

# 日本を牽引する東北清酒産業

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

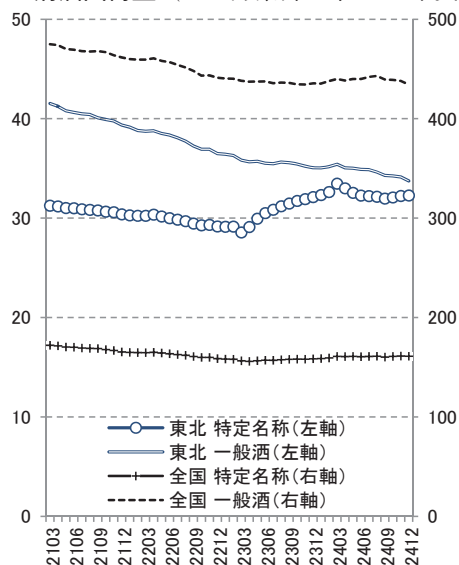
東北の酒は復興したのか。本シリーズでは半年に渡り、震災から立ち直る東北の清酒産業を分析してきた。今回は、最新のデータも踏まえて、総括を試みる。

## 1. 震災復興により高級酒が主体となる東北清酒

東北の高級清酒（本稿では特定名称酒<sup>1</sup>を高級酒と称する）は、震災を契機に躍進し、一般酒との逆転が視野に入りつつある。被災地支援がスイッチングコストを下げ、産業構造の高度化を促したのである。高級酒への転換は日本酒産業の悲願と言っている。東北の清酒産業は、日本を牽引する立場になりつつある。

図1は、東北（6県）と全国の、高級酒と一般酒

図1 清酒出荷量（12ヶ月累計、千kl、中央会<sup>2</sup>）



の比較である（下軸の2412は平成24年12月を示す）。

3年前、一般酒の4分の3に過ぎなかった東北の高級酒は、直近ではほぼ同量となった。一方ジリジリと減少しているものの、全国では一般酒が3分の2を占め続けており、逆転の兆しはない。

東北の高級酒の近年トレンドは3段階に分けることができる。震災前までは、高級酒も減少を続けてきた。上昇に転じたのは震災後である。その勢いは概ね1年間続いた。その後はさすがに一服したものの、夏以降は再び微増に転じている。一方、一般酒は一貫して減少を続けている。

全国の動向は異なる。一般酒も震災後の夏場から1年間、増加をみた。被災地支援の影響が及んだのである。その後は再び減少に転じているが、一時期の増加量は、高級酒を凌ぐ。

震災は、当初の被災地支援ニーズに止まらず、数ヶ月後には日本酒全般の需要拡大を喚起した。しかし、増加需要が高級酒に集中した東北と、むしろ一般酒が増えた全国との対比は明快である。これは、東北と全国の供給体制の違いに起因しているとみられる。東北は高級酒の供給体制へシフトしつつあるが、全国は依然として一般酒主体のままなのである。

高級酒にも二極化がみられる。高級酒と一般酒の中間的存在である本醸造酒は一般酒同様、減少傾向にある。東北は、震災後一年間増加したものの、その後減少に転じた。全国は、震災前からの減少傾向が続いている。一方、本醸造以外的高级酒である吟醸酒と純米酒は震災を契機に増加に転じている。東

<sup>1</sup> 吟醸酒、純米吟醸酒、純米酒、本醸造酒を特定名称酒と称する

<sup>2</sup> 日本酒造組合中央会まとめの概数、以下同じ

図2 東北の高級酒<sup>3</sup>（12ヶ月累計推移、千kl、中央会）

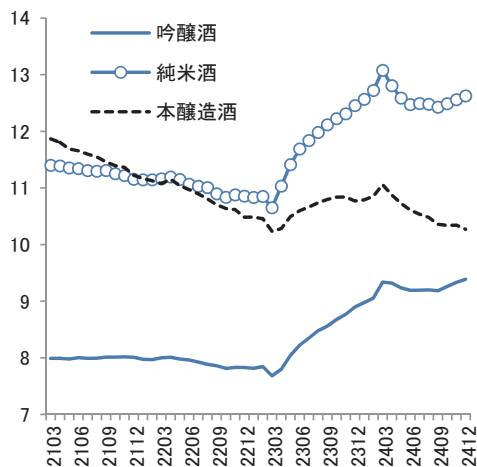
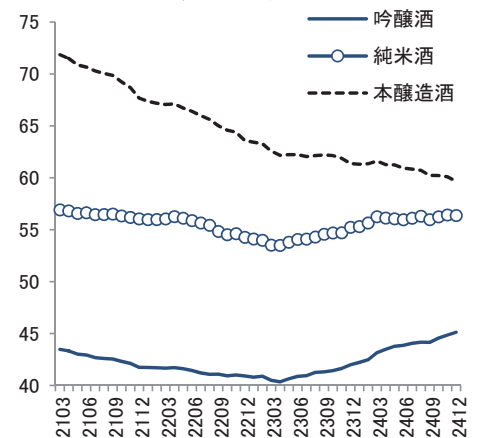


図3 全国の高級酒（12ヶ月累計推移、千kl、中央会）



北の増加が顕著だが、全国的にも伸長している（図2、3）。

清酒は明らかに高級品への需要シフトがみられる。そのきっかけは被災地支援である。従って、伸び率は東北が高い。伸び率の高さは、スイッチングコストを低下させる。東北では、高級酒をめぐって、良い循環が起きていると考えることができる。

## 2. 高級酒が重要な歴史的背景

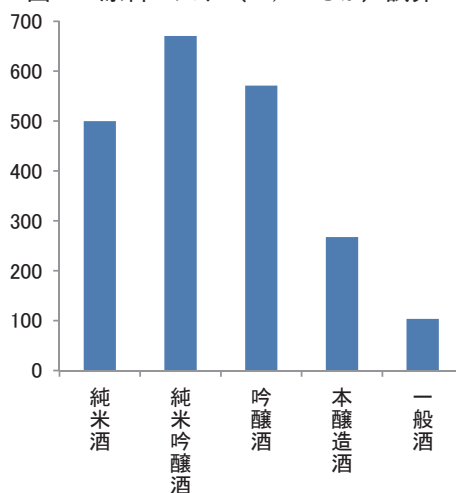
清酒の高級酒シフトは単なる高級化とは異なる。高級酒と一般酒は全く別な商品である。高級酒は伝統的な日本酒の延長にあるが、一般酒は近代科学が

もたらした。これは本格焼酎が伝統的であり、甲類焼酎が近代的であるのと似ている。伝統的な製品が増え、近代的な製品が減少傾向にあるのも同じである。しかし、本格焼酎と甲類焼酎はメーカーが異なるのに対し、高級清酒と一般酒は同じ蔵元が製造していることが多い点異なる。

従って、焼酎メーカーの企業戦略は重点分野が自明であるのに対し、清酒メーカーの戦略は総花的になりがちである。例えば、一般酒が減少傾向にあり、高級酒が成長しているとしても、高級酒への集中には障害が多く、現実的対応として双方の生産を続け、全体では緩やかな減少を余儀なくされているケースが多い。

高級酒のネックは製造コストである（図4）。製造コストは近代科学に源を有する一般酒の方が安く、製造量も多い。収益の面からは、減少傾向にあるとはいえ、一般酒を切り捨てるのはリスクが高い。高級酒の製造コストが高いのは、伝統を重視して、高コストな国産米を多用するためである。販価を上げることには限界もあり、経営的には厳しい面が多い。輸入麦や安価な国産甘藷を活用できる本格

図4 原料コスト（¥/1.8ℓ）試算<sup>4</sup>



<sup>3</sup> 本図では純米吟醸酒は吟醸酒に含む

焼酎業界とは、原料コスト環境が違いすぎる。

一般酒が産まれた歴史的経緯は次の通りである。まず1922年に米を原料としない合成清酒が発明された。これは、理化学研究所の鈴木梅太郎らによるもので、日本近代化学工業の一つの到達点とされる。

第二次大戦中には米不足が深刻化し、日本酒に対するアルコール添加が行われた。風味の補完には、合成清酒の技術を応用し、糖類を添加した。戦後も米不足や食糧管理法の制限により、戦中の製法を発展させた三倍増醸酒が製造された。糖類やアルコールの添加は技術進歩等により次第に減少し、今日の一般酒に至った。

上記のような清酒の近代化を促したのは米不足である。これは、米の供給不足であり、需要超過であって、米が高価であることを示す。戦後の減反政策は米価を維持するために供給を制限したもので、人為的米不足に近い。減反政策は今日も堅持されている。清酒業界を巡るコスト構造は戦中と大差なく、今日でも一般酒を製造することが、価格競争には有利なのである。

要するに一般酒は米を節約する酒である。一方、高級酒は米を贅沢に使用する。吟醸酒は米を削るし、純米酒は米だけを原料とする。安価な一般酒に対する需要が減少し、高価でも高級酒が伸長しているのは、食に対するニーズが量から質に大きく変化しているためだろう。清酒企業も変化を模索し始めている。しかし、高級酒を中心とした蔵に転身するには、少ない販売量や高いコストが壁になる。

### 3. 東北発・高級酒の台頭

高級酒のコスト・ハンデを克服するには、①大量に売れるか、②少量でもコストをカバーできる高い

価格を実現するかの、何れかが必要である。出来れば両立が望ましい。

被災地支援ニーズは、前者を満たしたようにみえる。東北の高級酒は今日でも増勢を堅持している。これは、もともと他の産地に比べ高級酒のウエイトが高かったことが奏効したとみられ（図5、特に被害が大きかった宮城県は日本一）、被災地支援ニーズが、日本酒・品質の再認識につながった可能性すらある。それは被災地支援を契機に、一般酒の倍近い価格の東北高級酒を購入した消費者が、価格以上の価値を見出し、リピーターとなっている可能性がある。東北の高級酒は自律的発展のスパイラルに入ったのかも知れない。

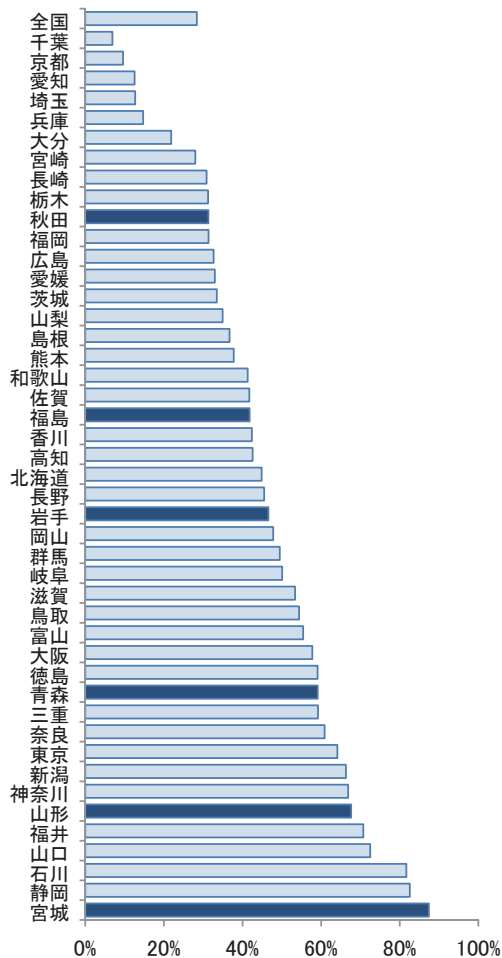
次に目指すべきは、コストに見合った付加価値の形成である。フランス・ワインのイメージである。フランスでは、蔵元と流通、ソムリエやレストランが一体となって高付加価値を追求している。我が国でも消費者に高価を納得させるストーリー構築が求められる。例えば農家と連携した原料へのこだわりや、小売と連携してその種のこだわりを消費者に正しく伝達することである。

農家、製造、流通の連携は6次産業として注目されている。注目されているのは、実は、今まではタッグが弱かったためでもある。清酒業界の課題は、国内食品産業全体の課題でもある。

6次産業化で最大の成功例は野菜の直売所（道の駅等）である。青果市場では匿名となる野菜は、直売所では生産者名入りで販売され、売り上げはリアルタイムにメールでフィードバックされるなど、トレーサビリティとジャストインタイムが両立され、品質も生産性も高いシステムが実現されている。加工品や併設レストランにも優れたものが多い。

<sup>4</sup> 純米酒～吟醸酒は山田錦、本醸造は通常の酒米、一般酒は加工用米にて試算、米・醸造アルコール使用割合は国税庁平成22酒造年度清酒製造状況等を活用

図5 高級酒比率（平成24酒造年度上半期：中央会）



日本の食品産業において、直売所が実現した価値を実現しているケースは少ない。特に清酒産業では数えるほどしかない。注目すべきは本連載でも取り上げた東北発の2つの事例（①福島：大和川酒造店、②秋田：NEXT5）である。

東日本大震災がもたらした原発事故は、福島県を中心に大きな風評被害をもたらした。風評被害を回避するためには、徹底した情報開示、トレーサビリティが求められる。福島県・会津の大和川酒造店では、我が国の酒造メーカーとして最大級の垂直統合を成し遂げ、数年前から高級酒の生産に特化している。27haの田を自社で手掛けているのである。その信頼を背景に、販売が困難となった福島の桃を酒にして好評を得るなど、農業と連携した高付加価値の実現に成功している。大和川酒造店は、異業種

（農業）との垂直連携による成功例と整理される。

蔵元同士の連携としては、今年度から純米蔵となった秋田の新政酒造等、5つの蔵が連携したNEXT5がある。各蔵元が工程を分担して醸造する、これまでにない新しい日本酒の製造方法を実現し、好評である。同業者同士の水平連携や協業・合併は、研究開発や輸出に対応する余力を生む。清酒業界は企業規模が小さすぎる。本格焼酎では協業合併した中堅メーカーが業界を支えている。

異業種との垂直連携、同業者との水平連携、2つの連携によって、地域内の結び付きを強固にすることができれば、それはクラスターの形成を意味する。清酒クラスターの実現が、付加価値の高い高級酒を実現するのである。また、このような6次産業クラスターの形成は、地域産業振興の柱となりつつある。

連携には課題も残る。異業種との垂直連携は、一般的には競合がなく、相互補完的で取り組み安いとされるものの、一次産業者は独自の発展を遂げてきたことから、生産者の連携先を見出すことが難しいケースが少なくない。農商工連携を産業政策として掲げる自治体等のコーディネート機能が鍵となる。

同業者連携は競合関係のハードルが高い。NEXT5のように新製品の開発等、既存の商流とバッティングしない分野の連携が望ましい。輸出専用の酒を共同開発し、共同で販路を開拓するのは如何だろうか。地場産品の輸出も自治体の重要な政策となりつつある。ここでも中立的な自治体等の調整機能が鍵となる。

生産者や企業同士の連携により東北各地に高級清酒クラスターが生まれ、それが清酒業界や地域産業振興のモデルとなることを、さらには水産クラスター等、他のクラスターとも連携することによって、東北の魅力を世界に発信し、日本のインバウンド観光の目玉となることを祈念したい。