

論文

伊賀地方の酒造りの特徴と酒蔵のイノベーション

ー森喜酒造場と大田酒造の事例ー

山田敏之
野嶋 剛
塚本正文
中村年春
植野一芳

本稿では、三重県伊賀地方の2つの酒蔵(森喜酒造場、大田酒造)への聴取調査により、伊賀地方の酒造りと酒蔵の特徴をイノベーション創造の視点から考察した。聴取調査の結果から、以下の発見事項が抽出された。(1)伊賀地方の土壌は酒造好適米の栽培に適し、酒造りがしやすい環境にある。(2)伊賀の酒蔵は、大手酒造メーカーへの桶売りという従来型ビジネスモデルを脱却し、高品質な純米酒主体の酒造りに転換してきた。(3)伊賀の酒蔵は、既存の酒造りの強みを深化させると共に、新ブランド開発や女性向け新市場開拓という探索を並行して進める両利きの経営を実現してきた。(4)「蔵女性サミット」や「伊賀酒 DE 女子会」、「三清会」等の酒蔵を超えた外部との連携やコラボレーションを通じてイノベーション創造を図っている。(5)若手や女性の蔵元・杜氏がイノベーション創造を主導し、酒造りに関する多様性が重要であることが示されている。

キーワード：伊賀地方、酒造り、イノベーション、コラボレーション、多様性

1. はじめに

2024年12月4日、ユネスコ無形文化遺産保護条約第19回政府委員会において、我が国が提案した「伝統的酒造り」が無形文化遺産に登録されることが決まった(代表一覧表記載)。日本酒に代表される伝統的酒造りは、杜氏や蔵人ら酒蔵の職人が麹菌等を使い、我が国の気候風土に合わせ、長年の経験を踏まえて構築してきたものであり、世界に誇れる酒造りの技術である。最近の国内での日本酒需要は落ち込みが目立っているものの、輸出は伸び、海外での需要は高まりを見せつつある。

国内の酒蔵は、厳しい経営環境の中で、品質の一層の向上や新ブランド展開等の工夫により、苦境を逆転させるべく日夜努力を続けている。大東文化大学社会学研究所研究プロジェクト「醸造文化と地域振興に関する研究会」(以下、「醸造文化研究会」)では、そのような地方の酒蔵の構造転換への取り組みや地域活性化への貢献についての現状と課題を把握するために、昨年は、青森県内の4つの酒

蔵のコラボレーションを中心に、現地での聴取調査を実施した¹⁾。今年度は、第2弾として、三重県伊賀地方の2つの酒蔵での取り組みに焦点を当て、聴取調査を行った²⁾。本稿は、聴取調査の結果を踏まえ、伊賀地方の2つの酒蔵の取り組みを中心に、伊賀地方の酒造りと酒蔵の特徴をイノベーション創造の視点から考察するものである。

2. 三重県の気候風土と酒造り

2-1 三重県の気候風土

三重県は、日本列島のほぼ中央の太平洋側に位置し、東西約10kmから80km、南北約170kmと南北に細長い県土を持ち、紀伊半島の東側に位置し、東に志摩半島、西に伊賀盆地が突き出た十字型の地形となっている(図1)³⁾。

図1 三重県行政地図



出典：三重県（2024：8）を参考に作成。

内帯地域の東側で海岸地域に位置する津市の気候は、気温17.4℃、年間降水量1,346.0mmと比較的温暖で過ごしやすいものとなっている。一方、伊勢平野の東側は、伊勢湾と熊野灘に面し、北部から西部にかけて紀伊山地、鈴鹿山脈、布引山脈が連なり、冬季にはこれら山地・山脈を超えて「鈴鹿おろし」や「布引おろし」という乾いた寒冷の風が吹き冷涼な気候となる。特に、内帯地域の西側で、布引山等に囲まれた伊賀盆地にある伊賀市の気温は15.7℃、年間降水量1,250.5mmと夏冬や朝夕の温度較差が大きい内陸型の気候の特徴を示している。外帯地域東側の海岸地帯は、黒潮の影響で温暖な地域が広がり、その南側に位置する尾鷲市は気温17.6℃、年間降水量3,637.5mmと全国有数の多雨地域となっている。

また、冬季に降り積もった鈴鹿山脈の雪や日本で1、2位の多雨地帯にある紀伊山地からの雨水が流れ下る宮川、櫛田川、雲出川、名張川、鈴鹿川、三滝川等の豊富な伏流水は清冽な軟水である。各山系の山麓にも清冽な伏流水(水質は軟水が多い)が湧き出ており、これが醸造に適した良好な水となって三重県全体に提供されている。このような気候風土や水資源が三重県の酒質の源泉となっているのである。

2-2 三重県の米の特徴

三重県は、比較的温暖であることから、稲作は全域において盛んである⁴⁾。特に、かつて琵琶湖があったとされる伊賀地方は、琵琶湖時代の粘土質土壌で保水力が高く、昼夜の寒暖差の大きな内陸性気候もあって、伊賀盆地は米の生育に優れており、「山田錦」をはじめ三重県独自の品種である「神の穂」等の品種が多く栽培される。

三重県は、古来より温暖な土地柄であり、大和朝廷とも距離が近く、米作りは早くから行われてき

た。伊勢神宮では稲作等、自然の恵みに祈りを捧げることで人々の安寧を願う祭祀が年間 1,500 回開催されている。祭祀に使われる米等の作物は、神宮所管の神領地で育てられ、中でも特に新米は新嘗祭に奉納される。

そして、幕末から明治にかけて「伊勢の三穂」と言われる 3 新種（「伊勢錦」「関取」「竹成」）が発見された。特に「伊勢錦」は、東海地方における中生穂、長穂少蘖の重穂型で、玄米は中粒で心白が多く、酒造好適米として用いられた。また、「お伊勢参り」の特産品の藁草履の材料としても使われた。しかし、「伊勢錦」は、他の品種に比べ背丈が 30 センチほど高く、倒伏しやすい上に、収穫量も少ないため、1950 年に三重県から消滅した品種であった。これを真の地酒造りにこだわる三重県内の「元坂酒造」6 代目の元坂 新氏が、地元産酒米の復活をかけるため、「伊勢錦」の種が三重県農業技術センターに保管されていることを知り、種粃を譲り受け 40 年ぶりの復活栽培に踏み切ったのである。復活した「伊勢錦」は現在、酒造好適米として良質な品質となっている。また、2008 年に越南 165 号と夢山水から育成された「神の穂」は、三重県の酒米奨励品種として、県下全域で作付けされており、多収である上に、酒造好適米として良質な品質である。

2-3 三重県の酒の特徴

三重県と日本酒の繋がりには長い歴史がある⁵⁾。県内の酒造の歴史は、奈良、平安まで遡るとされるが、県内の酒造業者の創業年代は江戸時代末期から明治時代にかけてというケースが多い。三重の酒は、神に捧げる御供物の中に見られる。伊勢神宮で約 1,500 年間続く「日別朝夕大御饗祭」の神饌には、白酒、黒酒、醴酒、清酒の 4 種類が御神酒として供され、これらは年 3 回、神宮の敷地で神職により醸されている。伊勢神宮を有する三重県は、江戸時代から「お伊勢参り」により多くの参拝客が訪れていた。参拝者へのおもてなしとして、酒造りが盛んに行われていたのである。

県内の酒造業者の多くは、京、大阪、江戸への街道沿い、特に参宮街道沿いに存在する。第二次大戦で酒造業者の数は減少したが、戦後の 1947 年から 1948 年になると原料米も配給されるようになり、酒造業者の復活、統合、廃業を経て、1978 年には 82 業者で年間 2 万 3 千 kL あまりを生産するまでに復活を遂げた。

三重県では 1964 年頃から未納出荷と言われる桶売りが増加した。いわゆる灘や伏見の大手酒造メーカーに製造した日本酒を売る下請けであり、三重で製造した酒であっても灘や伏見の酒として販売することになる。高度成長期にはこのような形で大手酒造メーカーの販売量は増加したものの、1975 年をピークに日本酒の販売量は減少傾向となり、大手酒造メーカーの販売量も減ってきたのである。このような環境変化に対し、三重県の酒造業者も、1975 年度から大手企業との契約生産に入り、大手企業の下に地方の酒造業者が組織されていく動きが見られた。

一方で、生き残りをかけて日本酒の品質にこだわり、地道な努力を続ける地方の酒造業者も出現した。2020 年 6 月には、国税庁より「GI 三重」の指定を受け、三重県産の日本酒を呼称する定義が設けられた。2021 年現在、酒蔵の数は北総(桑名市、四日市市、鈴鹿市及びその周辺)に 13 蔵、中南勢(津市、松阪市、伊勢市及びその周辺)に 11 蔵、伊賀(伊賀市、名張市)に 9 蔵の計 33 蔵となっている。

三重県の酒質は、暖かみがあり芳醇なものと特徴づけられる。旨味を感じさせる滑らかな舌触りにより芳醇さを感じさせる反面、甘みや辛みは穏やかで爽やかな酸味が鼻に抜けていく。脂分の少ない淡泊な食材との相性が良く、特に貝類や甲殻類等と共に食中酒として味わうことができる、といった

特徴を持っている。

3. 伊賀地方の酒蔵の事例

3-1 合名会社森喜酒造場

(1) 伊賀地方の酒蔵の盛衰

森喜酒造場は、1895年に創業され、生産量は300石と少ないものの、手作りで本物の日本酒を醸造している。森喜のみ子専務(以下、「森喜専務」)が酒蔵を継いだ30年ほど前(1989年)の時点で、人口18万人の伊賀地方には18軒の酒蔵が存在していた⁶⁾。生産量では、「黒松翁」「若戎」「旭金時」の3蔵が2,000石から3,000石クラスで飛び抜けていて、95%を「白鶴」に桶売りしていた醸造量5,000石ほどの酒蔵もあった。また、「清洲城」への桶売りが数千石ある酒蔵も名張にはあった。その辺りが2,000石以上の酒蔵で、残りは大体200石から300石クラスだった。

森喜専務が小学5年生ぐらいの頃、伊賀地方の醸造量が200石から300石ぐらいの仲間の5蔵で原酒を持ち寄ってブレンドし、「水月」という銘柄の日本酒を共同で造り、森喜専務も子どもながらに広報活動を手伝ったと言う。しかし、次第に酒造りを継ぐ世代がいけない等の理由で辞めていく酒蔵が出始め、廃蔵が現れるようになった。現在、伊賀地方の酒蔵は、森喜専務が蔵を継いだ頃からは半分ぐらいになり、9蔵(伊賀市に5蔵、名張市に4蔵)が残るだけとなった。酒蔵として残っている数は少ないが、それでも他の地域よりは淘汰のスピードが緩かった。

伊賀地方では、大手の酒造メーカー向けの桶売りを行う酒蔵が多かった。しかし、ある時期から大手酒造メーカーの酒も売れなくなり、平成に入ると大手の下請けを大手が賄うという構図になってきた。その頃、酒粕を出さない方法として米糠の糖化装置が登場し、「白鶴」や「月桂冠」等からの指導もあって設備を造ったにも拘わらず、桶売りが減ってギリ貧になるという話をよく聞いたと言う。大手から桶買いを止められて廃業した酒蔵は多い。鈴鹿市の「清水清三郎商店」も98%を「白鶴」に出荷していたが、十数年前に元の銘柄である「喜代娘」を止めて、「作」という銘柄を立ち上げて再生を図った。奈良近傍は桶売りの廃止に伴って廃業した酒蔵が多い。奈良、三重、和歌山の酒蔵は、そういう憂き目に遭っている感があるが、反面「清水清三郎商店」の「作」のように、桶売りがなくなったのを機にリ・スタートして成功している酒蔵もある。

(2) 酒造りの特徴

森喜酒造場では、1998年から醸造アルコールを一切添加しない、米、麴、水だけで醸す純米酒のみを製造している。酒造りにおいて、麴の品質は、酒母の育成、醪の管理、最終的な日本酒の品質自体に大きく影響する。品質の高い良い酒造りには、高品質の麴を造る必要がある。そこで、同社では酒造りにおいて伝統的な「蓋麴法」を採用している⁷⁾。麴は、麴室という30～32℃の高温多湿な部屋の中で、約46～56時間かけて造る。「蓋麴法」は、麴蓋と呼ばれる専用の小箱に米を小分けにして盛り、約4時間ごとに麴蓋の場所を移動させるものである。麴室の中では、麴蓋の場所により温度や湿度が異なるため、品温の低い麴蓋を中央に、上段の麴蓋を下段に、下段の麴蓋を上段に入れ替え、これを繰り返すことで、全体の均一化を図るのである。「蓋麴法」は蓋の容量が小さいため、盛や仲仕事、仕舞仕事に多くの労力が必要であり、かつ積み替え操作等、他の製法に比べ手間がかかる。しかし、ム

ラが少なく、全ての原料米に均一に麹菌を繁殖させることができるため、高品質の麴を造るには最適な方法である。

同社では、「英」等の銘柄は原料米から無農薬で、肥料には酒粕のみを活用し手作りしている。除草剤や殺虫剤を使わないことで、山田錦自身が雑草や虫から本能的に身を守ろうとして生命力の強い実を作ることに繋がる。肥料を酒粕のみにすることによって、必要以上に肥料や水を与えないことで、しっかり根の張った稲を育てることができる。これら原料米を同社では、古典的な釜とバーナーを用いて蒸し上げている。乾燥した蒸気で蒸すことで、米の表面が乾燥し、さばけの良い外硬内軟な蒸米ができ上がる。さらに、米の張り方では、甑に蒸気が上がってきたら米を薄く均一にまき、蒸気が米の層を抜けたら次の米をまくという作業を繰り返す「抜掛け法」を採用している。この方法で、生蒸しやムラ蒸しを回避し、均等に蒸し上げることができ、より良い蒸米ができ上がるのである。

さらに、同社では、2016年より生酏や山麴の日本酒は酵母を添加せず、天然の乳酸菌と蔵付の酵母を取り込み、酒母を育成している(生酏系酒母)。生酏系酒母は、自然の微生物を上手くコントロールして育成するものである。この方法は、酒母の完成までに約40日、さらに1か月の酏日数と、大きな労力を要するが、他と異なる蔵独自の味、自然発酵ならではの複雑さ、力強く奥行きのある味わいを出すことができるのである。

(3) 「るみ子の酒」の誕生

森喜酒造場では、1990年に桶売りがなくなり、杜氏の確保も困難になっていたことから、1991年の酒造りの前には廃業か、どこか他の蔵に買ってもらい銘柄を残すかの二択を森喜専務の父と夫は考えている状況だった(廃業の危機)。当時、森喜専務は現場に入って2年目ぐらいだったので、酒造りの興味が増してきて、できることも増え、貴重な酒造りを辞めたくないという気持ちが勝っており、悶々としていた。このような時に、兄の他界により酒蔵を継いだ女性の酒造りでの奮闘を描いた『夏子の酒』(尾瀬あきら 1988)に出会った。偶然にも父の他界によって森喜専務も同じ境遇となったこともあり、背中を押され、原作者の尾瀬氏に手紙を出したのをきっかけに氏との交流が始まった。

その後、尾瀬氏の紹介で埼玉県蓮田市の「神亀酒造」の小川原良征専務(当時)に出会うことになった。当時は清酒が級別で売られていた時代で、まだ市民権がない純米酒だったが、「神亀酒造」はその頃既に全量純米酒の酒蔵だった。尾瀬氏と知り合ってから、方々から純米酒が届けられるようになり、森喜夫婦は日々純米酒を飲み勉強するようになってから、純米酒しか飲めなくなったと言う。そのため酒蔵を再興するのであれば純米酒しか道はないと考え、「神亀酒造」の小川原専務らのアドバイスを受けながら、1992年から純米酒を造り始めて、その第1号に「るみ子の酒」の名前とラベルを尾瀬氏から授けられたのである。

(4) 「蔵女性サミット」及び「伊賀酒DE女子会」

日本酒の醸造に従事する女性たちの「悩みを分かち合う場を作ろう」との思いから、森喜専務が発起人となり、1999年に「蔵女性サミット」が発足した。最初は内々の勉強会や情報交換会を一泊二日で行っていた。しかし、話題はいつも日本酒の消費量の減少を食い止められるのか、どうやって蔵が生き残るのか、に終始するようになってしまい、次第に閉塞的になってきた。それでは発展性がないため、「蔵女性サミット」主催のお酒の会を5回ぐらい開催することにした。

森喜酒造場は、元々地元の市場が乏しかったが、伊賀の商工会議所から「地元でそういうお酒の会をやったら」と言われたことがきっかけとなり、伊賀市の3つの酒蔵(森喜酒造場、大田酒造、若戎酒造)の女将による「伊賀酒 DE 女子会」という活動ユニットが結成され、2011年から「日本酒女子が考える酒好き女子のための日本酒女子会」をコンセプトに酒蔵巡り女子会ツアーがスタートした。

第1回はヒルホテルサンピアで開催し、150人から200人ぐらいが収容人数のリミットだったが、1週間前に全席が埋まり、断らないといけない事態となった。さらに、2年目からは1回目の顧客が自分の友達を連れて来てくれたため、1テーブルはその人たちで埋め尽くされるぐらいになった。ただ、顧客層や年代層も変えたいので違うホテルで開催したり、カジュアルなカフェで開催したり、飲み歩き等のイベントをここ10数年行ってきた。今回は隣の甲賀の酒造組合が草津線の貴生川駅からのバスツアーを行っているのを参考に、「伊賀酒 DE 女子会」によるバスツアーを開催し、好評を得た。

商工会議所の商業部会で最近懇親会があったが、森喜専務以外の参加者は全て男性で、伊賀酒を伊賀焼で乾杯しようという条例があるのに、それを認識している人がほとんどいない、という話をさせてもらった。その時、経営者の立場で参加していた男性たちは口々に「日本酒飲むことないなあ」と言うので、(日本酒好きの)「女子会はすごいなあ」と思ったと言う。日本酒について、引きがらに見ている経営者の男性が飲まないなら、女子が牽引するのは大きい。女性は、低アルコールを選んで飲むかということそうでもなく、結構ディープな酒が好きで、一人で飲みに来る人も多い。「伊賀酒 DE 女子会」のブレーンの女性は、広島大学出身で、東京でライターをしていた後に伊賀に嫁いで来て、最初は大田酒造のサポートをしていて、今では「伊賀酒 DE 女子会」の事務局を請け負っている。

(5) 将来の成長に向けた取り組み

酒造りは重労働で体力を使う仕事であるため、森喜専務は2016年の仕込みから、20年近く蔵人としての経験を有する豊本理恵氏に杜氏職をバトンタッチした。新たに二代目の女性杜氏となった豊本氏は、「酒造りは重労働ですが、お客様から頂くお褒めの言葉が何よりの励み。同じ材料で、同じ工程で造っても同じものが出来ないのが、酒造りの面白さでもあります。ご夫妻のもとで、信頼のおける蔵人と楽しい酒造りを行っていききたい」⁸⁾と語っている。豊本氏のもとで、新商品の開発も積極的に行われており、新杜氏就任記念として「Rie Style」が造られた。「Rie Style」は「伊勢錦」を山廃仕込みで仕上げたもので、市場での評判も上々である。

将来の課題については、内需が縮小していくことは間違いなく、アルコール全般に飲まない風潮があり、「飲むことは悪ではないのか」という方向に世間が進んでいる。ただし、燗酒も20歳から飲む人もいるので、いかに「酒飲みの才能」を見出ししていくのが問われている。

3-2 株式会社大田酒造

(1) 主要銘柄

大田酒造の創業は1892年で創業以来132年の老舗酒蔵であり、生産石数はおよそ650石である。現在の杜氏は、県内最年少杜氏で、7代目蔵元杜氏である大田有輝専務取締役・杜氏(以下、「大田専務・杜氏」)であり、2019年から若手の蔵人と熱い想いを持って次世代に続く酒造りに取り組んでいる⁹⁾。大田酒造の日本酒は、伊賀産の「山田錦」や三重県産の「神の穂」、地元農家との契約栽培米「うこん錦」を主に使用し、三重酵母との組み合わせにより、米の旨味を活かした特長を有している。

主な銘柄である「半蔵」は、伊賀が忍者の里ということで、服部半蔵ゆかりの地から「半蔵」と命名され、販売されている。「半蔵」は、2016年のG7伊勢志摩サミットでワーキングディナーの乾杯酒として使われた。「半蔵」がサミットの乾杯酒に選ばれる前に、三重県酒造組合から、エントリーする酒についてのアンケートがあった。その後、料理との試食会もホテルであり、最終的には知事や料理長の話し合いで決まったのではないかと語る。ディナー、ランチ、食中の酒がそれぞれあったので、これを機に三重の地酒が広く知られることになったのである。

(2) 蔵元杜氏

大田専務・杜氏は、東京農業大学短期大学部の醸造学科を卒業したが、初めから後を継ぐと決めていたわけではなく、大学に行ってから考えようとしていた。同期には、実家を継ぐかどうか決めていない酒蔵の子息も少なからずいた。当時は「もやしもん」が流行っていて、それをきっかけに東京農大を受験した人も多かったと言う。同期には、埼玉県「権田酒造」、1つ上の学年には名張市の「瀧自慢酒造」の子息、「森喜酒造場」の息女も3学年上におり、「元坂酒造」(酒屋八兵衛)の令弟も東京農大卒であった(大田専務・杜氏の令室も同大出身)。

東京農大卒業後、大田専務・杜氏は最初、鈴鹿市の「清水清三郎商店」で2年弱修行し、大田酒造に戻ってからは岩手県の南部杜氏の下で2年間修行し、6年ほど前から蔵元杜氏として製造の指揮を執っている。大田酒造の先々代の杜氏(但馬杜氏)は10年以上勤務していたが、高齢のため引退し、先代の杜氏(南部杜氏)は6年間勤務し、その後、大田専務・杜氏が引き継ぐ形となった。大田専務・杜氏によると、最近は蔵元杜氏が多くなり、酒蔵の半分ぐらいが蔵元杜氏ではないと言う。酒蔵の規模が小さいほど小回りもきき、売りたいものを造りたいように造れるということである。

酒蔵の蔵人の平均年齢は、現在35歳ぐらいであり、大田専務・杜氏と令室が同期、蔵人が37歳、年長が45歳ぐらいと、業界の中では比較的若い酒蔵である。若い人が就職先として選んでくれることが増えてきたと言う。蔵人同士が作業中に意見交換や酒造業界の話をし、休日に酒屋に行ったことや、今どのような酒質の酒が流行っているか等を話したり、購入した他社の酒を利き酒したりしている。蔵人が5人であるため、誰とでも話しができ、円滑なコミュニケーションが行われている。

(3) 酒造りの特徴

厳寒期のみにはできるだけ手作業にこだわり、地域に根差した少量の酒造りを行っている。「半蔵」の特徴は、原料米に三重県の酒米である「神の穂」や伊賀産の「山田錦」を使っている点である。これらの酒米は、米作りの経験豊富な専業農家から仕入れている。他にも食用米や酒造りに用いられてきた「うこん錦」も復刻米として使っている。伊賀地方は400万年前、古琵琶湖の湖底だったので粘土質土壌で覆われており、米の出来が良い。また盆地特有の朝は冷え、昼は暑いという寒暖差の激しい気候が農作物の栽培や米作りに適しているのである。酵母は、三重県の酵母を中心に合計で8種類ぐらいを使っている。原料の水は、昔は井戸水を使用していたが、年々水量が減っているので足りなくなり、今は木津川から取水した水道水を濾過して使っている。

また、昔ながらの木桶仕込みも行っている。木桶は、1935年から1965年頃まで使用されていたものを修繕して使用している。今、木桶で仕込んでいる酒は一銘柄だけである。木桶では1シーズンで4回の仕込みを行っている(年間4回転)。木桶では温度管理が難しいので、氷を入れて温度を探って

いる。1日2〜3回温度を見るので手間がかかる。木桶で仕込むのは、味というより、杜氏としての基礎的な感覚を失わないようにするためである。例えば、発酵が強くなる、あるいは弱くなるタイミングが分からなくなる、というような肌感覚を鈍らせないためにも木桶仕込み1本は残して置きたい。そうすると、他の造りでも安心できるという。何か突発的な問題が起こった際に対応するためにも、基礎的な感覚を養っておくことが必要なのである。

(4) PB的な酒造り

最近、自分たちの水田で作った米を原料とした自分たちの日本酒を売りたい、休耕田で酒を造りたいという希望を持っている農家から直接依頼を受けての酒造りも行っている。例えば、「神の穂」は産地が異なる3地域のものを使用している。三重県の南牟婁郡、伊賀市の島ヶ原村、三重県の志摩市でも農家が作った米による酒造りを受け持っている。尾鷲市は南部杜氏の時代からの付き合いだが、島ヶ原村は村の水田を何とかしたいということと、大田専務・杜氏の母の叔母が島ヶ原村の出身でその縁もあり、依頼を受けたのである。また、志摩市は大田専務・杜氏になってからせっかくなのでうちへ、という依頼であった。大田専務・杜氏曰く、酒造りが始まったら胃に穴が開くような気持ちである。100%順調にいくとは限らないので、タンク1本だけとなると気が抜けない。麴をどう洗うかというところから考えている。販売は、依頼された農家が酒販店を探して買ってもらうとのことである。

大田智洋代表取締役副社長も、子息である大田専務・杜氏になってから仕込み計画が柔軟となり、近頃は杜氏の評価も安定し、「こういう酒を造って欲しい」というPB的な酒を依頼されることが増えてきたと語る(醸し方や使用する酵母、酒米等を杜氏に伝えて醸造してもらうやり方)¹⁰⁾。PBの需要が増え、小さいタンクが必要となったので、国税庁の「フロンティア補助金」を活用した。南部杜氏から大田専務・杜氏に変わって直ぐに、志摩観光ホテルから70周年記念酒のタンク1本の注文を受けた(ソムリエに酒を5〜6種類テイスティングしてもらいオーダーがきた)。

(5) 新ブランドの展開

「半蔵」とは別に、2017年から新ブランド「&」(アンド)を醸造している。「&」は「『人と人』、『料理と人』を繋ぐ、継ぎ目となるような酒でありたい。『現在から次世代へ』酒造りの伝統を継いでいく人を目指す」という大田専務・杜氏の想いが込められた酒である。

現段階では、出荷の9割程度が「半蔵」であり、圧倒的に多い状況である。南部杜氏による「半蔵」は元々味がしっかりしてコクがあった。それに比べ、「&」は結構甘味があってクリアな味わいである。

「&」の方が香り華やかで味幅もあるような商品になっている。次第に「半蔵」の味も「&」に似通ってきたと言われている。「&」では、米によって、酒の味も香りも甘味も違ってくるため、米らしさとは何だろうなどと考えながら醸している。

(6) 海外輸出への取り組み

販売先は国内が95%、輸出が5%ほどで、県内と県外は同じくらいの割合である。主な輸出先としては台湾、香港、シンガポールが挙げられる。2022年からスペインへ向けても販路開拓をスタートし、赤ラベルと「&」シリーズを中心に増えている状況である。輸出先で一番多いのは香港であり、2007年と早い時期から行っていたが、次第に競争が激しくなってきた。

(7) 蔵を超えた連携

三重県の酒蔵は、今子息が継いでいる若い蔵元が多く、蔵を超えた情報交換が非常に盛んである。例えば、三重県の清酒研究会として「三重県清酒研究会(三清会)」¹⁰⁾がある。「三清会」は、2018年に「田光」を醸す「早川酒造」の早川俊人氏(代表社員)が発起人となって開始した勉強会である。「三清会」は、醸造経験がない人が酒蔵に就職した際に、酒造りについて聞ける場が少なく、目上の杜氏等には質問し難い状況があったことから、誰もが気軽に話せる機会を作りたいという思いから始まったものであり、酒蔵同士の情報交換、技術研鑽や品質評価を目的に、酒造業者間の交流が行われている。

「三清会」の議論において、まずは全国新酒鑑評会に照準を当て、金賞入賞の数を増やすにはどうしたら良いか、をテーマとすることが決まった。そこで、今までは自分の酒蔵のデータを他に見せることはなかったが、各酒蔵のデータを共有すれば良い方向で繋がることができると考え、メンバーにお願いして各蔵の製造データを集め、鑑評会に向けて取り組みを進めた。最初、入賞数は少なかったが、次第に入賞数も増え、「三清会」へ参加する酒蔵のレベルは上がっている。

(8) 今後の課題

若い人に日本酒を飲んでもらうため、少しずつラベルを今風に変えていくことを行っている。飲めない人にも少しずつ印象に残るよう、こういうお酒が地元にあると知ってほしいからである。

かつては、大田酒造も灘に桶売りをしていたが、40年前に方向転換し、地元銘柄の大吟醸酒を発売し、その後「半蔵」を発表し、今は「半蔵」がメインブランドになっている。9割は「半蔵」で、セカンドブランドの「&」はまだ少量である。既存の取引先とはどうしても「半蔵」が優先になるが、「&」は味の違いがあり、「&」の方が大田専務・杜氏の好みの味だと言う。しかし、「半蔵」のブランド力の強さが顧客に安心して選んでもらっている。大田専務・杜氏の熱量は、「&」の方が強いという状況で、「&」は仕込み本数が各1本なので限定品となっている。「&」をどのように伸ばすか、については今後の課題である。

4. 考察：伊賀の酒造りと酒蔵の特徴

森喜酒造場及び大田酒造への聴取調査の結果から、伊賀の酒造りや酒蔵の特徴、イノベーション創造の活動と課題として、以下の諸点が抽出された。

第1に、酒造りに適した伊賀地方の環境特性である。伊賀地方は、四方を山に囲まれた盆地であり、かつて琵琶湖があったとされる影響で粘土質の古琵琶湖地層で覆われ、酒造好適米の栽培に適しており、酒造りがしやすい環境にある。イノベーション創造の活動は、個別の酒蔵の努力によるものであるが、それを背後で支える外部環境の有利な条件は、伊賀の酒蔵にとっての好機となり得る。この有利な外部環境の機会を、いかに自社の強みと結びつけて積極的な戦略を打ち出せるかが、今後の伊賀における酒蔵の長期の維持発展に求められているのである。

第2に、大手酒造メーカーへの桶売りからの脱却と本物の酒造りへの回帰である。元々、伊賀の酒蔵では大手酒造メーカーへ桶売りする蔵が多かった。しかし、日本酒需要の落ち込みから、大手酒造メーカーからの契約打ち切り等もあって、酒蔵の存亡に関わる事態に直面した。そのような環境変化

の中で、蔵独自のラベル・ブランド名で販売する酒蔵が登場し始めた。この時に、醸造用アルコールが添加された本醸造酒から純米酒に切り替えが始まったのである。

第3に、既存の強みの高度化を図りつつ(深化)、新たな市場や新ブランドの開拓(探索)にも並行して取り組む「両利きの経営」¹²⁾により、持続的なイノベーション創造を実現している点である。森喜酒造場は、酒質の決定要因となる麹造りで伝統的な「蓋麹法」を採用し、大田酒造では昔ながらの「木桶仕込み」を行う等、酒蔵が保有する強みの高度化を図っている(深化)。それらと並行して、森喜酒造場では2代目の女性杜氏(豊本氏)による「Rie Style」、大田酒造では県内最年少杜氏(大田専務・杜氏)による「&」といった新たなブランドが立ち上げられている(探索)。さらに、後述する両蔵共同での新たな女性向け市場の開拓、大田酒造における海外への輸出といった新市場の開拓への取り組みも活発化している(探索)。

第4に、イノベーション創造に向けて外部との連携やコラボレーションを活用している点である。森喜酒造場の代表ブランドである「るみ子の酒」は、『夏子の酒』(尾瀬あきら 1988)の作者である尾瀬あきら氏や尾瀬氏の紹介による新亀酒造の小川原専務(当時)からの協力や支援なくしては生まれなかった。また、森喜酒造場の森喜専務が発起人となった「蔵女性サミット」により、酒造りの勉強会が行われ、これを発展させる活動として、女性市場の開拓を推進するため、森喜酒造場、大田酒造、若戎酒造の女将が連携し「伊賀酒 DE 女子会」を立ち上げ、伊賀酒による女子会の企画等が行われている。大田酒造では、大田専務・杜氏が若い蔵元たちの清酒研究会である「三清会」に加わり、酒蔵の壁を超えた情報交換や勉強会を通じて能力向上を図っている。さらに、大田酒造では、農家との連携により、農家主導によって日本酒を提供するPB的な酒造りも行っている。自前主義で内に閉じこめるのではなく、オープン・イノベーションの発想で、積極的に外部と繋がり、信頼できるネットワークから新たな技術、知識・ノウハウを獲得することが、酒蔵の長期の持続的発展の源泉となるのである。

第5に、酒造りににおける多様性の活用である。既存の酒造りの強みを高度化する深化と新たな製品や市場の開発を目指す探索の両立には、女性杜氏や若手杜氏の自由闊達な発想や活動が原動力となっていた。また、外部との連携やコラボレーションを主導していたのは、若手蔵元や女性であった。これらの事例は、酒造りのイノベーションにおける多様性の重要性を示していると考えられる。

5. むすびにかえて

酒造りに適した気候風土を背景に、伊賀の酒蔵は、大手酒造メーカーへの桶売りという従来型のビジネスモデルから脱却し、伝統的な技術を活かした高品質な純米酒主体の酒造りに転換してきた。伊賀の酒蔵は、既存の酒造りの強みを深化させると共に、新ブランド開発や女性向けの新市場開拓(探索)を並行して進める両利きの経営を実現してきた。さらに、自前主義を超えた外部との連携やコラボレーションを活用した酒造りを行ってきた。このような伊賀の酒蔵の継続的なイノベーション創造を支える原動力は、若手蔵元や女性であり、多様性の重要性が示されている。

今回の聴取調査では、醸造文化研究会の主要な研究テーマである「酒造りと地域振興」については明確な見解が得られていない。また、今回の調査結果や考察は、伊賀地方の2つの酒蔵の事例から得られたものに過ぎず、外的妥当性の検証はなされていない。これら残された課題は、今後の研究の中で解明していくつもりである。

付記

本研究は、2024 年度大東文化大学社会学研究所の調査研究活動助成を受けたものである。

本稿作成にあたっての聴取調査及び資料収集等においては、合名会社森喜酒造場 専務 森喜るみ子氏、株式会社大田酒造代表取締役 副社長 大田智洋氏、同社専務取締役・杜氏 大田有輝氏にご協力をいただいた。記して感謝申し上げる。

<注>

- 1) 植野・中村・山田・塚本(2024: 123-137)。
- 2) 聴取調査は、5名の醸造文化研究会メンバーが、2024年7月8日(月)に合名会社森喜酒造場及び株式会社大田酒造を訪問し、実施した。なお、合名会社森喜酒造場は、2024年10月に会社の商号を森喜酒造株式会社へ変更している。
- 3) 三重県の気候風土については、三重県(2024: 8-9)、増井(2006: 144)、服部・安藤・青山・杉原・谷藤(2021: 7)、三重県酒造組合(2024)を参考に記述。
- 4) 三重県の米の特徴については、岡野(2006: 71)、増井(2015: 47-53)、服部・安藤・青山・杉原・谷藤(2021: 7)を参考に記述。
- 5) 三重県の酒の特徴については、増井(2006: 143-145)、服部・安藤・青山・杉原・谷藤(2021: 7)を参考に記述。
- 6) 森喜るみ子氏は、合名会社森喜酒造場専務である。聴取調査は、2024年7月8日(月)に行った。以下の事例の記載内容は、特別な注記を付したものの以外は、森喜専務に対する聴取調査から得られたものである。
- 7) 「蓋麹法」については、合名会社森喜酒造場(2024)を参考に記述。
- 8) 伊賀ポータル, 2024, 第7段落。
- 9) 大田有輝氏は、株式会社大田酒造専務取締役・杜氏である。聴取調査は、2024年7月8日(月)に行った。以下の事例の記載内容は、特別な注記を付したものの以外は、大田専務・杜氏に対する聴取調査から得られたものである。
- 10) 大田智洋氏は、株式会社大田酒造代表取締役副社長である。聴取調査は、2024年7月8日(月)に行った。
- 11) 「三清会」については、一般社団法人日本橋兜らいた推進協議会(2024)を参考に記述。
- 12) オライリー&タッシュマン(2022: 63-66)。

<参考文献>

- 合名会社森喜酒造場, 2024, 「蓋麹法による麹造り」(閲覧日: 2024年12月17日, <https://morikishuzo.co.jp/sakedukuri/kodawari/index.html#kodawari02>)。
- 服部 隆・安藤理香・青山紀子・杉原正彦・谷藤律子, 2021, 『GI MIE TEXTBOOK 2021』三重県酒造組合。
- 伊賀ポータル, 2024, 「伊賀人バンザイ! 女性杜氏が2代に渡って醸す珠玉の純米酒 森喜酒造場」(閲覧日: 2024年12月17日, <https://www.igaportal.co.jp/igabito/2502>)。
- 一般社団法人日本橋兜らいた推進協議会, 2024, 「兜LIVE! 【蔵元トーク】#67 田光(三重県菰野町 早川酒造)」(閲覧日: 2024年12月21日, <https://kabuto-live.com/report/rq3ytw>)。
- 株式会社大田酒造, 2024, 「酒づくり」(閲覧日: 2024年12月17日, <https://www.hanzo-sake.com/sakedukuri/index.html>)。

- 増井紀子, 2006, 「第 5 章 三重の農産物加工品 三重の酒 1 日本酒」みえ食文化研究会編『三重の味 千彩万彩』, 143-146.
- 増井紀子, 2015, 「第 2 章 三重の農産物 穀類 1 伊勢の三穂(稲・米)」みえ食文化研究会編『続三重の味 千彩万彩』, 47-53.
- 三重県, 2024, 『三重県勢要覧(令和 6 年版)』
- 三重県酒造組合, 2024, 「三重の酒 ◆美酒を生む三重の気候風土」(閲覧日: 2024 年 12 月 12 日, http://www.mie-sake.or.jp/mie_no_sake/index.html).
- 岡野節子, 2006, 「第 2 章 三重の農産物・畜産物 穀類 1 米」みえ食文化研究会編『三重の味 千彩万彩』, 71.
- O' Reilly III, Charles A. and Michael L. Tushman, 2021, *Lead and Disrupt 2nd ed.*, Stanford BusinessBooks. (=2022. 渡部典子訳『両利きの経営 増補改訂版』東洋経済新報社.)
- OTOMAMIE, 2024, 「日本酒女子の間で噂の「伊賀酒 DE 女子会」って! ? @伊賀」(閲覧日: 2024 年 12 月 17 日, <https://otonamie.jp/?p=17515>).
- ツギノジダイ, 2024, 「伝統にとらわれすぎない夫婦の力 大田酒造 7 代目が醸した新銘柄」(閲覧日: 2024 年 12 月 17 日, <https://smbiz.asahi.com/article/14760344>).
- 植野一芳・中村年春・山田敏之・塚本正文, 2024, 「青森酒造コラボレーションとは何か: 日本酒醸造の現況、構造転換、地域振興の視点から」『社会学研究所紀要』, 5: 123-137.

Sake Brewing Characteristics and Sake Brewery

Innovations in the Iga Region:

Case Studies of Moriki Brewery and Ota Brewery

YAMADA, Toshiyuki.

NOJIMA, Tsuyoshi.

TSUKAMOTO, Masafumi

NAKAMURA, Toshiharu

UENO, Kazuyoshi.

Summary

This paper clarifies the characteristics of brewing and breweries of sake in the Iga region of Mie Prefecture from an innovation perspective through interviews with representatives of two sake breweries. The following five findings were extracted from these interviews. (1) Because the Iga region is located in a basin and has clayey soil, the area is both well suited for growing rice suitable for sake brewing and has an environment conducive to sake brewing. (2) Originally, many of Iga's sake breweries sold their sake on consignment (Japanese-style OEM) to major sake brewers (*okeuri*). But, in the changing environment, the breweries began to sell their sake under their own labels and brand names, and with this change, the switch production from *honjōzō*, with added alcohol, to *junmai* began. (3) Iga's sake breweries have achieved ambidexterity, deepening their existing brewing strengths while concurrently developing new brands and exploring new markets targeting women. (4) Innovation creation is being made through external partnerships and collaborations beyond the breweries such as with the “Kura Women's Summit,” the “Iga Sake DE Women's Group,” and the “Mie Prefecture Sake Research Association.” (5) Young and female sake brewery owners (*kuramoto*) and chief brewers of sake (*tōji*) are leading innovation creation, demonstrating the importance of diversity in sake brewing.

Keywords : Iga region, sake brewing, innovation, collaboration, diversity