

被災地の清酒産業（概況編）

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

1. 被災状況

2011.3.11に発生した東日本大震災は、水産業を中心に東北の地場産業に大きな傷跡を残した。清酒産業も例外ではなく、激震に伴う商品の破損や、津波による被災もみられた他、原発事故に伴う風評被害が懸念されてきた。一方で、被災地を支援するに格好の商材として注目を浴びた面もある。

今回は主にデータから震災後の東北被災三県（岩手県、宮城県、福島県）の清酒産業を概観する。

2. 出荷状況

(1) 全国概況

清酒産業は長らく構造的な不況にあり、全国の製成数量は1970年代をピークに減少を続けてきた（図1）。減少の要因は、経済成長に伴い、肉食の機会が増えるなど、日本人のライフスタイルが変化・高度化したことに、清酒業界が適応できなかったためと整理される。

今日の日本酒のスペックを規定したのは、戦時統制である。例えば統制により15度と規定されたアルコール度数は、今日も同じである。戦前はアルコール度数や味わいに関する多様性が高く、さらに歴史を遡れば古酒や濁酒もあり、戦後のライフスタイルの変化に適応できた可能性もあった。

アルコール度数が決められたのは、戦時のコメ不足により、薄い酒が横行したためである。コメ不足に対処するために、コメ由来以外のアルコールを添加する措置がとられた。

アルコール添加は戦後も継続されている。図2に酒類別のアルコール添加状況を示す。純米酒及び純

米吟醸酒は全てコメ由来のアルコールである。吟醸酒と本醸造酒には2割程度添加されている。これらの酒類は、酒税法上特別な呼称が許された高級酒であり、特定名称酒と総称される。その他は、一般酒や普通酒と呼ばれることが多く、半分弱、醸造アルコールが添加されている（本稿では日本酒造組合中央会の整理に従い一般酒と呼称する）。

添加される醸造アルコールの多くは、サトウキビ由来のアルコールとされる。これらの輸入相手国を図3に示す。アルコール添加は、少量であれば、香りを引き立てる効果もあるなど、全てが否定される

図1 清酒製成数量の推移（千KL、国税庁）

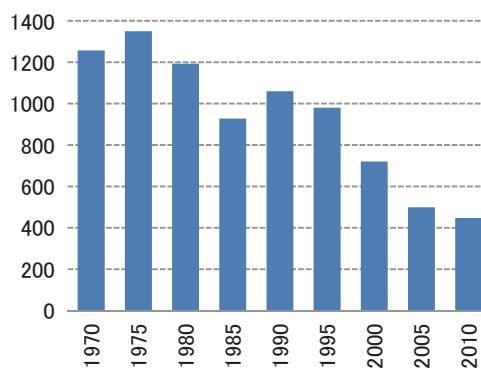


図2 酒類別アルコール状況（22年度、国税庁）

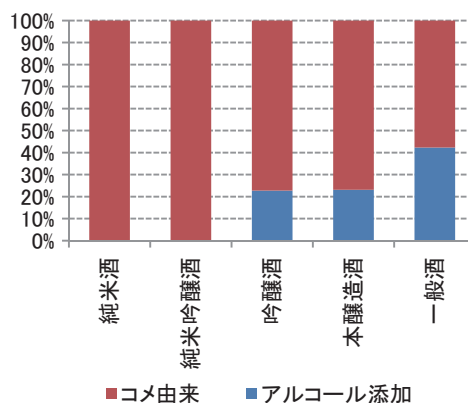
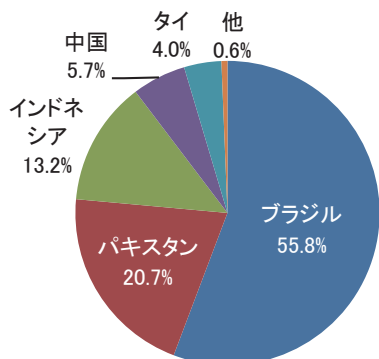


図3 原料アルコールの輸入相手国



(財務省貿易統計、輸入量%、平成23年度)

ものではない。しかし、大量に添加すれば、ドライで辛口となりがちであるなど、清酒のスペックを規定し、戦後のライフスタイルの変化に対する適応力を奪った可能性が強い。

(2) 被災3県

図4に、全国と被災3県（岩手県、宮城県、福島県）の酒類別構成比を示す。全国は全体の4分の3を一般酒が占めるものの、被災3県は、そのウエイトが低く、岩手や福島は半分程度、宮城県に至っては1割にすぎない。特定名称を許された高級酒が多いのである。

図5に平成20年度の課税移出量（＝出荷量）を100とした場合の、全国と被災3県の課税移出量推移を示す。各月の数字は過去1年間の課税移出量を累計したものである（＝移動平均）。従って、21年3月（図内では2103）は20年度の、24年3月は23年度の課税移出量（指数）を示している。

被災地の清酒課税移出量は震災をボトムに急回復している。全国でも、同時期に下げ止まり、昨年末頃からはやや上向きである。

酒類別にみると、特定名称酒が震災を契機として大きく反転している（図6）。これは被災地の蔵元のおかげである。例えば23年度は、16年振りに、清酒課税移出が前年を上回ったが、増加量6千KLのうち、3分の2に相当する4千KLが、被災地の高

図4 清酒課税移出量構成比（23年度）

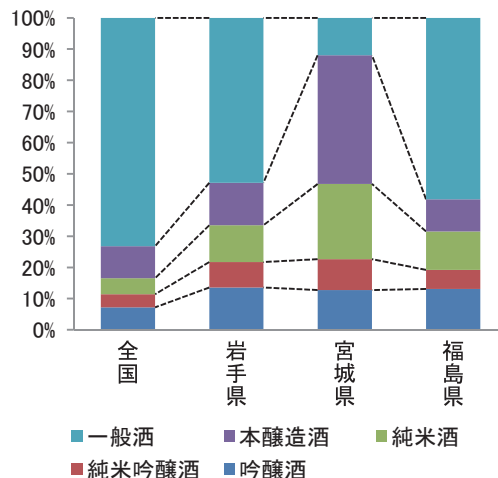


図5 清酒課税移出量推移（平成20年度＝100）

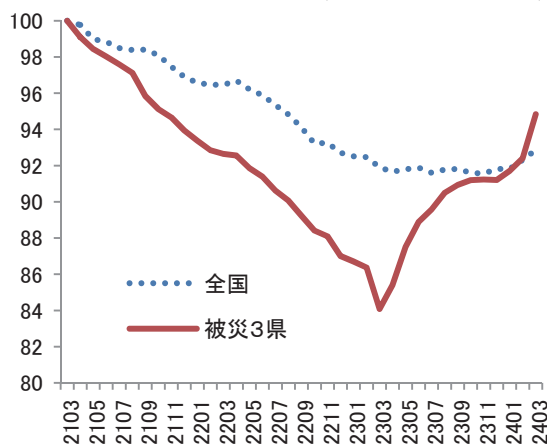
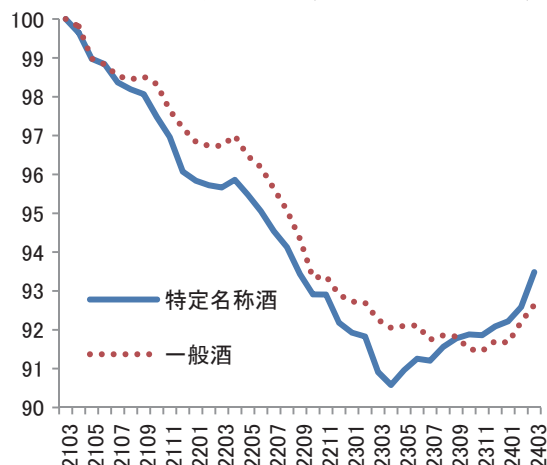


図6 酒類別課税移出量（平成20年度＝100）



(出所) 図4～6 日本酒造組合中央会資料より作成

表1 23年度課税移出量増減（前年差KL）

| | | 特定名称 | 一般 | 合計 |
|-------------------|------|-------|-------|-------|
| 増減 (前年差 KL) | 被災3県 | 3,974 | -442 | 3,531 |
| | それ以外 | 453 | 2,256 | 2,710 |
| | 全国 | 4,427 | 1,814 | 6,241 |
| 寄与率 | 被災3県 | 64% | -7% | 57% |
| | それ以外 | 7% | 36% | 43% |
| | 全国 | 71% | 29% | 100% |

(出所) 日本酒造組合中央会資料より作成

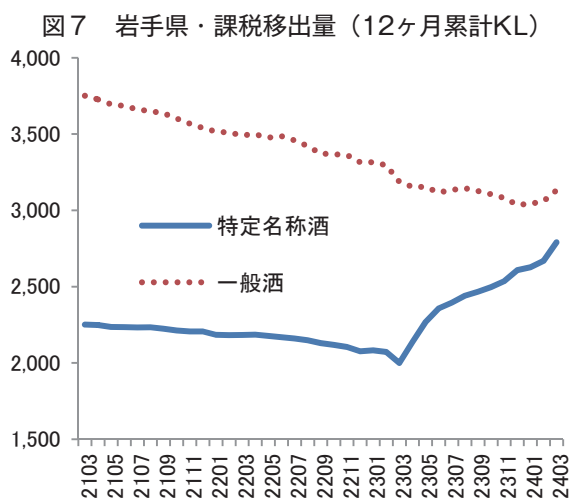


図8 宮城県・課税移出量（12ヶ月累計KL）

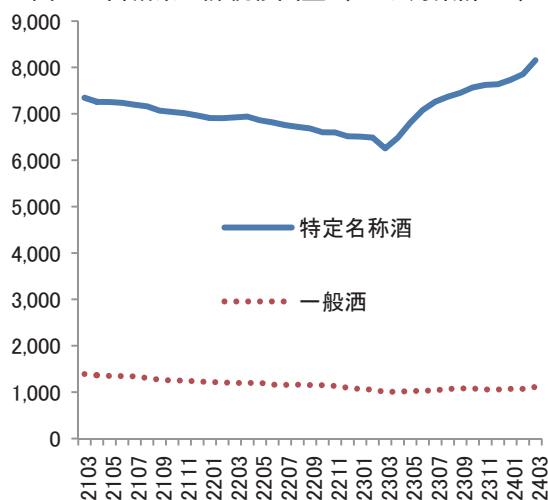
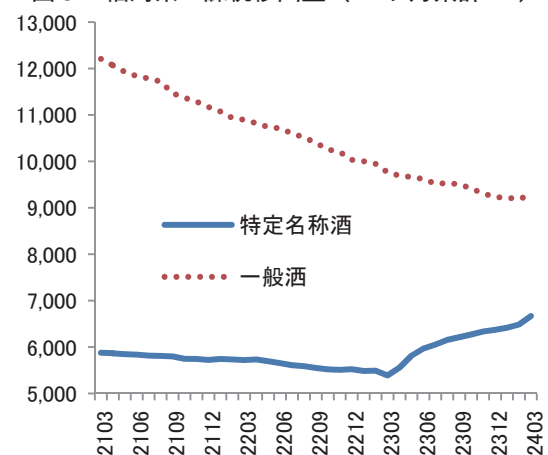


図9 福島県・課税移出量（12ヶ月累計KL）



(出所) 図7～9 日本酒造組合中央会資料より作成

級酒の増加寄与であった（表1）。

一般酒も年明け頃から好調である。一般酒は被災地以外の増加である。震災復興の波及として注目されるものの、復興ブーム後の新たな清酒ストーリー構築に水を差すことも懸念されなくはない。

被災3県の課税移出傾向は良く似ている（図7～9）。震災を契機に特定名称酒が反転、急伸している。風評被害が心配されている福島県も同じ傾向にあり、震災後、高級酒が伸びている。一方、一般酒は低迷を続けている。これは、一般酒のウエイトが相対的に高い福島県や岩手県で顕著である。

県別の伸び率を整理すると、表2の通りである。ここまでみてきたとおり、伸び率の差は、高級酒のウエイトの差であり、高級酒である特定名称酒が急伸し、一般酒が減少する傾向には相違はない。

宮城県では一般酒も少し伸びているが、高級酒が

表2 23年度酒類別課税移出量伸び率（前年度比）

| | 特定名称 | 一般酒 | 合計 |
|-----|-------|-------|-------|
| 全国 | 2.8% | 0.4% | 1.0% |
| 岩手県 | 39.5% | -1.7% | 14.2% |
| 宮城県 | 30.4% | 10.6% | 27.7% |
| 福島県 | 23.8% | -5.0% | 5.2% |

(出所) 日本酒造組合中央会資料より作成

急伸することによって品不足に近い状況になった影響とみられる。一方、福島県の一般酒は減少率がやや高いが、従前の傾向の延長線上にあり、風評被害の影響とは考え難い。

3. 課題

被災3県の清酒業界の近況をみてきた。清酒産業は国費が大量投入された建設関係を別にすれば、最も順調に復興している産業といえるかも知れない。

しかも、高級品（特定名称酒）を中心とした伸長である。清酒業界は長らく、戦時中に規定された醸造アルコールの投入による安価な製品から、高級品への転換を模索してきた。震災は清酒業界が高付加価値産業へ脱皮する契機となる可能性がある。課題は、復興需要を定着させることである。

復興需要は、ブームの側面が否定できない。供給される商品には特段の変化やイノベーションがない状況下、震災を契機に、突然、高級品から売れ出したのである。

これは、被災地を支援するというストーリーの購入と整理される。この種のストーリーで最も重要なものは、信頼性の担保である。良い酒を作っていると信じて東北の蔵元を応援する消費者の期待を裏切れ

ば、購買行動はそこで終焉する。

ここまでみてきたように、被災3県は全国に比べ高級酒のウエイトが高い。良い商品を期待した消費者に応える素地があったことが、復興ブームが花開いた要因であろう。

また、信頼性の確保には、蔵元と消費者の情報交換やコミュニティの構築が鍵となる。宮城県では、2007年より、蔵元と消費者を結ぶ「日本酒サポーターズ倶楽部・みやぎ」という会員組織を立ち上げていた。この組織は、東日本大震災に際し、消費者の支援の声を蔵元に届けるなど、復興ブームの先駆けを作ったと聞く。

今後は、さらなる信頼関係の構築と、蔵の震災復興に代わるストーリーを提供できるかどうか、復興ブームを、清酒業界再興に繋げる鍵となる。例えば視点を変えた新しい商品や、復興領域を広げる地域産品（水産品等）とのコラボなど、新しいストーリーが求められる。今回は、具体的な蔵元の動きを紹介したい。



図10 被災直後の陸前高田市（酔仙酒造付近）