

# 清酒王国の復活を目指して ～秋田の酒とハタハタ～

佐藤 淳

一般財団法人日本経済研究所 調査局上席研究主幹

秋田は東北6県の3分の1を産する酒どころである。清酒は長らく斜陽産業であった。従って酒どころとは、長らく苦境にあったところの意を含んでいる。清酒王国の復活はあり得るのだろうか。

今回は、秋田の代表的な肴で、一時は絶滅の危機に瀕しながら、先進的な資源管理で復活したハタハタと、同じく先進的な取り組みで時代を切り開こうと模索している老舗二社を紹介する。

ながら銘酒を頂く秋田の冬の楽しみが復活したのである。

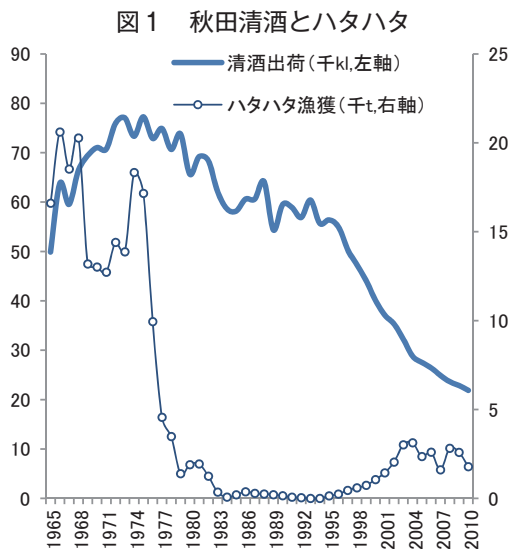
## 2. 資源管理で復活を果たしたハタハタ

ハタハタはどうやって復活したのだろうか。かつては食べきれないほどに獲れた。余剰分は塩漬けにするなどして春近くまで食していた。当然に安価であった。しかし、70年代の後半から急激に漁獲量が減少し、80年代に入るとほとんど水揚げされなくなった。秋田からハタハタがいなくなってしまったのである。

海の中のことゆえ今でも分からないことが多いものの、獲りすぎてしまったのではないかと関係者は考えた。産卵のために沿岸に近付く、子持ち（美味！）のハタハタを獲りすぎて、子孫が途絶えたのではないかと考えたのである。

このため秋田の漁師は、ハタハタの禁漁を決意し、90年代の初頭、1992年9月から1995年9月までの3年間を禁漁した。禁漁の成果は着実に結実した。禁漁後の漁獲高は最盛期には遠く及ばないものの、3千トン弱で安定するに至っている。絶滅が危惧された状況からみれば大成功とっていいだろう。

秋田は禁漁後も厳格な資源管理を実施している。システムは次の通りである。まず県が資源量を推定する。そして、推定した資源量の約半分を再生産のための資源として保護し、残りの半分を漁獲のための（配分）枠とする。その後は、漁協が生産者ごとに配分枠を割り当てる。割り当ては、過去の実績等を参考になされる。漁業先進国ノルウェー等で実施されている方式と類似のものだ。

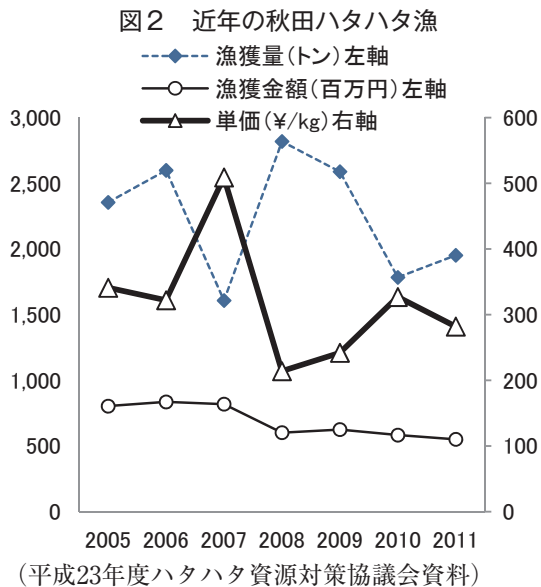


(出典) 仙台国税局、秋田県

## 1. 危機に瀕したハタハタと清酒

清酒もハタハタも秋田の名産である。もっとも清酒は70年代にピークアウトし、今では往時の3分の1を産するに過ぎない。ハタハタも70年代までは豊漁であったものの、80年代には絶滅の危機に瀕した(図1)。

両者が異なるのは、清酒が減り続けているのに対し、ハタハタは復活を遂げたことである。ハタハタ原料の魚醤を使った塩魚汁鍋しよつるで、ハタハタをつつき



ちなみに沖合は他県の船も立ち入ることが法的には可能であるものの、秋田の管理方式に敬意を表して自粛しているらしい。

資源管理はビジネス面でも安定をもたらした。例えば、2007年の漁獲量は小型魚が多かったことから、配分枠以上に生産者が漁獲を自粛し、前年の6割程度に止まったものの、魚価がその分上昇し、漁獲金額は昨年並みであった(図2)。魚価の上昇には価格が高い大型魚に集中したことが寄与したとされる。

さてハタハタの復活は、清酒業界とは無縁の話だろうか。いや実に参考となるのである。清酒業界の悩みの一つは、ブランド化が難しく、コストに見合った価格形成が難しいことにある。これは、清酒の定義が幅広すぎることに一因がある。ハタハタのように、行政と業界が協力して厳格な基準を定めることができればいいのだが……

### 3. 企業連携で新しい高級酒市場を開く新政酒造

NEXT 5をご存じだろうか。秋田には35の蔵元が存在する。その蔵の中から5つの蔵元(新政酒造、秋田醸造、栗林酒造店、山本、福祿寿酒造)が技術交

流や共同生産を目的に2010年4月に立ち上げたチームである。連携・分担して、新しい酒を仕込み世に問うている(表1)。2012年12月、同チーム・新政酒造の佐藤祐輔社長を訪ねた。

表1 NEXT 5 製品及び蔵元分担表

区分	Beginning2010	PASSION2011	EMOTION2011	ECHO2012
酒母	秋田	新政	新政	新政
麴	山本	栗林	秋田	山本
蒸米	福祿寿	山本	栗林	秋田
水	栗林	福祿寿	山本	福祿寿
醪	新政	秋田	福祿寿	栗林
原料米	こまち	美郷錦	こまち	美山錦
酵母	協会6	秋田12	非公開	亀山

秋田市内、東北有数の飲食店街である川反にほど近い新政酒造(株)は、1852年の創業、現存する市販酵母の中で最古の6号酵母(新政酵母)発祥の蔵として知られる。八代目となる佐藤社長の問題意識は清酒の価格形成にあった。高級ワインはワイナリーやバイヤー、ジャーナリズム、ソムリエなどが一体となって付加価値と価格を形成している。

一方清酒は小売自由化によって大型店が販売の主力となったこともあり、価格やコストを下げる方向性が強い。高価な酒は、流通段階で高価となる「幻の」と称されるパターンであり、蔵出し価格は必ずしも高価ではない。この辺りの事情は本格焼酎も一緒である。

例えば、山形県を代表する清酒「十四代」は定価¥2100(一升)の銘柄が、流通段階では¥13000~15000もする。本格焼酎の森伊蔵では電話抽選に当選すれば蔵元から¥2730(一升)で購入できるのに、平均小売価格は蔵出しの約10倍に達する。

もし関係者が一体となって、幻ではなく、適正な付加価値を実現できたらどうだろう。蔵元も潤い、さらに美味しい酒を造るための投資や研究が実施されるだろう。私のワインがそうであるように。

残念ながら日本では、そうならない。出荷段階を含め付加価値が高い酒類は、泡盛の古酒程度



ではないか。泡盛古酒の高価格には、厳格な基準が寄与している。例えば「10年古酒」の表示が許されるのは10年古酒100%、又はブレンドした場合でも、最も若い部分が10年古酒の物のみである。仏ワインの高価格酒の背景にも、厳格な基準や格付けがある。清酒はその辺りが曖昧である。固かった本格焼酎も、甲乙混和焼酎に「いも焼酎」等の冠表示を許し曖昧になったことによりブームが潰えている。出来ることなら酒造法の制定等により、清酒の定義を厳格化することが望まれよう。

企業側の対策はありうるのだろうか。高級腕時計のように、職人技による希少性によって、高価格を実現しているケースがある。NEXT5のやり方は、高級腕時計の手法に近い。優れた技を有する5つの蔵が、それぞれ得意な工程を担当し、酒を醸す(表1)。5つの個性の掛け算である。清酒業界では初めての試みである。

その結果、500mlで1500円(一升瓶換算5400円)という高価格(定価)ながら、2010の開始以来、ほとんど予約で完売している(写真は2012)。地酒

卸、又は厳選した専門店で直接取引で販売し、蔵も流通も消費者も高い付加価値を享受できる仏ワインに近いシステムである。

NEXT5のような企業連携による付加価値の向上は、清酒業界はもちろん、あらゆる地域の中堅中小企業に求められている。秋田蔵元5社のフレッシュな試みが、ハタハタのような成功をもたらすことを祈念したい。

#### 4. 酒蔵ツーリズムに挑む小玉醸造

酒蔵ツーリズムとはあまり聞きなれないかも知れない。政府・国家戦略室の国酒構想<sup>1</sup>において提言されたもので、フランスのボルドーのように、海外観光客が清酒蔵を巡るイメージである。

既に、京都市の伏見では、酒造業者の記念館や、地元の関係業界団体が行なう蔵開きに多数の観光客が集まっている。また、佐賀県鹿島市では、酒造業者と自治体、観光協会が連携して、酒蔵ツアーを振興し始めている。

秋田県、八郎潟にほど近い小玉醸造(株)でも酒蔵ツーリズムに対するトライアルが始まっている。小玉醸造は1879年に創業され、酒造以外に、味噌、醤油を手掛ける、総合醸造メーカーである。

当時の面影を残す歴史あるレンガ造りの蔵の見学は無料。日本酒や味噌醤油の醸造工程をみることができ、試飲も可能。酒蔵ツーリズムなので、できれば、鉄道か観光バスで訪ねたい。最寄り駅(羽後飯塚)からは10分ほどである。

蔵の中には写真ギャラリーがある(こちらの見学は有料)。このフォトギャラリーはブルーホールと名付けられ、小玉醸造の酒蔵をリノベーションし、2009年秋にオープンした。大正時代に建てられ百年を経た酒蔵の中は、広々とした展示スペースとなっ

<sup>1</sup> 「国酒等の輸出促進プログラム」2012/9国酒を楽しもう推進協議会



ている。主に、郷土出身の写真家・中村征夫の写真展と、招待作家による展覧会を実施、また、様々なアーティストによる講演会やコンサートも行われている。

小玉醸造の隣には、蔵を改修した洋菓子・洋食店「Patisserie Parterre (パティスリー・パルテール)」がある。人気店らしく、遅いランチに訪れた際には満員であった。

また、歩いて数分のところに、素晴らしい日本庭園を備えた国指定重要文化財の邸宅がある。これは、小玉醸造の社長宅として代々使われていたものである。蔵から、社長宅までは、一族の栄華を物語る、関係者の邸宅が並ぶ。社長宅は公開を検討中である。

このように、小玉醸造には観光資源が多い。近隣にはNEXT5のメンバーでもある福祿寿酒造もあり、見学が可能である(要予約)。

小玉醸造では、フランスを参考に酒ツーリズムの要点を次の7点に整理している。①他蔵と差別化できる美術品等(→社長邸宅&庭園)、②製法や歴史の展示(→準備中)、③写真スポット、④試飲(→可能)、⑤販売(→あり)、⑥ガイド(→プロの高評価あり)、⑦移動手段(→JR駅近い)である。同蔵は、ほとんどの要素を満たしており、今後の展開が楽しみである。

酒は文化の象徴である。酒の碩学、故・坂口謹一郎博士は「世界の歴史をみても、古い文明は必ずうるわしい酒を持つ。すぐれた文化のみが、人間の感覚を洗練し、美化し、豊富にすることができるからである。それゆえ、すぐれた酒を持つ国民は進んだ文化の持主であるといっている」と述べている。

観光の語源は、中国古典の「国の光を観る」であり、国の光とは文化とされる。酒は文化の象徴である。従って酒蔵ツーリズムは最も正統な観光と言えるだろう。かつて、中国の要人を案内したときに、

最も好評だったのは酒蔵であった。インバウンド観光の目玉として、秋田の酒蔵が国際的に注目される日も近いのではないかと。



フォトギャラリー「ブルーホール」



洋菓子・洋食店「パティスリー・パルテール」



小玉醸造・旧社長邸宅