

# 岡山県備前エリアにおける清酒製造業の現状と課題

上原鈴香・寺岡新菜・渡邊沙耶（法文学部）・寺谷亮司（社会共創学部）

UEHARA Suzuka, TERAOKA Niina, WATANABE Saya, TERAYA Ryoji

## 1 研究目的

「古人の食へしめたる吉備の酒病めばすべなし貫賞賜らむ」と『万葉集』で詠まれるほどに、吉備国(現在の岡山県周辺)は古くから酒を醸していた土地である。吉井川、旭川、高梁川と3本の一級河川がゆったりと流れ、豊富で良質な水と、豊かな土壌、温暖な気候に恵まれている(岡山県酒造組合ホームページ)。岡山県は、蔵人垂涎の酒米「雄町」(岡山市中区雄町が発祥地)の生産地として有名である。1955年には県内に188蔵あった清酒製造業者数は、現在では44蔵と大きく減少している。

今回の調査では、各清酒製造業者の沿革、生産・販売状況、岡山県民の酒類消費動向などを調査することによって、岡山県備前エリアの清酒製造業者の特性や課題を明らかにすることを目的とする。

聞き取り調査は、2016年9月13日～16日に、宮下酒造株式会社、有限会社板野酒造場、株式会社板野酒造本店、赤磐酒造株式会社、室町酒造株式会社、岡山県観光連盟、岡山県酒造組合に対して行った。

## 2 岡山県の清酒の歴史と製造環境

### 1) 岡山県清酒製造業の推移

中世期末から近世初め、酒造の技術が民間にも流出し、酒造業が発達した。しかし、それは伏見(京都市)や池田(兵庫県池田市)のように、近くに京都、大阪といった大量消

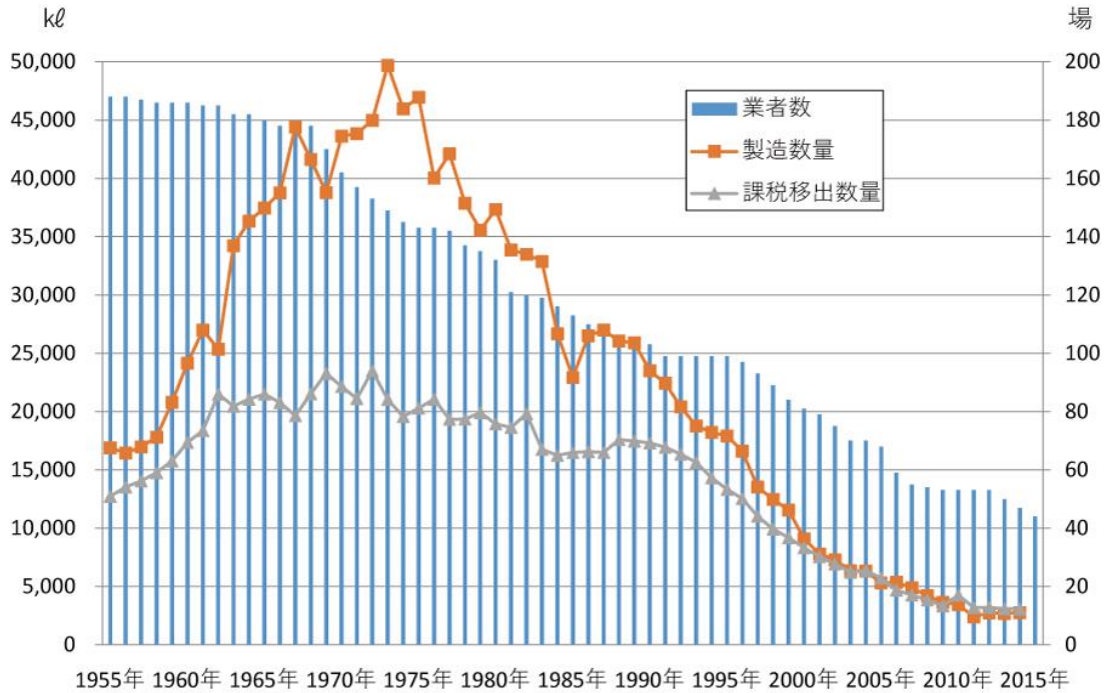
費地を控えたところに限られていた。岡山県では、天正年間(1573～1579年)には、すでに酒造業がみられ、酒造りの専門化が比較的早くからおこなわれた(宗政, 1997)。

江戸時代になると、酒造業は岡山城下だけでなく周囲の農村地域にも誕生し、嘉永4(1852)年には、「雄町米」の栽培に成功し、岡山県での酒造りは、活気を呈するようになった。

明治時代になると、酒造量は全国的に増加した。その第一の要因は、酒造法に基づく税制管理がなされたことによる。第二は、旧来の冠婚葬祭のほかには役所や学校を中心とした宴会、日清・日露戦争に際しての出兵祝いや凱旋祝いなどの宴会の発達があげられる。その後、昭和初め頃まで日本の酒造業は、概して順調な伸びを示し、岡山県でも大正8(1919)年には、600万石を突破するほどであった。

しかし、昭和12(1937)年、日中戦争に突入して以来十年余り、清酒の減産が余儀なくされた。日本の酒造界の戦後が終わったのは、昭和50年代に入ってからのことである。すなわち、純米酒や本醸造酒、吟醸酒という良質の酒が造られるようになった。日本酒離れをくい止め、消費量の巻き返しをはかろうとする動きが酒造業界にも生まれた。

昭和30年代以降の岡山県の清酒製造数量と清酒課税移出数量の推移をみると、前者は1973年の49,699kl後者は1969年の23,284klピークとして、以後大幅に減少した(第1図)。このように、1960年代後半から1970年代にかけて岡山県の製造数量は課税数量のほぼ2倍程度である。製造数量は原酒(アル



第1図 岡山県清酒製造業の推移（1955～2015年）

製造数量は原酒(20%換算)数量，課税移出数量は原酒に加水してアルコール度数15%ほどにした製品数量

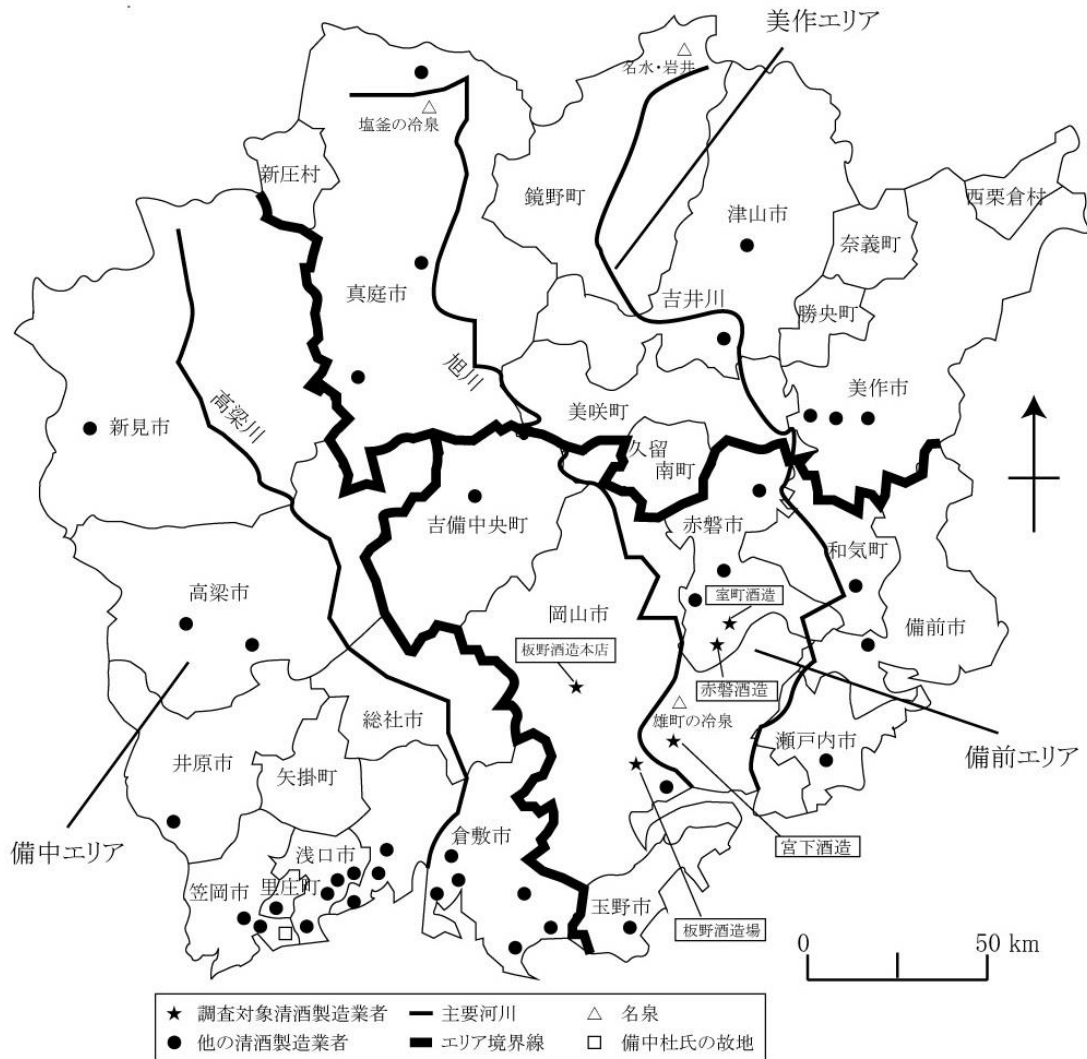
(岡山県酒造組合提供資料により作成)

アルコール度数約20度)数量，課税数量は原酒に加水してアルコール度数15%にした製造数量であるから，計算上は後者が3割増しとなる。ところが，岡山県では上記のように前者が後者の2倍程度なのである。この理由は，岡山酒の多くが灘や伏見の大手メーカーに「桶売り」されていたことにある。実際，岡山県酒造組合での聞き取りによれば，神戸震災直後は「桶売り」が再び増加したとのことである。最新2014年度の製造数量は2,760 kℓ，課税数量は3,086 kℓであり，ピーク時のわずか5.5%，13.2%にすぎない。

次に製造業者数の推移を見ると，1955，1956年の188場がピークである(第2図)。1996年においても95場であり，すでに酒どころとして知られる京都府や兵庫県，あるいは広島県にも見劣りしない数である。しかし，岡山県が酒どころとして認知されなかった

のは，その大半が大手酒造会社への桶売り酒であり，それぞれのオリジナルブランドの印象がさほど強くなかったためである(宗政，1997)。

現在，岡山県には清酒製造業者が全部で44社あり，1998年の89社から半減した(第2図)。その原因は，後継者不足などで備中杜氏が減少したこと，若者の酒離れなどによって清酒需要のさらなる減退も指摘できよう。現在の製造業者の分布をみると，備中エリアに最も多い20社の清酒製造業者があり，特に倉敷市に9社と多く，浅口市4社，笠岡市2社，高梁市2社である。美作エリアには8社あり，美作市に3社，津山市に2社がある。備前エリアには9社あり，赤磐市に5社が集中する(第2図)。



第2図 岡山県清酒製造業者の分布(2016年)  
(岡山県酒造組合提供資料により作成)

2) 酒造好適米「雄町」

「吉備のうま酒」と呼ばれる岡山県の酒は、良質の酒造好適米（以下酒米と略記）である「雄町」によって主に醸造される。「雄町」の誕生は、江戸時代末期の安政6（1859）年にさかのぼる。備前国上道群雄町村（現在の岡山市雄町）の篤農家、岸本甚造氏が伯耆大山を参拝した帰路に、2本の穂を見つけ、持ち帰って栽培したのが始まりとされる。慶応2（1866）年にこの2本の穂に因んで「二本

草」と名付けられたが、その後、酒米としての評判が高まり、全国各地に普及する中で、育成地の名称から「雄町」と呼ばれるようになった（宗政，1997）。

「雄町」は、日本最古の酒米原生種である。代表的な酒米である「山田錦」や「五百万石」をはじめ、現在の酒造好適米の約6割に「雄町」の血筋が引き継がれている（第3図）。これら酒米の中でも、「雄町」は草丈が115cmと高く倒れやすく、病害虫にも弱いため、



第3図 酒米系譜図（育成年と育成者）  
（岡山県酒造組合提供資料により作成）

他県では普及せず、現在でも全収穫量の約 9 割を岡山県産が占める。「雄町」は、岡山県南部の花崗岩質の崩壊土壌や砂土壌など、土壌が深く排水の良好な水田での栽培に適する。

「雄町」は、岡山県南部では 9 月上旬に出穂し、10 月下旬に成熟する晩生種である。その特徴は、大粒で長い芒（のぎ）や球状の心白をもち、やわらかな米質によって、もろみの中で溶けやすく、濃厚な味の酒が期待できる（第 4 図）。

### 3) 3 大川と醸造用水

水は、日本酒の主要成分であり、仕込水の水質は酒質に大きく影響する。岡山県下には、豊かな水量と良好な水質に恵まれた吉井川、旭川、高梁川の 3 大川があり（第 2 図）、その伏流水は酒造用水として使用されてきた。

津山・美作盆地を流れる吉井川の最上流部の名水「岩井」は、環境庁の「名水百選」に選ばれた。勝山盆地を経由する旭川の源流部には名水「塩釜の冷泉」、下流域には伏流水の名水「雄町の冷泉」がある（第 2 図）。新見盆地を経由する高梁川は、上流に石灰岩地帯を持ち、伏流水は醸造用水として適したカルシウムなどの成分を多く含む。

中国山地の蒜山三座の一つ、中蒜山中腹に

湧く水は、湧出量が日に 2 万 6000 トンとされている。この水は、舌に柔らかく、甘くて冷たく、水温は 18 度で清澄な湧き水である。このように、岡山の水は三大河川の伏流水が豊富にあり、軟水が多い（岡山県酒造組合ホームページ）。

### 4) 備中杜氏

酒の味や酒質を決めるのは、酒を造る杜氏集団の技術である。杜氏は、酒造りの総責任者であり、蔵人を連れて酒蔵に入り、酒造りの一切を任される存在である。全国にはいくつかの杜氏集団があり、その地域の特色を生かし、独自の技術を誇りとして日本酒を製造してきた。

	雄町	山田錦
米の断面図		
心白の形状	球状	線状
吸水性	早い	遅い

第 4 図 雄町と山田錦の違い  
（岡山県酒造組合提供資料により作成）

杜氏集団の中で全国に名を馳せた「備中杜氏」の始まりは、元禄年間(1688~1704年)、浅口郡大島村(現在の笠岡市大島)であり(第2図)、回船業に従事していた浅野弥治兵衛が、灘の酒造会社で働き、杜氏としての高い醸造技術を身に付け、帰郷したとされる(宗政, 1997)。その後、醸造技術は弟子たちに伝授され、安政年間(1854~1860年)には灘地方への出稼ぎ者が増加し、「備中杜氏」は、明治20(1887)年頃には約100人を数え、出身地域は現在の井原市、笠岡市、浅口市、里庄町、倉敷市玉島黒崎と広がった(第2図)。同30(1897)年頃には、杜氏相互の団結、知識の向上、技術の錬磨を図るために、備中杜氏組合が結成された。大正4(1915)年には、会員総数が杜氏392人と代司(麴づくりの責任者)250人を併せた642人、代司以下(酒造全従事者)を合わせれば約2,000人に達した(宗政, 1997)。

近年、後継者不足などにより、備中杜氏数は減少した。しかし、酒造りは繊細で複雑な部分が多く、機械化が進み、作業工程の精巧な管理が可能となった今日においても、最終的には杜氏の長年の経験と豊かな知識によって、酒の味や酒質が左右される。備中地域には、備中杜氏の技と知恵が引き継がれ、その酒質は、淡麗でソフトな飲み口の良いタイプが多く、瀬戸内の肴によく調和すると言われる。

備中杜氏の酒作りの特徴は、次の通りである。「蒸し」は、強い和釜蒸気によるサバケの良い蒸米に仕上げる。「製麴」は仲仕事後、品温の急昇をはかり、相対的に淡白分解酵素力価に比して糖化酵素力価を強めており、現今の吟醸麴作りの源流ともいえる。「酒母」は、比較的短期間に仕上げて、味は軽快で淡白にする。「仕込」は、酵母歩合は少なく、初添の水を伸ばし、留添までの汲水歩合は少なく、随時の追水で適切な発行管理を行なっている。「品質」は、「爽やかな香りで旨みは

あるが、アミノ酸度は少なく、軽快で雑味が少ない飲みやすい淡麗型にして旨口の酒質」の酒作りが伝承技術と言える(岡山県酒造組合ホームページ)。

### 3 岡山県備前エリアにおける

#### 清酒製造業者

##### 1) 宮下酒造株式会社

宮下酒造は、大正4(1915)年に岡山県玉野市にて創業し、1967年に旭川のはとりの現在の岡山市中区西川原に移転した(第1表、写真1~4)。近くには後樂園や雄町の冷泉もあり、酒造環境は非常に恵まれている。経営理念として、あらゆる「酒造り」を通じて、酒の文化とふるさとの歴史のすばらしさを多くの人に伝え、「酒」によって健康で楽しく生きることを感じもらうことを目指している。同社の原料米は、岡山県高島地区特産の元祖雄町米「高島雄町」を使用している。醸造用水は、旭川の伏流水を地下80~100メートルからくみ上げたものを使用している。従業員数は約30名であり、ビール、焼酎、日本酒に各5名、イオンモール内の「クラフトビアショップ独歩」に3名の体制である。

代表的な銘柄である清酒「聖(ひじり)」の名は、万葉集の歌人・大判旅人が詠んだ和歌「酒の名を聖徒と負せし古の大き聖の言のよろしさ」から名付けられた。甘口が主流の岡山にあって、辛口を身上とし、大吟醸酒は最高峰という意味で、聖の上に「極」の文字を冠し、「極聖(きわみひじり)」と命名され、全国新酒鑑評会での金賞受賞回数は岡山県下では最多の17回である。

販売方法として、直売は1割未満、ネット販売が3割強、スーパーやデパートが3割、酒販店が残りの割合を占めている。現在、東

第1表 調査清酒製造業者の概要

	宮下酒造	板野酒造本店	室町酒造	板野酒造場	赤磐酒造
住所	岡山市中区西川原 184	岡山市北区大井 2272	赤磐市西中 1342-1	岡山市北区一宮 35	赤磐市河本 1113
創業年	1915年	1870年	1688年	1934年	1923年
仕込水	旭川の伏流水	足守川の伏流水	雄町の冷泉	水道水	不明
原料米品種	雄町米	雄町米, 朝日米	雄町米	雄町米, 朝日米	雄町米, 山田錦, 朝日米, 五百万石
従業員数	30名	不明	10名	4名	5名
杜氏(製造責任者)名	岡崎達郎	板野文伸	花房満	板野雄一郎	生本滋春
清酒生産量(現況)	不明	約 300 石	約 800-900 石	不明	約 500 石
主銘柄	極聖	二面	櫻室町	きびの吟風	桃の里
目指す酒造りや酒質	あらゆる「酒造り」を通じて、酒の文化とふるさとの歴史のすばらしさを多くの人に伝え、「酒」によって健康で楽しく生きることの喜びを感じてもらう	「あけぼの」、「朝日米」の他、「雄町」、「山田錦」など、岡山県産米のみを使用した手作りの酒造りを行う	仕込水は「雄町の冷泉」を用い、「雄町」の特徴である旨味のある辛口で、まろみがあり秋上がりする酒を造る	原料米は、「雄町」や「朝日」を60%まで磨き、コクとスッキリとしたタイプの味を目指している	蔵人全員が一期一会の酒造りで、ソフトで香り豊かな芳醇な酒を造る
製造品目	清酒, 焼酎, リキュール, ビール, ジン	清酒 リキュール	清酒, 焼酎, リキュール	清酒 リキュール	清酒 リキュール
経営, 販売方針	海外志向型	海外志向型	海外志向型	地域密着型	地域密着型

(聞き取り調査により作成)

京, 大阪の大都市圏, 海外は, 米国, ヨーロッパ, 中国などのアジア諸国へ酒類の輸出の拡大を図っている。

1994年のビール製造数量の規制緩和を受け, 1995年から全国で9番目, 中国地方では初の地ビール「独歩」を製造開始した。「独

歩」の名前は, 「日本のマイクロ・ブルワリー」として, 独立独歩, 特色のある, 信念のビールを醸造しよう」という意気込みから命名された。伝統的なビールに加え, 季節性や地域性のある多様なビールの研究開発に取り組んでいる。

地ビールの生産量は、年間 600 キロリットルである。県内への総移出量は約 50%で、海外への輸出は 10%を下回る程度である。ビールは大阪周辺で人気があり、市場でもビールが一番人気である。酒造期間はギフトシーズンや夏場前の 4、5 月をメインに製造し、お歳暮に合わせて 11 月にも生産がピークとなり、ほぼ毎日仕込む。それ以外の時期は週に 4 日ほど仕込みする。

2015 年にはドイツ製のウイスキー単式蒸留器であるポット・スチールを導入し、岡山蒸留所として稼働させた。クラフトジン岡山は、ベースにジュニパーベリー、コリアンダー等の十数種類のボタニカルを独自に配合して、鉄製ポット・スチールで蒸留している。樽樽貯蔵のジンは、国内では初めての試みで非常に珍しくユニークな商品である(宮下酒造ホームページ)。

イベントは、お客様を呼ぶ体制が十分に整っていない、蔵開きなどのイベントは行っていない。今後は、敷地内にショップをオープンさせる計画があり、ショップができればイベントを行いたいと考えている。酒祭り等のイベントには積極的に参加している。

## 2) 有限会社板野酒造場

板野酒造場は、昭和 9(1934)年に板野酒造本店から独立し、岡山市北区一宮にて創業した(写真 5~8)。醸造用水は、水道水を沸かして使用している。同社の原料米は、「雄町」や「朝日」を 60%まで磨き、コクとスッキリとしたタイプの味を目指している。製造はパートと社員で、朝 4 人、昼 3 人、夜 1 人体制であり、製造期間中の多いときは 4 人体制となる。酒蔵では 2000 年から杜氏制をやめ、代表者の板野二郎氏が滋賀県甲賀郡の蔵元で酒造りの修行を積んで杜氏となった。

代表的な銘柄である清酒「寿福」の名は、長生きと幸福を意味し、結婚祝い、お誕生日の祝いとしてオリジナルラベルを貼った寿

福ボトルもある。純米酒「きびの吟風」は、岡山県産雄町米を 65%まで磨き、すっきりとした後味が特徴的である。

酒造期間は、年明けから 4 月までである。売り上げ額は、直売 7,000 万、卸売り 1,000 万、インターネット販売 400 万ほどである。インターネット販売先は都市部の顧客が多い。イベントでは、消費者に対して利き酒や酒蔵コンサートを実施し、おかやま秋祭りにも積極的に参加している。今後は、仲介業者を元に海外に販売することも視野に入れている。

同社では、清酒以外にも 20~30 種類のリキュールの生産も行っている。代表的な製品に、岡山県産の新鮮な白桃果汁 40%使用し、蔵出し原酒で造った桃リキュールの「とろりんも酒」、日本酒の原酒で漬けた「ほんのり梅酒」がある。また、チョコレートと原酒をコラボした「チョコレート酒ケーキ」、手延べうどんに吟醸酒を練り込んだ「練り込みうどん」等も生産している。

## 3) 株式会社板野酒造本店

豊臣秀吉の正室ねねの兄が藩主の木下藩のお膝元足守(現在の岡山市)に、江戸時代から続く酒蔵「谷口屋」があった。板野酒造本店は、その「谷口屋」の当主板野平治郎の次男・鹿之助が分家し、大井(足守地区)に「三谷屋」の屋号で 1870 年に創業した(写真 9~10)。代表銘柄の「二面」は蔵のある岡山市足守地区の地が「二面」と呼ばれていたため、古い地名から命名された。

醸造用水は、豊臣秀吉が備中高松城水攻めの水源に用い、カワセミが生息する足守川の伏流水を使用している。同社の原料米は、岡山県で 90%以上栽培している「あけぼの」、「朝日米」の他、「雄町」、「山田錦」など、岡山県産米のみを使用している。

創業から現在に至るまで、備中杜氏のみによる手作りにて酒が仕込まれてきた。名誉杜

氏として中藤昭三氏がおり、相談役である。現在の杜氏は、板野文伸氏で、精米から始まった蔵の仕事が続けて数十年になる。酒蔵のたたずまいは、江戸時代から変わらず、家付酵母が伝統の吉備の酒を伝えている。造りは、備中杜氏による備中流伝統の3段仕込みで仕込まれる。岡山県杜氏清酒自醸造品評会で、40年連続優等賞受賞の功績が認められ、同蔵は岡山県初の鳳凰賞を受賞した。酒造期間は、通常10月～4月間だが、今年度は11月～4月の予定である。

2015年度の生産量は、約300石である。販売先は県内が9割で県外は少ない。県外よりも国外への輸出に力を入れており、海外のバイヤーさんにビデオを見せようなど、現在はシンガポールと交渉中である。販売方法として、対面販売、配達、インターネット販売は少ない。特別な活動として、牧場に製造を委託をした酒アイスクリームを販売している。

#### 4) 赤磐酒造株式会社

赤磐酒造株式会社は、大正12(1923)年に創業した(写真11～14)。「雄物」の主産地に位置し、恵まれた自然環境の中で育まれた大粒で軟質な米の特徴を生かし、ソフトで香り豊かな芳醇な酒を作っている。経営者自らも酒造りに加わり、蔵人全員が一期一会の酒造りを目指している。主銘柄「桃の里」の名は1956年、昭和天皇が当地へご巡幸の際、当主生本三五氏をご先導の栄を賜ったのを記念して奉醸したことに由来する。主銘柄である「大吟醸桃の里」は、酒米に山田錦を使用している。40%精白して造った酒であり、香りの良い上品な酒となっている。

同社の原料は、「雄町」、「朝日」、「山田錦」などを、県内の契約農家から購入し、「雄町」の割合は2割程度である。酒造りの原点は米を蒸す工程であり、蒸米の良し悪しが麴の出来栄えをはじめ酒造り全体を左右する。同社

では蒸し工程に伝統的な和釜を用い、独自の技術で外硬内軟なふっくらとした蒸米を作る。

同社の生産量は、年間約500石である。販売において同社は、直売が主であり、県内シェアが9割と多くを占める。地域密着型で、お客様の顔の見える商売を大切にしている。同社は社員のみで酒造りを行っており、人数は4名程度である。以前は杜氏が来ていたが、1995年でやめ、現在は3代目の生本滋春氏が杜氏を勤めている。

同社は、四国などからのバスツアー客、台湾や香港からの外国人客が多いため(写真15)、直売店舗を重視している。直売店舗内に試飲スペースを設けており、土日の週末や7、8月には観光客が多く訪れる。また、同社では10月と3月の最終日曜日に蔵開きイベントを行っている。そこでは、新酒の試飲、蔵開き記念酒の販売、地元の特産品(麦のひげ石焼き窯パン、酒粕ようかんなど)の販売、酒蔵コンサートの尺八演奏、ギターの弾き語り、くじ引きなどが行われる。

同社では、清酒以外にリキュールの生産も行っている。日本酒をベースに、ゆずと梅を使用したさわやかな味と香りが特徴の「ゆずっこ梅っこ」、日本酒をベースに赤しそ、梅等を使用し、ルビー色をした飲み口さわやかな「しそ便り」を作っている。また季節限定の、「ゆずしぼり」、「ぷるーんのお酒」、「もものお酒」、「いちごのお酒」などもある。

#### 5) 室町酒造株式会社

室町酒造株式会社は元禄元(1688)年に創業した(写真15～18)。岡山県産の「雄町」を用いた酒造りが信条であり、モンドセレクションを始めとする国際酒類コンテストに積極的に応募し、入賞歴も数多い。

主銘柄の「櫻室町」と社名「室町酒造」の由来は、日本橋三越である。戦前、日本橋三越百貨店の手印商品として「室町」を製造し



ていた。しかし、戦時中に商標権が切れ、その情報が他社に流れ、戦後の混乱期に商標を再出願したとき既に登録されており、「室町」の商標権を失ったため、現在の「櫻室町」の商標を登録して使用している。1951年に会社組織に移行する際、花房本家酒造から室町酒造に改名した。失った「室町」の商標権は、取得蔵元の廃業に伴い、2004年に再び戻ってきた。

同社の原料には、「雄町」が使用される。同社は、JA 東岡山瀬戸支部が中心となって生産者が組織している「瀬戸雄町部会」に参画し、岡山市瀬戸町(旧赤磐郡瀬戸町)での雄町の契約栽培農家を増やそうとしている。仕込水は日本の名水百選「雄町の冷泉」を用い、酒質は「雄町」の特徴である旨味のある辛口の酒で、まるみのある秋上がりする特徴がある。

同社の生産量は、年間800~900石であり、直売は4~5割である。2006年からは、本格的に海外へ輸出を開始し、輸出先国はアメリカ、フランス、香港、インドネシア、イスラエル、ベトナム(現在は取引を行っていない)など、12,13カ国である。同社は、社員で酒造りを行っており、人数は随時4人程度である。但馬杜氏が2014年まで蔵へ来ていたが、彼に技術を習った茨城県出身の社内杜氏が現在酒を作っている。

同社では、清酒以外に、焼酎として米焼酎、ハト麦焼酎、リキュールでは、「こだわりだけを詰め込んだリキュール」9種を生産している。リキュールは、地元岡山を中心とした梅や清水白桃、ピオーネを始めとして、日本全国から厳選した素材を惜しみなく使用している。それぞれの素材に合わせ、独自の製法で全てが手作りされており、香料、着色料、エキス、フレーバーは未使用である。リキュール造りは同社が岡山県で初めてであり、使用されている三角ガラス瓶を全国で初めて使用した。このように、こだわって作られた

リキュールのうち、「甘熟とろける清水白桃酒」は、イギリス、フランス、香港、中国、「ピリッと唐辛子梅酒」は、アメリカ、インドネシアで人気がある。

#### 6) まとめ

以上、5つの清酒製造業者は、主たる原料米に「雄町」を使用しており、岡山県ならではの強みを活かした酒造りを行っている。現在の酒造担当者は、出稼ぎ杜氏ではなく、経営者自らが仕込むなど、社内杜氏である。また、経営、販売方針では、海外指向型と地域密着型に二分され、前者には宮下酒造、板野酒造本店、室町酒造、後者には板野酒造場、赤磐酒造が該当する。前者では、アメリカ、ヨーロッパ、アジアなど、海外への輸出を積極的に行い、自社製品を世界に広めようとしている。一方、後者では、来場者などへの直売を重視するため、蔵開きなどのイベントの開催に力を入れている。

このように、清酒需要が減退するなか、両者とも、従来からの卸売業者への販売のみではなく、外国人顧客の獲得など、積極的なマーケティングを行なっている。

## 4 岡山県の清酒振興のための

### 取り組み

#### 1) 岡山県観光連盟の取り組み

岡山県観光連盟は、2016年4月1日から6月30日の期間、「晴れの国おかやまデスティネーションキャンペーン」の中で、「岡山の地酒三酒呑み比べセット」事業が行われた。同事業では、岡山県酒を知ってもらうことを目的として、三酒呑み比べセットを備前、備中、美作の有名宿泊施設30施設に設置し、実際に酒蔵に足を運んでもらうための宣伝を行った。同セットの「三酒」として県内酒

蔵のどの酒を使うかは、各宿泊施設で決めることができ、提供する料理に合った酒が選定される。また、同キャンペーンの一環として、旅行会社向けの酒蔵見学データ集の作成、三酒呑み比べセットを購入した方へ地酒紹介カードを渡す、三酒呑み比べセットの購入者へのアンケート調査も行われた。

アンケート調査の回答結果としては「想像以上に美味しい日本酒がある。宣伝不足。もっとPRを。」、「料理との相性が良かった。食後にも楽しめたら良い。」、「酒蔵(地酒)と、その付近の観光地がわかるパンフレットが欲しい、酒蔵を訪ねてみたい。」などの意見があった。これらの意見を参考にして、今年9月には、同キャンペーンのアフターキャンペーンとして「はれいろキャンペーン(仮)」という名称で、再び「岡山の地酒三酒呑み比べセット」などの清酒振興に関する事業を行うことが予定されている。

岡山県観光連盟としては、もっと手軽に岡山県酒に触れてもらいたいとの考えがあり、現在は観光連盟が中心となっているが、今後は宿泊施設に同事業のような独自活動をしてもらう方針である。また、岡山県全体として優れた観光資源があるのにPR力に欠けているとの認識をもち、観光振興施策を試行錯誤している最中とされる。

## 2) 岡山県酒造組合の取り組み

岡山県酒造組合が主に関わっているイベントは2つある。第1は、「おかやま雄町と地酒の祭典」であり、約19蔵が参加する今年度で3年目のイベントである。以前は春に行われていたが、秋に秋上がり商品が完成するので、商品が出来た後に開催し、顧客がその場で商品を購入することが出来るようになった。前夜祭として、岡山清酒品評会表彰式が行われる。

もう一つは「岡山地酒Bar」である。2016年には岡山県内の6つの蔵元が参加し、東京

都の鳥取県・岡山県共同アンテナショップにて開催した。他のイベントとしては、酒蔵めぐり、酒祭り、各蔵のまつりなどがある。しかし、これらは岡山県備中県民局をはじめとする県の提案で行われているものが多く、組合はあまり関わっていない。

## 3) 岡山県備中県民局の取り組み

備中杜氏の伝統がある備中エリアには酒蔵が集中しており、現在県内48蔵のうち、28蔵が備中エリアにある。備中エリアを管轄する備中県民局は、独自で勉強会や酒蔵ツーリズムの提唱などを行っており、備中エリアは、県内で最も清酒振興のための取り組みが盛んである。備中県民局は、2014年度に、酒蔵関係者や観光関係者の参画を得て、「備中杜氏の郷ツーリズム勉強会」を立ち上げ、酒蔵見学データ集や酒めぐりリーフレットの作成などの酒蔵へ誘客を図る取り組み、「飲み比べセット」の提供など、地元宿泊施設などと連携した地酒PRなど、酒蔵ツーリズムへの機運を醸成している。特に、注目される活動としては、地元宿泊施設とのコラボレーション企画「備中杜氏の郷飲み比べセット」の提供、「備中杜氏の郷・地酒バー」の開催、「備中杜氏の郷のパンフレット」の作成、酒蔵と宿泊施設の交流会、宿泊施設を対象とした日本酒講座の開催がある。

## 5 備前エリアにおける

### 清酒振興の提案

上記のように、備中エリアでは清酒振興のための名称な取り組みがなされているが、他の備前や美作エリアではあまり清酒振興の取り組みが行われていない(第2図)。岡山県観光連盟による「岡山の地酒三酒呑み比べセット」でも、備中エリアで16ヶ所の宿泊

施設が参加しているのに対し、備前エリアでは5ヶ所、美作エリアでは9ヶ所の宿泊施設が参加しているのみである。特に、岡山県の中心である岡山市などの備前エリアにおいて、清酒振興のための取り組みが少ないのが現状である。以下では、岡山駅下車の観光客と備前エリアに住む地域住民をターゲットとし、対象地を備前エリアとする酒蔵ツーリズム振興案を提唱したい。

①「備前エリア酒造見学データ集」および「備前エリア酒造見学データマップ」、「備前エリア酒造イベントカレンダー」、パンフレットの作成・配布：旅行会社に各酒蔵の特徴・見学受け入れ条件などを理解してもらう。さらに、旅行会社と共同して酒蔵巡りツアーを実現させ、備前エリアをアピールする。また、各酒蔵の概要や特徴、各酒蔵間の距離などをデータマップにし、観光客にどの時期にどのようなイベントがあるかをイベントカレンダーにすることによって、個人旅行でも酒蔵巡りをし易い環境を整えるとともに、興味あるイベントを発見してもらった上で、当該時期にあるツアー企画への参加、個人旅行によるイベントへの参加を促す。これらの事業を知ってもらうための総合パンフレットを作成し、観光案内所、宿泊施設、各種イベント、旅行会社などにコーナーを設置し、配布する。

②清酒関連地域を巡る旅行プランの策定：備前エリアを中心としたツアーを行うことによって、観光客に対して、岡山県に興味を持ってもらい、気軽に参加できるプランを計画し、実施する。

③地元宿泊施設との連携：備中杜氏の郷ツーリズムを参考に、備前地域の宿泊施設に備前エリアの酒蔵ツーリズムについて知ってもらうため、酒蔵と宿泊施設との交流会を開催する。また、宿泊施設を対象とした清酒講座も開催し、清酒を取り扱う上での基礎知識と備前の地酒の特徴を学ぶ機会を作る。また、

岡山の地酒三酒呑み比べセットを参考に、上記交流会に参加した宿泊施設において、備前エリアの酒蔵の地酒を3種類設定してもらい、利用客に地酒や酒蔵に関する資料を提供する。

④消費者の清酒新製品企画への参加：同取り組み内で実施した企画に参加した観光客や備前エリアに住む地域住民が清酒に関する新製品をともに開発する企画である。企画へ参加した地域住民へアンケート調査を行い、酒蔵と消費者の関わりも作る。地酒・酒粕を使用したつまみ、スイーツの開発や販売、宣伝なども行う。

⑤酒の呑み方講座の企画と開催：参加者が酒に関する一般的な知識から専門的な知識まで学び、実際に作っている蔵人から、おすすめの酒の呑み方を伝授してもらう企画である。参加する蔵人自身が自分の酒蔵をPRする能力が必要とされ、酒蔵のPR力向上にも繋がる。

⑥「週中 岡山地酒を楽しもう」プロジェクトの企画と実施：毎週、週の中日である水曜日に仕事帰りなどに地酒を呑んでもらう企画である。参加協力の得られる店舗ではこのプロジェクトの際に割引やクーポン利用が可能などの特典を付ける。また、電車内にこのプロジェクトの広告を貼る、プロモーションビデオを作り映像を流すなどの宣伝も行う。

⑦「週末 定時で帰ろう」プロジェクトの企画と実施：毎週金曜日には仕事がある方は定時で仕事をやめ、家や店舗などで地酒を呑んでゆっくりする時間をとる企画である。定時にあがって地酒を呑むことで日付を超える前までには帰宅し、かつ地酒に触れる機会を増やす。また、疲れを翌日まで長引かせず、翌日の土曜日には、家族がいる家庭は家族で出かける機会を増やし、単身の場合はひとりでゆったりと過ごす時間がとれると考える。

⑧「夜の後楽園 酒散歩」プロジェクトの

企画と実施：後楽園内に地酒を呑めるブースを作り、散歩者が夜の後楽園を楽しみながら地酒に触れることのできる企画である。観光客でも気軽に参加できるようにし、観光スポットと地酒とを結びつける。昼間に行くよりも夜の方が地域住民にも参加しやすく、地域住民にも地酒を知ってもらう機会になる。

⑨「ワインの日@サッポロビール岡山ワイナリー」プロジェクトの企画と実施：毎月20日がワインの日であることにちなんで、毎月20日に岡山ワイナリーにて、ワインの試飲会やワインに合うおつまみやスイーツの料理講座などを行う。

以上の取り組みをすることによって、備前エリアに実際に来てもらい、備前の酒蔵を知ってもらい、備前の地酒の魅力に気付いてもらうことができる。また、地域住民も参加するプロジェクトを行うことによって、地域住民に岡山の地酒を知ってもらい、呑んでもらう機会を増加させる。これらの取り組みを行う中で、備前エリアの酒蔵と宿泊施設の連携がとれ、酒蔵と宿泊施設間の情報交換がなされ、岡山県の観光宣伝力も向上するのではないだろうか。また上記⑥や⑦のような地域住民の意識改革にも繋がる取り込みによって、地域住民が地酒に触れる機会が増え、地域住民目線によるより新しい酒振興取り組み提案がなされる可能性もある。

## 6 おわりに

本報告では、岡山県における清酒製造業に着目し、各酒造会社の清酒生産・販売の概要を述べ、備前酒蔵ツーリズムなどについて述べてきた。調査によって明らかになった諸点は以下のとおりである。

まず、岡山県の課税移出数量の推移をみると、1965年にピークに達し、1970年以降は減少傾向にある。清酒業者数は1956年をピ

ークに減少傾向で、現在は44社までに減った。宮下酒造は、清酒以外の地ビール生産にも力を入れ、海外への輸出の拡大を目指している。板野酒造場は、消費者に対して利き酒や酒蔵コンサート、おかやま秋祭りなどのイベントの積極的に参加している。板野酒造本店は、主に県内に販売し県外よりも、国外への輸出に力を入れている。赤磐酒造は、直売を主に地域密着型のための取り組みを大切にしている。室町酒造は、昔ながらの製法を受け継ぎこだわりの清酒や地元原料のリキュールを製造し、輸出にも力を入れている。

岡山県の清酒振興のための取り組みとして、岡山県観光連盟は、岡山の酒を知ってもらうことを目的とし実際に酒蔵に足を運んでもらうための宣伝活動を実施している。岡山県酒造組合は、「雄町と地酒の祭典」と「岡山地酒BAR」などのイベントを通して、顧客がその場で商品を購入することができるようにしている。岡山県備中県民局は、独自の勉強会や酒蔵ツーリズムの提唱など、清酒振興のための多くの取り組みを実施している。

今後の課題として、まずは県内での宣伝活動によって、岡山県内で飲まれる県産酒割合の低さを克服する必要があるだろう。2013年の地元県産飲酒比率は岡山県19.5%に対し、広島県61.2%、山口県21.6%、島根県40.1%、鳥取県21.1%である(岡山県酒造組合内部資料)。さらに、旅行プランの計画、地元宿泊施設との連携を積極的に行い、岡山のお酒を知ってもらうことが重要であろう。そのためには、対象地を備前エリアとした酒蔵ツーリズムを提唱し、岡山県のお酒の良さを伝え、実際に足を運んでもらえる多彩な対策を実施する必要があるだろう。

謝辞

本報告を作成するにあたり、岡山県酒造組合の佐々木崇光氏、宮下酒造株式会社の岡崎達郎氏、

有限会社板野酒造場の板野雄一郎氏，株式会社板野酒造本店の板野文伸氏，赤磐酒造株式会社の生本滋春氏，室町酒造株式会社の花房満，花房利宇氏にご協力いただきました。厚く感謝申し上げます。

**参考文献等**

赤磐酒造ホームページ：

<http://momonosato.info/article/173190142.html>

(最終閲覧日：2016/12/17)

岡山県酒造組合ホームページ：

<http://www.okasake.com/>

(最終閲覧日：2016/9/27)

岡山県ホームページ：

<http://www.pref.okayama.jp/>

(最終閲覧日：2016/9/27)

宗政隆志(1997)：『岡山の酒』，山陽新聞社

両備バス・フレンズパックホームページ：

[http://www.ryobi-bus.jp/tour/2013.sakagura](http://www.ryobi-bus.jp/tour/2013.sakagura.jsp)

.jsp (最終閲覧日：2016/10/5)



写真1 宮下酒造の正門  
(2016.9.16. 寺岡撮影)



写真2 宮下酒造のポットスティル  
(ジンを蒸留) (2016.9.16. 寺岡撮影)

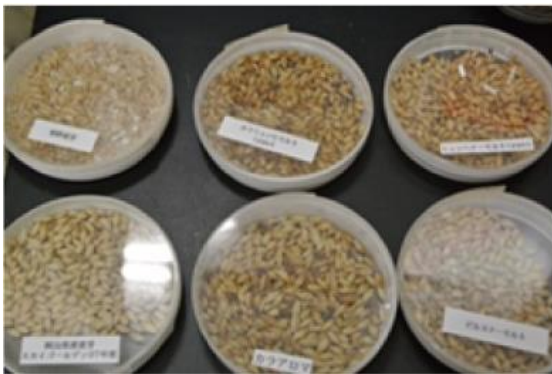


写真3 宮下酒造のビール原料のモルト  
(2016.9.16. 寺岡撮影)



写真4 宮下酒造の清酒仕込みタンク  
(2016.9.16. 寺岡撮影)



写真5 板野酒造場の外観  
(2016. 9. 14. 寺岡撮影)



写真6 板野酒造場の店内の様子  
(2016. 9. 14. 寺岡撮影)



写真7 板野酒造場の仕込みタンク  
(2016. 9. 14. 寺岡撮影)



写真8 板野酒造場の压榨機  
(2016. 9. 14. 寺岡撮影)



写真9 板野酒造本店の压榨機  
(2016. 9. 14. 寺岡撮影)



写真10 板野酒造本店の仕込みタンク  
(2016. 9. 14. 寺岡撮影)



写真 11 赤磐酒造の建物  
(2016. 9. 15. 寺岡撮影)



写真 12 赤磐酒造の直売店舗内の看板  
(2016. 9. 15. 寺岡撮影)



写真 13 赤磐酒造の直売店舗  
(出典：赤磐酒造ホームページ)



写真 14 赤磐酒造の酒蔵入口  
(2016. 9. 15. 寺岡撮影)



写真 15 室町酒造の外観  
(2016. 9. 15. 寺岡撮影)



写真 16 室町酒造の精米機  
(2016. 9. 15. 寺岡撮影)



写真 17 室町酒造のこしき(蒸す機械)  
(2016. 9. 15. 寺岡撮影)



写真 18 室町酒造の仕込みタンク  
(2016. 9. 15. 寺岡撮影)