に関する事柄を中心に紹介してきましたが、最後にJAピンネについても紹介いたします。

JAピンネは、平成10年2月に新十津川町の「JA新十津川」と「JAしもとっぷ」、浦臼町の「JAうらうす」の、3JAが広域合併することにより誕生したJAです。

新十津川町・浦臼町は、道内有数の穀倉地帯で、主力の水稻の作付面積は5,100haでその生産量は道内有数です。特に「ゆめぴりか」の作付は高品質米生産の実績により、作付面積は約1,430ha、です。また、先に紹介した通り日本酒の原料となる酒造好適米の作付面積も155.7ha<sup>1)</sup>と北海道一で、道内外の酒蔵で使用されています。

青果類については、「キングメルティ」で知られる浦臼メロン、新十津川産の「ノースランドレッド」とも評価が高く、多くのファンに支えられています。また、愛称が「とまっちとまっこ」のミニトマトは関西方面での引き合いが強い商品となっているほか、ブロッコリー、スイートコーン、長ねぎ、軟白ねぎ、さやインゲン、カンロ等の振興作物をはじめ、玉ねぎ、椎茸、花きなど数多くの作物が生産されています。

そのほかにも、希少品種の風味の良い「ほたんそば」にこだわって生産しているほか、新たににんにく栽培を開始しています。ご興味ある方はネット販売も行っておりますので、当JAのHPを覗いて見てください。



写真-5 JAピンネオンラインショップ  
<https://www.japinne.or.jp/>

### 参考

- 北海道立農試集報82, 1-10 (2002)
- 「酒造好適米品種「吟風」の育成  
北海道のお米  
<https://www.hokkaido-kome.gr.jp/>
- 新十津川町HP  
<http://www.town.shintotsukawa.lg.jp/>
- 金滴酒造株式会社HP  
<http://www.kinteki.co.jp/>

1) 作付面積については2019（令和元）年度

## はじめに

国稀酒造は1882（明治15）年の創業以来2022（令和4）年をもって創業から140年を迎えることができました。この機に「酒蔵と地域」というテーマで執筆を依頼されましたのも何かの縁と思い、拙文をしたためることにいたします。

### 1. 国稀酒造の歩み

創業者本間泰蔵についてお話いたします。本間泰蔵は1849（嘉永2）年佐渡 佐和田町（新潟県）で仕立屋の三男として生を受けました。生家は本間佐渡の守の屋敷に袴<sup>1)</sup>を納めていたそうです。泰蔵は1873（明治6）年23歳で小樽に渡り、呉服商松井政助の知遇を得、呉服店の養子格の番頭として働きました。松井呉服店の番頭として、船でにしん景気に沸く増毛にしばしば行商で来ていました。下船して背負った荷物をほどんどと同時に売り切れてしまうほどの繁盛振りだったそうです。

2年後の1875（明治8）年に勤めていた「丸一松井呉服店」が閉店することになり、泰蔵は店の商品を参百円で譲り受け増毛に移り住みました。増毛移住の当初は、行商の長期駐在的存在だったようで、店舗を持たず大八車に反物を載せて売り歩いたようです。泰蔵が正式に「丸一本間」を名乗るのは移住後7年経った1882（明治15）年でした。

当時の「丸一本間商店」は本業の呉服のみならず荒物雑貨も扱っており、1881（明治

14）年には当時の増毛第一の産業であるにしん漁にも手を広げ、1882（明治15）年9月20日には「醸酒営業の儀願」の届け出をし醸造業も始めました。更に1887（明治20）年になると海運業に進出いたしました。当時の増毛はその地理的条件から陸路より海路に多くを依存していました。小樽を本拠地とする日本郵船が日本海沿岸の海域をほぼ独占していましたが、割高な運賃に加え、欠航が頻繁なため地域住民の需要を満たすにはほど遠い状況でした。冬季間には諸物価が数倍になったり、時には日常の米、味噌にも事欠くありさまで、泰蔵は自家海運の必要性を痛感していました。そこで地域のための海運業を始めることになりましたが、自分の取り扱う呉服雑貨や酒、漁獲物の輸送にも大いに利用したようです。丸一本間の持ち船は30tの船に始まり、新造船333t、甲鉄船999tと増やし、通算12隻にも上りました。一時は、当時北海道屈指の大富豪であった小樽の板谷汽船を凌ぐ隆盛を誇ったと聞いています。

「丸一本間商店」は1901（明治35）年5月に合名会社になっています。合名会社を認めている現行商法が施行されたのは1899（明治32）年6月でしたので、丸一本間合名会社は全国的にもごく最初の部類に属すると思われます。すでに述べた呉服雑貨業、漁業、醸造業、海運業の他、不動産業、倉庫業もあり総合商社に匹敵する多角経営でした。

1) 袴：和服における男子の正装の一種



写真－1 本間泰蔵を囲む家族と社員  
提供：本間家

泰蔵は1925（大正14）年11月3日に隠居を届け出、1927（昭和2）年2月77歳で波乱に満ちた一生を終えました。現在、社長を務める林眞二は、泰蔵から数えて四代目に当たります。合名会社組織となった1902（明治35）年から100年目の2001（平成13）年に丸一本間合名会社から国稀酒造株式会社に発展し、現在に至っています。



写真－2 丸一本間合名会社 店舗  
提供：本間家

## 2. 北海道の酒造り

ここで簡単に北海道の酒造りの歴史について触れたいと思います。

北海道における日本酒の起源について明治以前は明らかではありませんが、松前藩時代全盛を極めた松前・江差には古くから酒造業（濁酒）は存在していたようで、函館も同様

でした。開拓使以前の北海道には「大山酒」（山形県産の酒）や「津軽酒」（青森県産の酒）が盛んに移入されていました。

北海道で本格的な日本酒醸造が始まったのは「蝦夷地」から「北海道」に改称された明治時代に入ってからです。道南以外では1871・72（明治5・6）年札幌地区で多数の酒造場が開かれ、旭川地区は1890（明治23）年、小樽地区は1891（明治24）年が地域の酒造りの始まりとされています。増毛では本間泰蔵が1881（明治15）年9月に郡役所に醸造許可鑑札願いを提出しています。1903（明治36）年発刊の「北海道営業鑑」という冊子に泰蔵自らが書いた事業内容を紹介する文があり、「1881（明治14年）より（雑貨商店ヲ開設シ）酒造ヲ兼業ス」と書かれています。

このことから、北海道の酒造りの歴史において道南・札幌地区に次いで増毛が古くから酒造りを行っていた地区である可能性があります。

寒造りを旨とする清酒醸造は、原料米調達の問題を除けば、良質の水と冷涼な気候条件の北海道には適した仕事でした。人口増加と共に需要が伸びた明治10年代以降、道内の造り酒屋は一気に増加していきました。ピークは明治23年で、全道で330を超える酒造場で賑わいました。ごく小規模の家内労働的なものも多かったとはいえ、今から思うと尋常ではないほどの数でした。酒造業は次第に専門化と資本企業の優位が進み、明治の終わりには160場と半減するも企業性を高め、生産を増大させていきました。その結果、1911（明治44）年の道内の酒の生産量は17,000klを超え、本州からの移入酒、約13,000klを上回るまでになっています。当時の酒税は現在のような蔵出税<sup>2)</sup>ではなく、製造した酒に酒税が課税される造石税だったので酒が売れなくても造石分を期限までに納めなければならな

ったため、資力に乏しい酒造家はたちまち行き詰まり、倒産、廃業を余儀なくされました。

その当時(明治後半)の道内の清酒醸造者数：小樽(19)、札幌(18)、旭川(15)、函館(6)、岩見沢(6)、根室(5)に続きます。

「人の集まるところに酒の需要有り」で、その地の産業と酒造りは密接に関わりがありました。炭鉱や漁業、農業などが栄えた土地にはそれぞれの産業を支える酒がありました。増毛地方は、にしん漁が200年間にわたり繁栄し増毛地方を大いに潤しました。

酒屋創業の動機は、泰蔵がにしん漁の漁場を経営することになったことでした。にしん漁は、“一ヶ統”に大船頭を筆頭に平漁夫まで総勢約30名が一つのチームで、番屋という建物で漁期に寝食を共にして操業しました。“一ヶ統”は1つの漁場の単位で、通常、横(浜辺)60m×縦(海上)無制限の大きさに区画されて売り買いされました。漁夫の中には地元出身者もいましたが、その多くは道南や東北地方から雇い入れられた季節労働者です。顔合わせ、大漁の祝い、送別の宴など、にしん漁に酒はつきもので、道外からの高価な移入酒を購入するより、自家醸造した方が合理的だと泰蔵は考えました。最初は、自分の漁場で使用する酒のみ製造しましたが、豊漁が続いて酒の需要が増え、増産して販売することにしました。創業から20年間は、弁天町の本社敷地内の醸造場で酒を製造しましたが、増産のためより大きな設備が必要になり、1902(明治35)年に現在の弊社所在地に増毛産の軟石を使った新しい酒類醸造所を建設し、以来現在に至っております。



写真-3 にしん漁の活気  
提供：増毛町水産加工組合

増毛地方の酒造りの状況を見みると1899(明治32)年に7酒造場が合計453kℓの酒を造っています。「増毛町史」によると『1870(明治30)年頃までは酒造業者が5軒ありましたが、その内、土谷・上野・斉藤が消えて1907(明治40)年代には本間泰蔵と青木順五郎(営業期間：1893(明治26)～1944(昭和19)年)だけになりました。』との記述があります。

しかし、当家に代々伝わっている本間泰蔵の手帳には「1895(明治28)年、酒井・上野休業ス。」との記録があります。

休業の理由は、にしん漁の不漁です。また、1900(明治33)年「2月3日酒造組合設立ノ件ニツキ青木・斉藤・屋敷・拙者集合ス」の記述もあります。いくつかの酒造業者が出ては消える時代だったのでしょう。

2) 蔵出税：出荷分のみ課税されること



写真－4 酒類醸造所の建設

提供：本間家

『明治32年～大正2年酒造年度における北海道酒造10傑』という資料を見ると、1989（明治32）年～1905（明治38）年までの間、上位ではありませんが増毛の酒蔵が2つ製造ランキング10傑に入っています。現在の町の規模からすると意外な感じがしますが、にしん景気で酒の需要が多かったこともあります。丸一本間合名会社は海運業を営んでいたことから、持ち船に載せて広範囲に“渡り酒”を流通させていました。天売、焼尻、利尻、礼文の離島を含む留萌、宗谷の沿岸地方や定期航路を就航させていた樺太や猿払村鬼志別に牧場を持っていたこともあり、オホーツク海沿岸にまで至る広大な商圏を持っていました。同じく、10傑入りしている青木酒造と合わせると、相当量の酒を造っており、当時の北海道において増毛は日本酒の一大生産地であったようです。

表－1 北海道における清酒製造10傑(kℓに換算)

1 kℓ=1.8ℓ ビンで約555本

明治	1 位		(増毛) 本間泰蔵	(増毛) 青木順五郎
32	(空知) 大河原文蔵	356	5位 179	7位 156
33	(函館) 仁木興七	348	7位 177	5位 187
34	"	329	3位 207	6位 179
35	"	413	7位 187	8位 184
36	(札幌) 札幌酒造(名)	526	6位 220	8位 215
37	"	453	7位 216	-
38	"	626	10位 224	7位 234
39	"	782	10位 270	-
40	"	912	-	-
41	"	649	-	-
42	"	657	6位 281	-
43	"	832	10位 259	-
44	"	694	10位 310	-

### 3. にしん漁終焉後の時代

時代を経てにしん漁の漁獲高は減少し、それに伴い酒の売り上げも減少をたどりました。長きにわたり増毛に富と繁栄をもたらしたにしん漁は1955（昭和30）年頃に終焉を迎え、地域経済に大打撃を与えました。エビ漁、スケソウダラ漁への転換を図る試行錯誤の時代が続きました。



写真－5 鯨船

提供：國稀酒造株式会社

当時の彩色が鮮やかに残った鯨船は当社の蔵にあり、無料でご覧いただけます

1955（昭和30）年以降、テレビの普及により、灘や伏見の大手清酒メーカーのコマーシャルが全国に向けて放映され、人々の嗜好はナショナルブランドの酒へと向かって行った感がありました。地方の地酒蔵にとって試練の時期でありました。

1937（昭和12）年から始まった「日本酒の級別制度」により日本酒は「特級」、「一級」、「二級」に分類されました。税法上の分類体系で国税局に置かれた地方酒類審議会が、酒の品質によって「特級」「一級」を認定し、それ以外、または審査を受けていない酒が「二級」とされました。級が上位ほど酒税を多く含んでいます。そもそもは、昭和の初めの頃の粗悪な酒が横行している時期に、酒市場の立て直しを目的につくられましたが、結果的に1992（平成4）年まで50年以上も続き、徐々に形骸化し廃止されました。

表ー2 1984（昭和59）年国稀酒造ラインナップ

特級	特級 国稀	1.800ml	2,730円	現在の国稀 上撰
一級	乾杯 国稀		1,870円	
		国稀本醸造	1,870円	現在の国稀 佳撰
二級	国稀	1,380円		
		万歳 国稀	1,430円	

「級別制度」の次に導入されたのが、現在も続く「特定名称酒」による分類です。米の精米歩合や原料などの条件を満たした酒で、本醸造、純米酒、吟醸酒に振り分けることが出来ます。

国稀酒造では1985（昭和60）年に「純米国稀」と「北海 鬼ころし」を発売いたしました。時は折しも「辛口日本酒ブーム」で「北海 鬼ころし」が人気となり酒蔵に活気が戻りました。最盛期には、「鬼ころし」が国稀酒造の売上の1/3を占めました。「地酒ブーム」や「国鉄 ディスカバー ジャパン」キャンペーンにより、観光地でもない田舎町に人が訪れることになり、ようやく地方の地酒蔵に

日の当たる機会が到来し、大変うれしく思いました。物流システムが今ほど整っていない時代で、札幌圏に出荷できない酒は「幻の酒」と呼ばれ大いにもてはやされ、遠方からその酒を求めるお客様で賑わいました。



北海道産酒米の登場により、道内の酒造りは大きな変化をとげています。「地産地消」の考え方の浸透もあり、地元産の原料を使用して醸す酒に人気が集まりました。国稀酒造では、2001（平成13）年に初めて増毛産の酒造好適米「吟風」を使用した「本醸造 暑寒美人」を造りました。創業から120年にして初めて地元産の米で酒を造る事ができて、感無量でした。

#### 4. これから目指すもの

国内での日本酒消費の低迷により、10年ほど前から本格的に酒の海外輸出に取り組んでおります。現在は、アジア諸国を中心にアメリカ、ヨーロッパ、オセアニアなどに輸出しており、今後も更に力を入れたいと考えております。また、弊社に今までなかった新しい商品の開発にも注力して行く所存です。

地元の農家の方々と「酒米協議会」を結成し、毎年意見交換をして米の品質向上を目指しております。「米チェン」の成功に「酒チェン」もぜひ続きたく、道内のみならず手を結び道内で消費される道産酒の比率向上も目指したいと考えております。また、2016（平成28）年12月に廃線となった留萌－増毛間ですが、旧増毛駅は町のシンボルとして改修さ

れ、観光客のための町内散策の拠点として生まれ変わりました。駅前ふるさと歴史通りに、明治中期に建てられた石造りや木造の建物が並んでいる姿は、増毛の歴史的建物群として北海道遺産にも登録され、保存されています。「地酒」を扱っている当社としても、今後もこれらを活用しつつ、地域の活性化にお役に立てるよう貢献して参りたいと考えておりますので、これからもお引立ての程よろしくお願ひ申し上げます。

参考文献：

- 『國稀かわら版』2003（平成15）年4月1日刊 国稀酒造  
 北の美酒めぐり 北海新聞 道新スポーツ【編】  
 北海道醸造技術研究会40周年記念誌  
 北海道醸造技術研究会企画編集委員会



# IV

## 北海道の地酒を売る

めいしゆ ゆたか  
銘酒の裕多加

熊田理恵

### 酒屋（地酒専門店）の仕事って何？

『酒を売る』より『心を運ぶ』

酒屋のもっとも重要な仕事の一つは、酒蔵（造り手）さんの想いを飲み手へ、飲み手の感想や想いを酒蔵（造り手）さんにお伝える事、架け橋になる事です。

### 酒造り修行で一番勉強になったことは 酒造りではなかった

小さな頃から酒屋の子として生まれ育ち、学校から「ただいまあ〜」と帰ってきて開けるのは酒屋の扉。

物心ついた時には酒屋になると言っていたのですが、いざ酒屋の道を歩むと決めた時は、日本酒の造り方すら知らず…。造り方も知らないで酒屋は出来ないと本を買って読むも、内容が入ってこない。半ば無理矢理酒蔵さんをお願いして100日ほど酒蔵に泊まり込み、酒造りの勉強をさせて頂きました。

そのおかげでお酒造りの事がほんの少しだけですが、わかるようになりました。酒蔵で蔵人さんたちと寝食を共にし、一つ屋根の下で生活させて頂けた事で、酒造り以外にも多くの学びをいただきましたが、一番勉強になった事は造り手の想いが知れたことです。

この『想い』を届ける事が酒屋の仕事だ！！と思いましたが、造り手の想いの中には飲み手の率直な感想が聞きたい！というのもありましたので、その架け橋になりたい。架け橋になってもっともって國酒である日本酒を盛り上げたい！という強い想いを持って酒屋の道に入りました。

### 酒屋は酒屋でも…

一口に酒屋と言ってもいろいろなスタイルがあります。飲食店さんにお酒を卸す事を主としている酒屋さん。昔ながらの商店のような酒屋さん。百貨店の中にある酒屋さん。ワインを専門に扱う酒屋さん。そして弊社のように日本酒を主として扱う『日本酒（地酒）専門店』。

「専門店は敷居が高くて入りにくい」とよく言われますが、中で働いている我々は案外フレンドリーですので、勇気を出して一度飛び込んでいただけたら嬉しいです。そもそも敷居のない酒屋を作ろうと思い、北広島市にあるジョイフルA K（ホームセンター）内にテナントとして酒屋をオープン致しました。

中が見えて入り口も広く、キッズコーナーを設けていることもあってご家族連れや、ペットと一緒に買い物ができますので、ペット連れのお客様も多く、広い店内をゆっくりとご覧いただける店舗となっております。



ジョイフルA K大曲店（北広島市）  
YUTAKA店舗

## あまり知られていない酒屋の裏側

### 【その1】商品（酒蔵）はどうやって選んでいるの？

その酒屋さんによって異なりますが、弊社では『人と酒質』です。

考え方や大切にしているもの、今後の方向性など、お互いの価値観が一致する事が最も大切だと考えています。その上で酒質。先に人に出会う事もあれば、先にお酒に出会う事もあります。面白いのは「あ〜この人だから、このお酒なんだ！」と、人とお酒がリンクすることです。酒質には人が現れます！

例えば、自ら人前に立つことなく目立たないけど、人間味があって優しい人が醸すお酒は、華やかさはなく穏やかで味わい深い。

ファーストインパクトで、このお酒美味しい！とはなりにくいが、気が付いたら一番減っているお酒。

余談になりますが、伝統ある日本酒造りでは、『和醸良酒』という言葉があります。

『和の心が良酒を醸す』。逆を言うと、造り手の和が乱れると良い酒にはならないと言う事。日本酒造りには麹菌や酵母など、多くの生き物たちが携わり、お酒を醸してくれるわけですが、人の心の乱れ、和の乱れ、空気が乱れると、生き物たちはそれを瞬時に察知するのか、良いお酒にはならないとききます。

生き物たちが気持ちよく生きるための環境を整えるのが人間の役目だとするならば、その空間作りはとても大切と言えますし、それは酒蔵だけではなく、その先のお酒をお預かりする立場の私たちも同じであると私は考えています。

### 【その2】お酒選びについて

店頭では嬉しい事に、お客様より「今日の夕食は〇〇なんだけどそれに合うお酒」「〇〇のプレゼントにオススメのお酒」などなど

…、お酒をお選びする機会を多くいただきます。その時、私はお客様のリクエストを伺ってお答えするホテルのコンシェルジュのように、病院で患者さんの症状や心情を聞き、それに合うお薬を処方するお医者さんのように、お客様からできるだけ多くのヒントをいただき、店内にある約500種類のお酒の中からお客様にピッタリの一本をお選びすべく、頭の中ではトーナメント戦が盛んに繰り広げられています。

お客様の大切な一本をお選びするのはいつも責任重大！ですが、そのシチュエーションをイメージしてお選びするので、実は疑似体験を楽しみながらお選びさせていただいております。時には「彼女のお父さんへ、ご挨拶に持って行きたいのですが…」という痺れるお役目も！

## 気付かずしていたプロデュース

酒造りは米づくりからと聞き、お米作りにも携わらせていただきました。人生で初めて田んぼに入れてもらったのが新十津川町の新井隆之さんの田んぼ。田植え後、稲の生育具合が気になって訪ねたら新井さんがいらっしゃり、稲の様子を聞いたり、世間話しをしている中で、ふと気になって聞いてみました。

「新井さん この田んぼのお米だけで作ったお酒を飲んでみたくないですか？」

「そりゃ〜飲んでみたいさ」という新井さんのお返事を聞いた、次の瞬間には「じゃあやりましょう」と言っている自分がいました。

これが出来れば新井さんの笑顔が見られる！これが出来ればもっと北海道の日本酒が盛り上がる！早速『顔が見えるお酒プロジェクト』を立ち上げました。お米を作る人、お酒を醸す人、そのお酒を伝える酒屋、お酒を提供してくれる飲食店さん、プレゼントとして購入してくださる贈り主さん、そして飲んでくだ

さる方まで、そのお酒に関わる全ての方の顔が見える、みんなの想いのバトンが繋がるお酒を造りたかった。それが“ヒトツメ”というお酒です。

ヒトツメを搾る時には、その場に関係者が集まり、その誕生を祝います。新井さんの笑顔が溢れる瞬間です。

ヒトツメという名前には、一つ目二つ目三つ目…とずっと続いていきますように。という願いと、新たなはじまり、第一歩!という意味を込めました。

ヒトツメは今年で5回目の造りを迎えます。杜氏（日本酒造りの最高責任者）の市澤智子さんは、毎年ヒトツメに向き合いながら丁寧に醸してくださいます。私もこの期間は毎日のようにお蔵にお邪魔します。日々変化するヒトツメの様子が可愛くて。



北海道の地酒「ヒトツメ」

ヒトツメのラベルはとてもシンプルで、絵やメッセージが直接描けるようになっています。ヒトツメの他にも

#### □“mina wakka”（ミナワッカ）

アイヌの方々が造っていたお酒『トノト』から連想し、現代風に造っていただいた発泡性にごり酒。名前はアイヌ語でmina=笑顔、wakka=水、このお酒を飲んだら笑顔になる。その笑顔が波紋のように広がっていきますように…の意を込めました。

#### □“日進月歩”（ニッシンゲツポ）

お米の種類が違う2種類のお酒を飲み比べできる2本セット。日ごと月ごと変化するお酒の旨さも楽しむことができます。



mina wakka

日進月歩

#### □薄荷（ハッカ）どぶろく

北海道滝上町で農薬を使わずに育った、和種で在来種の赤丸薄荷を用いたどぶろく。旨味たっぷりのどぶろくなのに爽やか！赤丸薄荷ならではのまろやかさが活きる。

#### □酒粕まるとうふ

日本酒を造った時にできる、言わば副産物である酒粕。カスと言うけれど、酒粕は栄養素の宝庫！酒粕は自ずと日本酒には合うが、酒粕をそのままつまみにする人はそういない。という事で、究極の面倒臭がりである私が、買って即食べられる、酒粕を使ったおつまみが欲しい！という想いから生まれました。

見て可愛い、割って楽しい、食べて美味しい。という三拍子揃ったおつまみ。お子さんも食べられ、おやつにもおかずにもオススメ。

#### □ゆたか米（農薬不使用）

酒粕を田んぼに還す事で出来る循環型農法に取り組みたく、ご縁が繋がりタカシマファームさん（北広島市）にご協力を頂いて、2021年初めて田んぼに酒粕を入れてお米を作ってみることにになりました。

どんなお米がどれくらいできるかもわから

ない状態でのスタートでしたが、仲間たちみんなで草取りをしたおかげ?!か、旨味がいっぱい、もっちりもちでとっても美味しいお米が出来上がりました!!冷めても美味しいこのお米は、おにぎりやお弁当としても大好評を頂いております。ゆたかな未来を残したいという思いから、『ゆたか米 (まい)』と名付けました。(品種はゆめぴりかです)



酒粕まるとうふ



ゆたか米

気がつけば様々な商品のプロデュースをさせていただいております。

自分がプロデュースしたものに限らず、どの商品も生まれるにはきっかけがあり、一つの商品が誕生するには人の思いがある。時には血と汗と涙もある。そんな商品たちの背景を知り、伝えて、人をHAPPYにすることが私の仕事であり、やりがいです。

### 酒は悪なのか、薬なのか

酒は悪者にされがち、先日子供が学校から貰ってきたプリントでも酒が悪者にされていた。一緒にお買い物に来るお子さんの中には「お酒はダメ」「また買うの?」という声が聞かれる時もあり、酒屋としては寂しさを感じる。近年の情勢を見てもその傾向が強まっているように感じるが、果たして酒は悪なのだろうか?何でも“程度”、“ほどほど”なのではないか。

『酒は百薬の長』という言葉も忘れないで欲しいなと思う。

お酒に強い人もいれば弱い人もいるので、一概にこのくらいがいい!とは言えないが、それぞれが適量を嗜むのは、体を温めたり、心を開放してくれる効果が期待される。

『病は気から』という言葉もあり、まさに『良酒は薬』であると思う。

人を笑顔に幸せにできるこのお酒、國酒であり世界一複雑な工程を経て生まれるこのお酒を、人に伝える事ができる私の仕事は、なんて幸せな仕事だろうかと思う。

### 親の七光り

酒屋業は私で五代目。四代目の父が家業を継いだのは父が28歳の時。三代目が病気で亡くなり、あとを継ぐことになったそうで、何もわからずに継いだので大変な部分もあったけれど、売上が激減する事がわかりながら地酒に特化した店にするなど、自分の思うようにできたのは、数字に厳しかった父親がいなかったから。だから、娘(私)が何かしたいという時には反対せずに見守るんだ。という話しをしているのを聞いた事があります。



3代目が経営していた南富良野町の店舗

実際、父は私がすることに反対する事はなく、むしろいつも応援してくれます。人生の先輩でもあり、仕事の先輩でもある父ですから、「その道行ったらこうなるぞ」と、きっと気がついている事も多々あるかと思いますが、それは口にも態度にも出さずに応援してくれます。言うのは簡単ですが、見守るの

は大変な事なのだと、私も親になってやっと気がつきました。

この業界に入る際、すぐに父の会社に入った訳ではなく、自分で会社を持ち昼は酒屋、夜はBARというスタイルの店を経営していました。当時同年代（20代半ば）、同性で日本酒を飲んでいる人はほとんどおらず、この層を開拓することで、今後業界の役に立てるかもしれないと、鳥<sup>おこ</sup>渡がましいですが当時はそう思っていました。

資金調達から会社の経営、商品の選定…全て自分でやりたかった。

小さな頃から父親っ子の私は、いつもお父さんの背中を見てきたと思います。

父を知っている方が多いこの業界で、当時の私は自分の力でどこまでできるか、自分はどれだけのものなのかを知りたくて、親の七光りなんて借りるもんか！と、できるだけ正体がわからないように、社名も店名も実家のお店とは全く変えていました。今考えれば業界の皆様は知っている訳ですし、そのおかげでお取引の許可を下さっていたと思うので、親の七光りを十分に借りていましたし、ならば素直にお借りすれば良かったのに…と今の私は思います。笑)

自分の店では、目の前で日本酒にハマる人の顔を見られた時はこの上ない幸せを感じていました。この店からは多くの出会いや学びを頂きましたが、家業を継ぐということで店を閉めて実家に戻りました。

## 日本酒を国内外で拡げたい

とにかく日本酒の素晴らしさを伝えたい、伝えられたら絶対に拡がるはずだ！それは外国人も同じ事、自分がカナダに留学した時の経験から、特に世界から注目されている伝統文化がある日本に来てくれている外国人はこの国の文化に触れたいと思っている人が多く

いるはず。せっかく、この国を選んできてくださっているのだから、この国の伝統文化の一つでもある日本酒に触れられる機会を作りたい。でも自分の英語力では、文化やお酒の背景を伝えきれないジレンマにいたところ、思いがけぬ出会いがあり、素晴らしい鼻と舌を持つアメリカ人（後に旦那になるカリン）が入社してくれる事に！

と言っても出会ってしばらくは、その才能に私は全く気がつきませんでした。一緒にきき酒をしていくうちに、薄々気がついていましたが、決定的だったのは彼がIWC (International Wine Challenge) Sake部門の審査員をさせて頂き、当時のチームリーダーが高評価をしてくださったと人伝に聞いた事でした。今では私は足元にも及ばず、きき酒に厳しい社長（父）もその能力には一目置いています。



カリン IWC Sake部門 審査員として参加

一緒に酒屋を継ぐと、店頭接客や経営業をこなしつつ、ありがたいことに日本酒鑑評会などの審査員も仰せ付きり、国内外への日本酒の発信に尽力してくれています。また、スウェーデン出身のスタッフの力も借りて、加速していきたいところです。

## 若者の活躍

20代半ばで業界に入った私も、気がつけば

40代。当時は、日本酒の未来のために同世代に日本酒を扱めなくては！同世代だからできることがあるのではないかと思い、活動してきましたが、時の流れは早く、あっという間。今では、若者たちの会話についていけないどころか、言っている単語がわかりません。

自分が学び成長することはいつまでもできますが、残念ながら歳を若返らせる事は出来ません。ならば、優秀な若者を業界にと、つとめたところ、ありがたいことにご縁をいただき、会社では二人の20代の若者が個性豊かで頼もしいスタッフたちと活躍してくれています。

### 北海道の醸造、蒸留所は右肩上がり

全国的にみると、面積の割に酒蔵の件数が極端に少ない北海道ですが、腕の良い女性杜氏がいる酒蔵、他県から引越しして来て下さった酒蔵、醸造家の育成をしながらドンドン酒蔵を増やしていく酒蔵など、昔から続いている酒蔵に加え、全国で唯一酒蔵が増えているのがココ北海道。

酒蔵だけではなく、ワインやビールの醸造所、ジンやウキスキーの蒸留所も増え、北海道のクラフトアルコール市場は活性化しており、未来が明るい北海道の酒市場！このキーを握っているのは、実は酒屋だと思えます。

### ゆたか 裕多加の歴史

明治34年（1901年）に創業し、120年を超えました。三代目が南富良野町から札幌に移転し、四代目がミニスーパーから地酒専門店へと転向。1世代に一度は大きな転機を迎えているように思います。

さて、私たちは如何に。

現社長である父が最も大切にしていることは、『人に喜んでもらうこと』

私たちも“人から人へお酒が繋ぐ人の縁”を大切に、皆様に笑顔になっていただける空間を作り、心豊かな暮らしのお手伝いをさせていただき、『北海道の地酒』に貢献できる企業になりたいです。

感謝 ありがとう 共にゆたかに 熊田理恵

### 創業明治34年 銘酒の裕多加

〒001-0025 札幌市北区北25条西15丁目4-13  
TEL 011-716-5174 FAX 011-716-5175  
営業時間▶10:00-19:00 定休日▶水曜日



銘酒の裕多加内観と外観

### YUTAKA

〒061-1274 北広島市大曲工業団地7丁目3-4  
ジョイフルエーカー大曲店内  
TEL 011-802-9280  
営業時間▶10:00-19:00 定休日▶元旦/1月2日



YUTAKAのスタッフ

<https://www.yutaka1.com/>





# 北海道産日本酒の可能性

北海学園大学経済学部

大 貝 健 二

## 1. 今、日本酒への再注目が始まっている

2010年以降、日本酒の魅力やたしなみ方のほか、新進気鋭の酒蔵をクローズアップした書籍が増えていることはご存じだろうか<sup>1)</sup>。このことは、今、日本酒がブームであることを示していると思われる。この日本酒ブームに便乗して、近年の中小酒造業をめぐる酒造りの変化を明らかにしながら、「酒質」にこだわる過程で、「地域」が持つ意味が重要性を増していることに言及してみたい。そのうえで、北海道産日本酒の可能性について、その輪郭を示すことができれば、単なるブームとして日本酒を消費するのではなく、少し違った目線で日本酒を捉えることができるのではないかと考えている。

日本酒のブームは、およそ10年周期でブームを繰り返しているようである。その最初は、1970年代である。高度経済成長期の真ただ中である1960年代から、中小企業の近代化を目指した政策が展開され、兵庫・灘や京都・伏見といった酒どころを中心に、酒蔵の工場化が進められた。その過程で量産化が進

められ、醸造用アルコールを添加した普通酒が広く流通したことに対して、本来の酒に戻るべきだとする地酒ブームが展開された<sup>2)</sup>。

筆者自身は、醸造用アルコールの添加を全否定するつもりはない。そもそもアル添自体は、江戸時代から「秘伝」として行われていたからである<sup>3)</sup>。さらに、揮発性に富んでいることから、酒の香りを引き立たせるためにも、本醸造酒や“純米”と明記されていない吟醸酒・大吟醸酒では精米重量の10%以内においてアルコール添加が認められている。要は、醸造用アルコールも使い方次第であり、大手酒造メーカーが低コストで量産するための方法として、デンプンなどの糖類とともに使用されていることから、かつての三倍醸造酒のように「水増し」として印象が悪いという考え方は理解できる<sup>4)</sup>。

その後、1980年代には、新潟県の酒質である「淡麗辛口」を中心とした地酒ブーム、さらには宮城県では、1986年に「みやぎ・純米酒の県」宣言を打ち出し、県内の酒造が全国に先駆けて純米酒を中心に特定名称酒生産へ

- 1) 例えば、日本酒に関する基礎知識を織り交ぜながら日本酒の魅力を紹介しているものとして、山本洋子『ゼロから分かる！図解日本酒入門』世界文化社、2018年や山同敦子『めざせ!日本酒の達人—新時代の味と出会う』ちくま新書、2014年、杉村啓『白熱日本酒教室』星海社新書、2014年などがある。また、山同敦子『日本酒ドラマチック 進化と熱狂の時代』講談社、2016年のように新たな酒造りに挑戦する蔵元杜氏を取り上げたルポルタージュや、『The World of ARAMASA—新政酒造の流儀』SANSAIBOOKSのように取り出し写真と詳説によって成立しているものもある
- 2) 山同敦子、前掲書、2018年、30頁
- 3) アルコールを添加すると「火落ち」(火落ち菌が繁殖して腐造すること)しにくくなることで、保存性が良くなることが認められていた。(秋山裕一『日本酒』岩波新書、1994年、187頁)
- 4) 実際に、戦後の米不足の時代に確立した三倍醸造酒は、醸造用アルコールの他、糖類や水あめを用いることによって、使用する米の量でできる本来の量と比べて三倍増の酒の生産を可能としたものである。米と米麴以外の原料を使用していることから、「飲むと悪酔いする」といったイメージが定着したと思われる。2006年の酒税法改正によって、副原料の使用量が白米重量の50%以下へ変更されたため、三倍醸造酒はできなくなった

の転換をはかっていった。ほぼ同時期には、『夏子の酒』<sup>5)</sup>がコミック、テレビドラマで注目を浴び、本物の酒造りのみならず、酒米作りや地域農業のあり方にまで切り込み、改めて地酒ブームを巻き起こした。さらに1990年代には、バブル経済の雰囲気同様、香り華やかな吟醸酒がトレンドになることもあれば、世代交代によって蔵元杜氏が酒造りを行う酒蔵が増え始めたこともあって、従来とは異なる味わいの酒が多く登場するようになった。

ブームを繰り返しながら、日本酒は少しずつ変化している。それは、画一的なものに対するアンチテーゼであり、その過程で多様性や個性が模索されてきたように思われる。

少し見方を変えてみよう。表-1は日本の清酒製造企業を規模別にみたものである。

表-1 販売数量規模別企業数、課税移出数量

(単位: 者, %, kℓ, %)

	企業数		課税移出数量	
	実数	構成比	実数	構成比
合計	1,378	100.0	518,350	100.0
100kℓ以下	838	60.8	26,311	5.1
100~200kℓ	226	16.4	29,435	5.7
200~300kℓ	105	7.6	23,841	4.6
300~500kℓ	77	5.6	27,451	5.3
500~1,000kℓ	70	5.1	42,784	8.3
1,000~2,000kℓ	23	1.7	29,050	5.6
2,000~5,000kℓ	18	1.3	43,572	8.4
5,000~10,000kℓ	10	0.7	49,937	9.6
10,000kℓ超	11	0.8	245,969	47.5

国税庁「清酒製造業の概況(平成30年度調査分)」より作成

2017酒造年度では<sup>6)</sup>、企業数1,378者のうち、いわゆる大手企業(販売数量2,000kℓ以上)は、企業数39者(構成比:2.8%)、課税移出数量は33万9,478kℓ(同:65.0%)であるのに対して、200kℓ未満の小規模企業は1,064者(構成比:77.2%)、課税移出数量は5万5,746kℓ(同:10.8%)と、寡占化が進んだ業界構造である。後述するように、大手企業が主力に据えてい

る酒が、リーズナブルな価格で販売されている「普通酒」である。大手メーカーによる普通酒のマーケットは、高度経済成長期の近代化とともに全国的な販売網が整備されて形成されてきた。日本酒の消費量が増え続けていた1970年代前半まではさほど問題にはならなかったのかもしれないが、市場が縮小し始めると、途端に限られたパイの奪い合いとなる。中小清酒製造企業が、資本力や経営体力が異なる大手メーカーと普通酒で勝負することに勝機は少ない。だからこそ、大手メーカーとは異なる日本酒マーケットの創出、いわゆる差別化を図ってきたといえるだろう。すなわち、多様性や個性の追求は、中小清酒製造企業の生き残りをかけた選択でもある。

## 2. 全国的な酒蔵業の動向<sup>7)</sup>

日本酒の消費量は大きく減少している。消費量が低迷し続ける中での日本酒のブーム、いわば矛盾ともいえる動きが、日本酒をめぐって起こっている。これらの変化は、国税庁が公表している統計資料からも確認できるので、以下で紐解いてみよう。

最初に、日本国内における酒類消費数量の推移をみてみよう(図-1)。酒類販売(消費)数量は、1996年度の965万7,000kℓをピークに減少局面に入った。2019年度には813万1,000kℓとなり、1996年度から15.8%の減少である。酒類別に見ると、清酒は1973年度に177万kℓでピークとなり、2019年度の販売数量は45万2,000kℓと実に74.5%もの減少である。その結果、酒類販売数量に占める清酒の割合もわずか5.6%にまで低下している。

消費量の低迷に伴って、清酒の課税移出

5) 尾瀬あきら『夏子の酒』小学館、1987年

6) 7月から翌年6月までを酒造年度(BY)という

7) ここでの記述は、大貝健二(2022)「量的縮小下における中小清酒製造業の展開」『経営経済』57号、2022年3月を基にしている

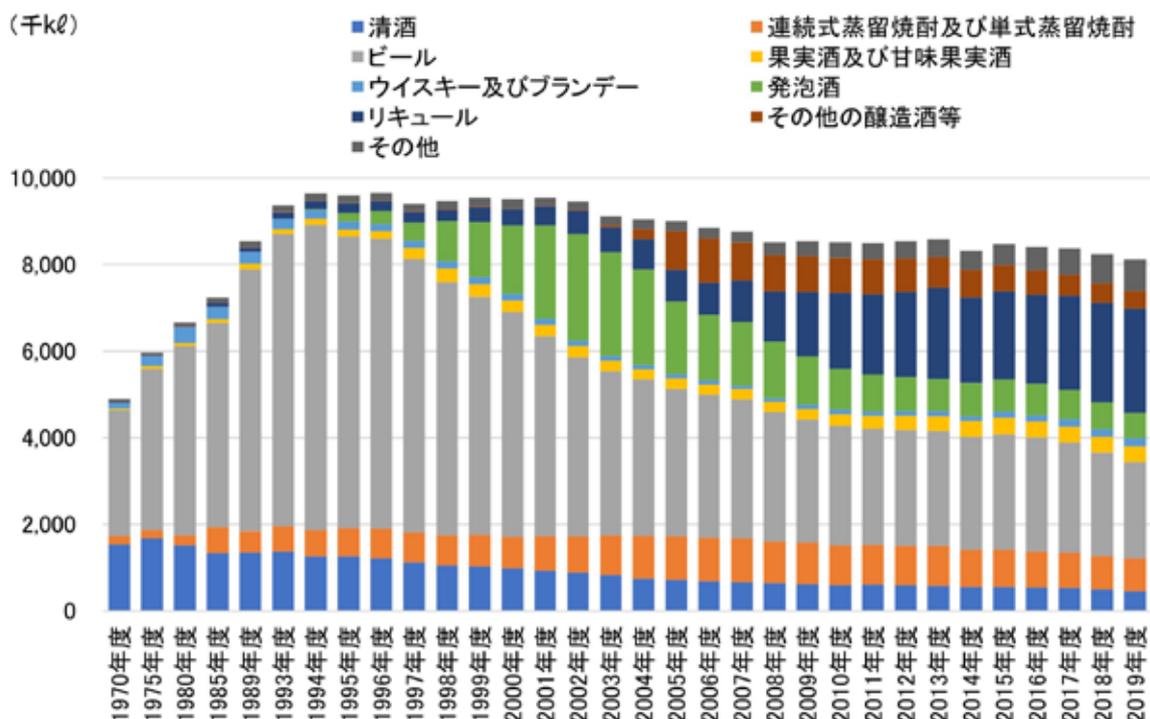


図-1 酒類販売（消費）数量の推移  
国税庁「酒のしおり」より作成

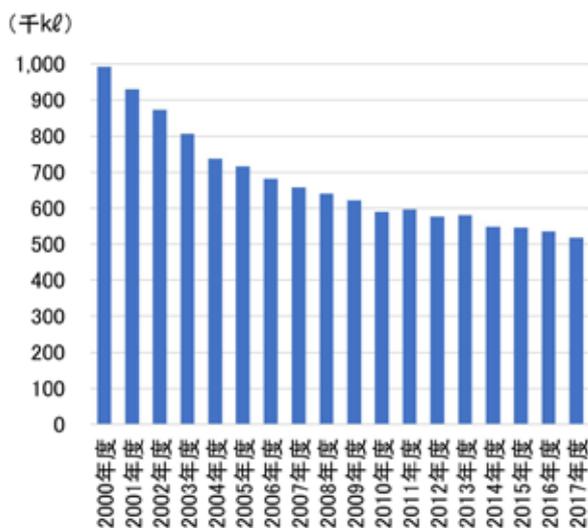


図-2 課税移出数量の推移  
国税庁「清酒製造業の概況」各年版

製造数量も大きく減少している（図-2）。2000年度は99万2,000千ℓであったが、2017年度には51万8,349千ℓと大きく数量を減らしている（2000年度比52.2%）。とはいえ、2000年度から2010年度の減少率、2010年度から

2017年度の減少率として見ると、2000-2010年度はマイナス40.5%、2010-2017年度はマイナス12.3%であり、2010年度以降は減少幅が小さくなっている。

清酒は、大きく普通酒と特定名称酒（吟醸酒・純米酒・本醸造酒）に分けられる<sup>8)</sup>。次に、これらの分類を基に、製造数量の推移を見てみよう（表-2）。製造数量がアルコール度数20度換算であるので、課税移出数量とは数値が異なる。2007年度では、製造数量50万2,521千ℓのうち、一般酒（以下、普通酒）が33万8,593千ℓ（構成比：67.4%）、特定名称酒が16万3,928千ℓ（同：32.6%）だった。それが、2019年には製造数量34万496千ℓのうち、普通酒が19万1,664千ℓ（同：56.3%）、特定名称酒が14万8,832千ℓ（同：43.7%）となっている。製造数量は大きく減少しているが、その多くは普通酒である。特定名称酒に関しては、2015

8) 国税庁の「清酒の製法品質表示基準」では、使用原料（米、米こうじ、醸造アルコール）、精米歩合、こうじ米使用割合（特定名称酒はいずれも15%以上）、造りによって、8種類に分類している。精米歩合は本醸造酒の場合は70%以下、吟醸酒は60%以下、大吟醸酒は50%以下、醸造アルコールは本醸造酒と吟醸酒で白米重量の10%以下での使用と定められている

表-2 清酒のタイプ別製造数量（アルコール分20度換算）

(単位:kℓ, %)

	製造数量(20度換算)				構成比				増減率		
	2007年	2010年	2015年	2019年	2007年	2010年	2015年	2019年	07-10年	10-15年	15-19年
合計	502,521	439,651	433,721	340,496	100.0	100.0	100.0	100.0	-12.5	-1.3	-21.5
特定名称計	163,928	137,833	174,601	148,832	32.6	31.4	40.3	43.7	-15.9	26.7	-14.8
純米酒	49,844	45,512	58,322	51,778	9.9	10.4	13.4	15.2	-8.7	28.1	-11.2
純米吟醸酒	26,950	25,211	47,348	48,147	5.4	5.7	10.9	14.1	-6.5	87.8	1.7
吟醸酒	20,946	16,544	22,984	18,445	4.2	3.8	5.3	5.4	-21.0	38.9	-19.7
本醸造酒	66,188	50,565	45,947	30,462	13.2	11.5	10.6	8.9	-23.6	-9.1	-33.7
一般酒	338,593	301,818	259,120	191,664	67.4	68.6	59.7	56.3	-10.9	-14.1	-26.0

国税庁「清酒の製造状況等について」各年版より作成

年度から19年度にかけて減少しているものの、清酒に占める割合は、2007年度から10ポイント以上上昇しているのである。さらに、特定名称酒の内訳を見ると、製造数量を大きく減らしているのは本醸造酒であり、純米酒や純米吟醸酒に関しては増加基調である。特に、純米吟醸酒に関しては、2007年度の2万6,950kℓから2015年度の4万7,348kℓ、2019年度の4万8,147kℓへと増加している。そのため、構成比に関しても純米酒系（純米酒と純米吟醸酒）の割合が大幅に上昇している。普通酒が全製造数量の半数以上を占めているとはいえ、特定名称酒、さらには純米酒系の製造割合が高まっていることは、「酒質」に変化が生じていると捉えて良いだろう。

さらに、課税移出数量規模別に特定名称酒の生産割合を見ておこう（表-3）。表-1とは各規模層の企業数、課税移出数量と異なっているが、企業数1,378社のうち200kℓ以下の企業が1,095社（構成比：79.5%）であり、課税移出数量では同規模では5万8,951

表-3 課税移出数量規模別の清酒課税移出数量シェア

(単位:社,kℓ,%)

	企業		課税移出数量			
	実数	構成比	実数	シェア	うち特定名称酒	特定名称酒割合
200kℓ以下	1,095	79.5	58,951	11.4	39,320	66.7
200kℓ～500kℓ	171	12.4	53,158	10.3	35,988	67.7
500kℓ～2,000kℓ	78	5.7	70,360	13.6	35,461	50.4
2,000kℓ～10,000kℓ	26	1.9	105,308	20.3	47,073	44.7
10,000kℓ超	8	0.6	230,572	44.5	20,752	9.0
合計	1,378	100.0	518,349	100.0	178,594	34.5

国税庁「清酒製造業の概況」平成29年度清酒製造状況等調査を引用

kℓ（同：11.4%）となっている。さらに200kℓ以上500kℓ以下企業171社を加えると、企業数は1,266社（同：91.9%）、課税移出数量は11万2,109kℓ（同：21.7%）であるが、これらの規模層での特定名称酒の割合は66.7%、67.7%と、他の規模層を大きく上回っている。清酒製造における特定名称酒、さらには純米酒系のウェイトの上昇は、中小清酒製造企業を中心に展開されていると読み取れる。

以上のことから、中小清酒製造企業を中心に、特定名称酒、なかでも純米酒系（純米酒、純米吟醸酒）へのシフト、本章でいう酒質の変化が考えられる。このような動きを、地域別に見るとどうなるのだろうか。都道府県レベルという限界があるが示してみたい。図-3は、課税移出数量に占める特定名称酒割合と、そのうちの純米酒系割合を示している。年間の課税移出数量が1万kℓを上回っているのは、5府県（秋田県、埼玉県、新潟県、京都府、兵庫県）である。これら以外の都道府県は小規模な酒蔵が多いということ踏まえ、たとえば、山口県や石川県、神奈川県、三重県のように特定名称酒比率、さらには純米酒系比率が高い県が存在する。全国平均の特定名称酒%：純米酒系%は、43.7%：29.3%である。特定名称酒比率が高い山口県では同92.3%：88.3%、石川県では同90.5%：70.3%、神奈川県では同90.5%：70.4%、三重県では同86.9%：70.5%である。北海道は同62.6%：

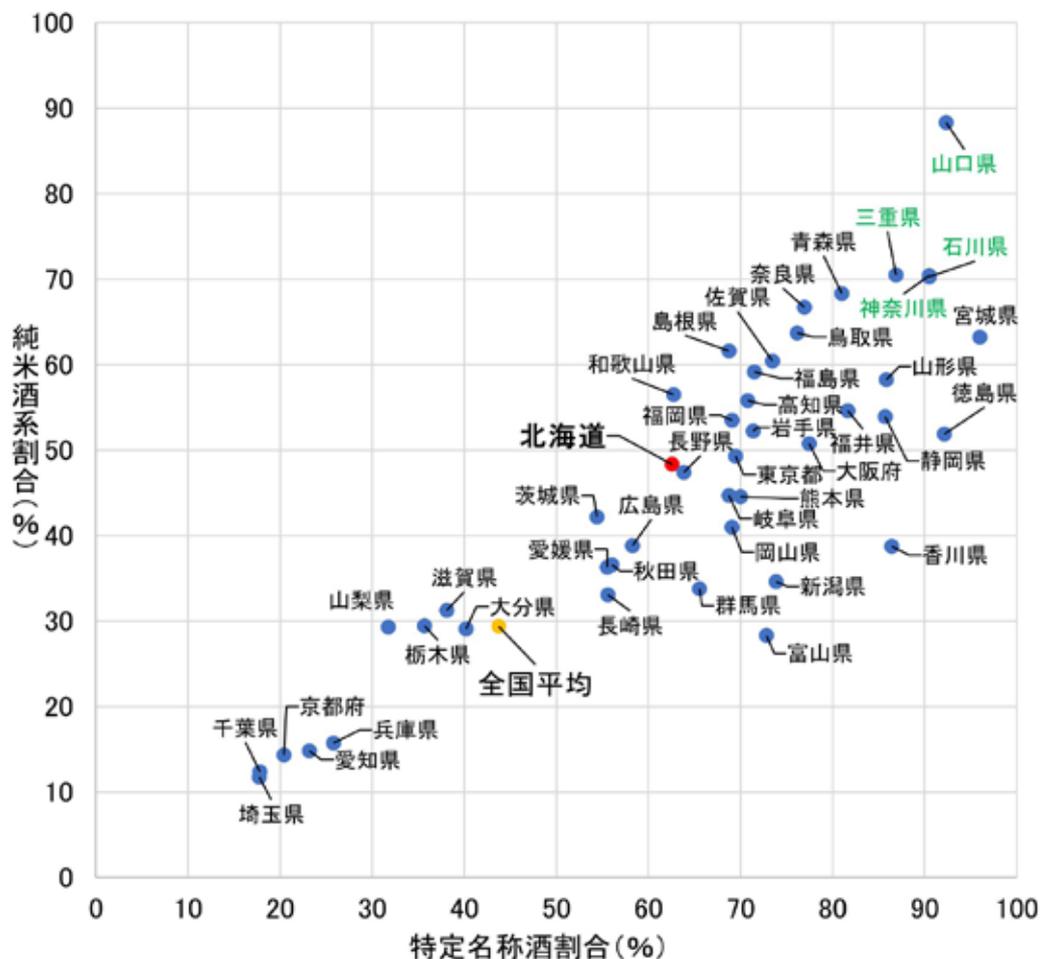


図-3 都道府県別特定名称酒、純米割合 (2019年度)

国税庁「清酒製造の状況等調査」2020年より作成

表-4 都道府県別清酒の出荷数量、出荷金額および単価

(単位:社,千ℓ,100万円,円)

	企業数			出荷数量			出荷金額			1ℓ当たり単価		
	2002年	2010年	2019年	2002年	2010年	2019年	2002年	2010年	2019年	2002年	2010年	2019年
全国	1,448	1,164	995	1,072,453	711,437	557,059	670,249	440,574	409,876	625.0	619.3	735.8
北海道	13	12	12	11,503	6,542	6,107	9,234	5,328	5,152	802.7	814.4	843.6
神奈川県	16	13	13	3,098	1,405	1,154	2,402	1,319	1,433	775.3	938.8	1,241.8
石川県	31	27	20	14,831	7,900	5,914	11,905	7,028	6,838	802.7	889.6	1,156.2
三重県	33	24	15	7,414	4,451	3,690	4,170	2,980	2,996	562.4	669.5	811.9
山口県	24	17	13	3,701	1,829	27,247	2,823	1,654	17,258	762.8	904.3	633.4

経済産業省「工業統計調査(品目編)」から筆者作成 ※企業数は従業員4人以上

48.3%であり、全国平均は上回っているものの、これらの諸県との隔たりは小さくはない。

では、特定名称酒、純米酒系の割合が、清酒の出荷単価にどのような形で反映されているのかを確認してみよう。表-4は、全国、北海道のほか、純米酒系割合の高い神奈川県、石川県、三重県、山口県の出荷数量と1ℓ当たり単価を示している。全国計では、2002年から19年の間に、625円から735.8円へと100

円超の上昇である。また、純米酒系割合が高い諸県のうち、神奈川県、石川県、三重県では300円以上の大幅な単価の上昇がみられる。特に、神奈川県、石川県では1ℓ当たり1,000円を上回っている。他方で、北海道を見ると、2002年時点で石川県とともに802.7円で最も高かったものの、2019年でも843.6円と上昇幅は40円程度にとどまっている。

特定名称酒、さらには純米酒比率を高めて

いくほど、生産コストは上昇する。生産コストが上がる分、販売価格は普通酒と比べて高くなる。山口県に関しては何とも言えないところがあるが、神奈川県や石川県、三重県は企業数や出荷数量の減少を伴いながら、単価が上昇している。これは、普通酒の生産がメインだった企業が市場から退出した結果であり、生き残った企業による酒質転換の努力の結果でもあろう。

最後に、清酒の販路の変化についても確認しておこう。まず誰に販売しているのかを表-5からみると、純米酒系の比率を高めている諸県に関しては、三重県や山口県では卸売業者の割合が低下し、小売業者の割合が上昇している。北海道では、わずかだが小売業者

や消費者への販売割合が上昇している。次いで、表-6から販売先地域をみると、純米酒系の割合が高い諸県は、軒並み自県への販売割合が低下し、自局<sup>9)</sup>、ないしは他局の割合を上昇させている。他方で、北海道は他局の割合が低下し、自県の割合が88.9%にまで高まっている<sup>10)</sup>。酒質の転換に伴って販売先も変わり得るのである。以下で、それが何故なのかを考えてみよう。

### 3. 「本物志向」の酒造りと地域とのかかわり

中小清酒製造企業を中心に進められてきている酒質の転換は、日本酒の消費が低迷する中で、大手メーカーとの差別化であるし、生

表-5 都道府県別、販売先業態別課税移出数量

(単位:上段kg/下段%)

	課税移出数量			卸売業者			小売業者			消費者		
	2000年度	2010年度	2017年度	2000年度	2010年度	2017年度	2000年度	2010年度	2017年度	2000年度	2010年度	2017年度
全国計	992,338	590,717	518,349	845,863	515,726	438,457	125,448	62,761	68,327	21,027	12,230	11,564
	100.0	100.0	100.0	85.2	87.3	84.6	12.6	10.6	13.2	2.1	2.1	2.2
北海道	10,950	4,944	4,292	10,103	4,543	3,766	339	75	198	508	327	327
	100.0	100.0	100.0	92.3	91.9	87.7	3.1	1.5	4.6	4.6	6.6	7.6
神奈川県	1,668	918	1,029	600	275	346	899	496	556	169	147	127
	100.0	100.0	100.0	36.0	29.9	33.6	53.9	54	54.1	10.1	16	12.3
石川県	14,019	7,058	5,740	9,730	5,020	4,157	3,805	1,740	1,350	484	297	234
	100.0	100.0	100.0	69.4	71.1	72.4	27.1	24.7	23.5	3.5	4.2	4.1
三重県	5,646	2,645	2,520	3,674	1,566	1,121	1,695	872	1,198	277	207	200
	100.0	100.0	100.0	65.1	59.2	44.5	30.0	33.0	47.6	4.9	7.8	8.0
山口県	4,006	2,365	7,462	1,753	811	1,083	1,880	1,401	5,978	373	153	401
	100.0	100.0	100.0	43.8	34.3	14.5	46.9	59.2	80.1	9.3	6.5	5.4

国税庁「清酒製造業の概況」各年版より作成

表-6 都道府県別、販売先地域別課税移出数量

(単位:上段kg/下段%)

	課税移出数量			自県			自局			他局		
	2000年度	2010年度	2017年度	2000年度	2010年度	2017年度	2000年度	2010年度	2017年度	2000年度	2010年度	2017年度
全国計	992,338	590,717	518,349	354,384	183,375	157,763	144,074	93,583	80,398	493,880	313,759	280,188
	100.0	100.0	100.0	35.7	31.0	30.4	14.5	15.8	15.5	49.8	53.1	54.1
北海道	10,950	4,944	4,292	8,392	4,162	3,815	559	64	-	1,999	718	477
	100.0	100.0	100.0	76.6	84.2	88.9	5.1	1.3	0.0	18.3	14.5	11.1
神奈川県	1,668	918	1,029	1,620	708	740	35	155	201	13	56	87
	100.0	100.0	100.0	97.1	77.1	71.9	2.1	16.9	19.6	0.8	6.1	8.5
石川県	14,019	7,058	5,740	9,719	4,351	3,345	868	478	265	3,432	2,228	2,130
	100.0	100.0	100.0	69.3	61.7	58.3	6.2	6.8	4.6	24.5	31.6	37.1
三重県	5,646	2,645	2,520	3,753	1,478	1,369	426	191	237	1,467	976	915
	100.0	100.0	100.0	66.5	55.9	54.3	7.5	7.2	9.4	26.0	36.9	36.3
山口県	4,006	2,365	7,462	2,752	1,471	1,845	500	307	534	754	587	5,083
	100.0	100.0	100.0	68.7	62.2	24.7	12.5	13.0	7.2	18.8	24.8	68.1

国税庁「清酒製造業の概況」各年版より作成

9) 自局・他局：沖縄国税事務所も含めて、全国12の各国税局が県を跨いで管轄している

10) 清酒製造年の概況は、アンケート調査であるため、北海道で「自局」回答があるのは回答者の記入ミスの可能性がある

き残りをかけた選択でもあることは既に述べたとおりである。差別化と言ってしまうと容易なことのように聞こえてしまうが、実際に行動に移していくには多くの困難が待ち受ける。その困難をいかに乗り越えていくのかは、個々の企業者の判断に委ねられる。とはいえ、日本酒にとどまらず、今でも残っている日本の地場産業は、幾多もの困難を乗り越えて生き残っている。その際のキーワードは、結局は「本物志向」=いかに良いものを作るかであり、また「何が良いのか」を消費者層に対していかに訴求できるかだろう。そして、場合によっては価値観の変容も迫りながら、新しい消費者層をいかに創出できるかではないだろうか。

このような本物志向、言い換えれば真正性の追求は、地域を見つめなおす契機になる。なぜならば、本物を追求すれば、酒の造り方はもちろんのこと、原料である米がどういう品種なのか、どういう方法で作られているのか、どのような水を用いているのかに目が向くであろう。そうすると、次いで地域の環境や景観が問われることにもなる。1990年代後半からは、全国的に酒造好適米の開発が進み、各県で数種類の個性の異なる酒造好適米が作付されるようになってきているほか、あえて食用米で酒造りを行う動きもある。さらには、無農薬の酒米生産に着手する酒蔵が多く出てきている。また、筆者が知っている限りではあるが、質の良い湧き水を守るため、限界集落の棚田を保全するために、酒米の契約栽培を展開する高知県の酒蔵、同じく水源を維持するために、消費者とともに里山再生に取り組む青森県の酒蔵もある。酒造りに関しても、独自酵母の開発が進む一方で、本来の酒造りを指向して生き酏もとづくり<sup>11)</sup>へ挑戦する蔵

が現れている。これらの取り組みは全国的に見れば、枚挙にいとまがない。ワインでいうテロワールが、日本酒でも用いられるようになったのは、今まで当たり前だった地域を再認識・再発見していることの証左だろう。

新しい動きの背景には、酒造りの伝統的なあり方であった杜氏制度からの転換も一因である。全国には、南部杜氏や越後杜氏など、各地に杜氏集団が存在した。農閑期に酒蔵へ住み込みで入り酒造りに専念するのである。しかし、時代の変遷とともに杜氏制度が縮小・衰退したことから、蔵元杜氏や社員杜氏へと転換した。こうした変化によって、自分たちの価値観を基に、自分たちが造りたい酒を納得できるまで追求するようになった側面もある。造り手のエゴとともとられかねないこだわりとともに醸された酒は、万人受けはしないかもしれないが、その思いを訴求する力を持ち得る。そうなれば、日本酒の販路として、そのこだわりを理解できる飲食店や小売店、さらには直接的に消費者へとシフトすること、他地域へ販売先が変わることは当然のことと思われる。

#### 4. 道産酒の可能性

これまでに確認してきた統計資料では、道産酒の特徴はよくわからない。国税庁が公表する「清酒製造業の概況」で捕捉できるのは2017酒造年度までであり、2018年7月以降の動向が明らかになるのはこれからである。

道産酒に注目する場合、2017年から大きな転換期に入っていることを指摘しておかなければならない。というのも、日本国内で北海道のみ、酒蔵数が増加に転じているからである。上川大雪酒造（上川町）は、2017年9月に緑丘蔵、2020年には碧雲蔵（帯広畜産大学

11) 生酏づくり：酒母（日本酒の発酵のもとになるもの）において、酒蔵にいる天然の乳酸菌から乳酸を育てていく伝統的な製法

構内)を、さらには2021年から函館五稜の蔵(函館市内旧亀尾小中学校跡地)で酒造りを開始している。そのほか、2019年には三千櫻酒造が岐阜県中津川市から東川町へ移転、酒づくりを開始し、2021年には七飯町に箱館醸蔵が誕生している。さらには千歳市に酒蔵が移転する話もある<sup>12)</sup>。

なぜ、北海道に酒蔵が増えているのか。その理由として大きく2つある。1つは、道内マーケットの可能性である。北海道では、530万人弱の人たちが生活している。この人口に対して、新たに酒蔵ができるまでは11蔵だった。これに対して、他県を例に挙げると、宮城県は人口260万人に対して24蔵、静岡県は人口378万人に対して27蔵である。他県では、限られた県内市場で熾烈な競争が繰り広げられているのである。その状況と比べると、北海道には潜在的な市場があり、新規参入が相次いでいると考えられる。

第2に、近年の気候変動に伴う温暖化の影響も無視できない。例えば、農業生産に目を向けると、北海道が食用米と同様に、酒米の栽培適地へととなりつつある。北海道を除く各地域では、酒米生産において常に高温障害と向き合わざるを得なくなっている。北海道もやがては同様の局面に立つのかもしれないが、道産酒米の品質が向上する余地は十分にあり得るし、そうした良質の酒米を求めて、本州から北海道への酒蔵の移築が進んでいるのであろう<sup>13)</sup>。また、平均気温の上昇は、酒蔵の温度管理をより困難にさせている。タンクを冷やすための製氷コストは小さくはない。この点でも北海道にはプラスに作用している。これらの点を考えると、北海道では今後も酒蔵が増える可能性がある。

もっとも、こうした道内市場への酒蔵の新

規参入を見て、既存の道内清酒製造企業にとっては、決して心中は穏やかではないはずである。しかし、この状況を変革のチャンスとして捉えることはできないか。批判を承知で言うならば、今まで胡坐をかいていたということではないのか。上述の図-6で、北海道内への販売割合が相対的に高まり約90%が道内での販売であるのに、同時に北海道民が消費している道産酒割合は20%程度だと言われていることをどう解釈すればよいか。道産酒の多くを観光客が消費していたとすれば、数字上のギャップは理解できる。しかし、観光客に依存することが持続的かどうかといえ、そうではないだろう。このことは、コロナ禍で明らかになったはずである。

とはいえ、コロナ禍においても業績が好調な酒蔵も多い。必要なのは、徹底的に足元の需要を掘り起こすことではないだろうか。昨年11月に行われた「北海道酒アワード2021」には、一般消費者600人が審査員として参加するなど大きな賑わいを見せた。緊急事態宣言の影響で、当初の9月から2か月延期したにも関わらず、である。

何が言いたいのかといえ、根強い日本酒愛飲家に加え、日本酒ブームのおかげもあって日本酒、道産酒に興味を持ち始めているライトな層も増えてきている。こういった将来的な消費者になり得る層にいかにつなぐかである。本物志向、真正性の追求は、「顔が見える」、「地域が見える」酒造りでもある。また、官民の連携を通じて、北海道独自の酵母開発も求められる。この道産酒をめぐる環境の変化や日本酒ブームが単なるファッションとしての消費で終わるのではなく、道産酒の新たな道を拓く契機となることを願ってやまない。

12)北海道新聞記事(2022年2月5日)に基づく

13)もちろん、道産酒造好適米の道外供給が今後も増える可能性は言うまでもない

## ほっかいどう学「北海道の日本酒」

令和4年3月

一般財団法人 北海道開発協会

〒001-0011 札幌市北区北11条西2丁目

セントラル札幌北ビル

(代表) 011-709-5211

協力 北海道酒造組合

※このパンフレットのイラストや画像の他、テキストの無断転載・無断使用を禁じます。



①箱館醸蔵(有)	②有二世古酒造	③田中酒造(株)	④日本清酒(株)	⑤国稀酒造(株)	⑥小林酒造(株)	⑦金滴酒造(株)	⑧高砂酒造(株)

⑨合同酒精(株)	⑩男山(株)	⑪三千櫻酒造(株)	⑫上川大雪酒造(株) 緑丘蔵	⑬上川大雪酒造(株) 碧雲蔵	⑭福司酒造(株)	⑮碓氷餅三郎商店

