

岐阜県の酒蔵の今後

(財) 岐阜県産業経済振興センター

主任研究員 山田正徳

序．日本の酒類産業についての概観	43
(1) 日本酒の歴史	43
(2) 酒の分類	44
(3) 原料米と水	46
(4) 杜氏	47
(5) 酒類産業の現状～清酒を中心に～	49
1．日本酒を取り巻く環境の変化	56
(1) 消費不況の長期化	56
(2) 原料米の国産依存	56
(3) 流通規制の緩和	56
(4) 杜氏の高齢化と減少	57
(5) 商品特性の分かりにくい製品表示	58
(6) 消費者ニーズの多様化	58
2．アンケート結果	61
(1) 調査の概要	61
(2) 調査結果	61
3．岐阜県の酒蔵の今後	63
(1) 成功事例に見る販売戦略	63
(2) 消費者の目を引く商品開発を	63
(3) インターネットへの積極的参入を	64
(4) 酒蔵公開による販売促進を	64
4．アンケート自由記入欄	66
(1) 岐阜県の酒蔵の強みはなんだと思いますか	66
(2) インターネットでの販売について	67
(3) 酒の輸出の可能性について	68
(4) 酒造の公開について	69
(5) 度数15を下回る日本酒の販売について	70
5．岐阜県下の蔵元と銘酒一覧	72

序．日本の酒類産業についての概観

(1) 日本酒の歴史

古事記と前後して、奈良朝時代(700年代)に編さんされたといわれる「播磨風土記」に“神に供えた糧が枯れて、かびが生じた”ので、“すなわち酒を醸さしむ”とあるのが、米を原料とした酒についての最も古く明らかな記述とされている。有名な「魏志東夷伝(倭人伝)」の「倭人の抄」(200年代)では倭人のことを“人性酒をたしなむ”と評し、喪に当たっては弔問客が<歌舞伎飲酒>をする風習があることも記されており、我が先祖が古くからお酒を愛していたことがうかがえる。

一説によれば、日本には古くから“民族の酒”ともいうべき民間伝承の酒があり、一方、大和朝廷の確立とともに中国の文化や技術を取り入れた“朝廷の酒”ができたといわれている。平城京には「酒造司(みきのつかさ)」があるという記録もあり、また、平城京跡からは酒壺が出土している(平城京資料館に展示)。

平安初期には、現代の酒とほぼ変わらない製法でいろいろなタイプの酒が造られていたことが「延喜式」(900年代)に記されている。それによると、「酒造司」が酒造りを担当し、上納された各地の米を使い、「酒部」という専門の家柄の人々が醸造を担当していた。

鎌倉時代には、相当量の酒が造られ、武士の気風に弊害が生じ、幕府は沽酒の禁(酒の売買の禁止)を発令し、鎌倉で三万壺の酒壺が破却された。

室町時代になり、僧坊での酒造りが定着、諸白(仕込み様の米は全部精白した白米を使用する事)による酒造りが進展し、銘酒が生まれるようになった。このころに酒造りの専門家である、「杜氏」が誕生した。

やがて、江戸時代、大消費地の江戸が繁盛するにつけ“商人の酒”として商品化されるにいたるが、これは各地に伝承されていた民族の酒の技法と朝廷の酒の技法とが交流して生まれたもので、現代にも通じる“酒屋万流”の時代が到来した。

(参考)「酒造の世界には「**酒屋万流**」という言葉がある。昨今のように流通が発達していなかった頃、日本各地で酒造業を営んでいた蔵元はその土地の米と水だけを使い、気候風土に合わせた独自の方法を研究して酒を醸していた。それこそ1万の蔵があれば1万通りの“おらが酒”が生まれていた時代の事。」

日本酒は、独特の製造法が現在にも生きている。そのひとつは、糖化と発酵を同時に進行させる高度な製造法「並行複発酵」である。しかも、アルコール分が20度程度も出るとするのは、日本酒だけである。もう一つは、1800年代半ばになってパスツールが発見した“殺菌法”に先立ち、すでに室町時代(1400年代)において、しばった酒を貯蔵前に65度程度に加熱、殺菌し、酵素の動きを止めて香味の熟成をはかる「火入れ」を行っていたという記録が残っている。

(2) 酒の分類

製造法による分類

お酒は製造法により、大きく3つに大別され、発酵酒は発酵方法（醸造法）によりさらに3つに大別される。米、麦、ぶどうなどの原料を発酵させてつくる酒が醸造酒である。一方、原料を発酵させた後、蒸溜してつくるのが蒸溜酒。醸造酒や蒸溜酒に香料や糖を加えてつくるのが混成酒である。同じ醸造酒でも、ワインなどの果実酒は、原料そのものに糖分が含まれるので、酵母を加えるだけで発酵させることができる。ところが、日本酒やビールの原料は、米や麦といったデンプンなので、麹（こうじ）の酵素の働きにより糖分に変えてから酵母によって発酵させなければならない。ビールは、デンプンを糖分に変える工程と、その糖分を発酵させる工程を別々に行うが、日本酒は、この工程を同時に進行させる。それが「並行複発酵」と呼ばれる醸造法で、日本酒が持つ、まろやかな深い味わいをつくりだす秘密がこの発酵法にある。

酒の精製法別分類

精製法	酒の酒類
醸造酒	日本酒・ビール・ワイン
蒸溜酒	焼酎・泡盛・ウイスキー・ブランデー・ウォッカ・ジン・ラム
混成酒	ベルモット・リキュール・みりん・合成清酒

日本酒造組合中央会ホームページ

醸造酒の成分について

醸造酒である清酒・ビール・ワインをその成分でみると、清酒はアルコール分・グルコース（糖分）・窒素が多く、ワインは酸度が著しく高いのが特徴であり、ビールは窒素が多いのが特徴である。

醸造酒の一般成分の比較

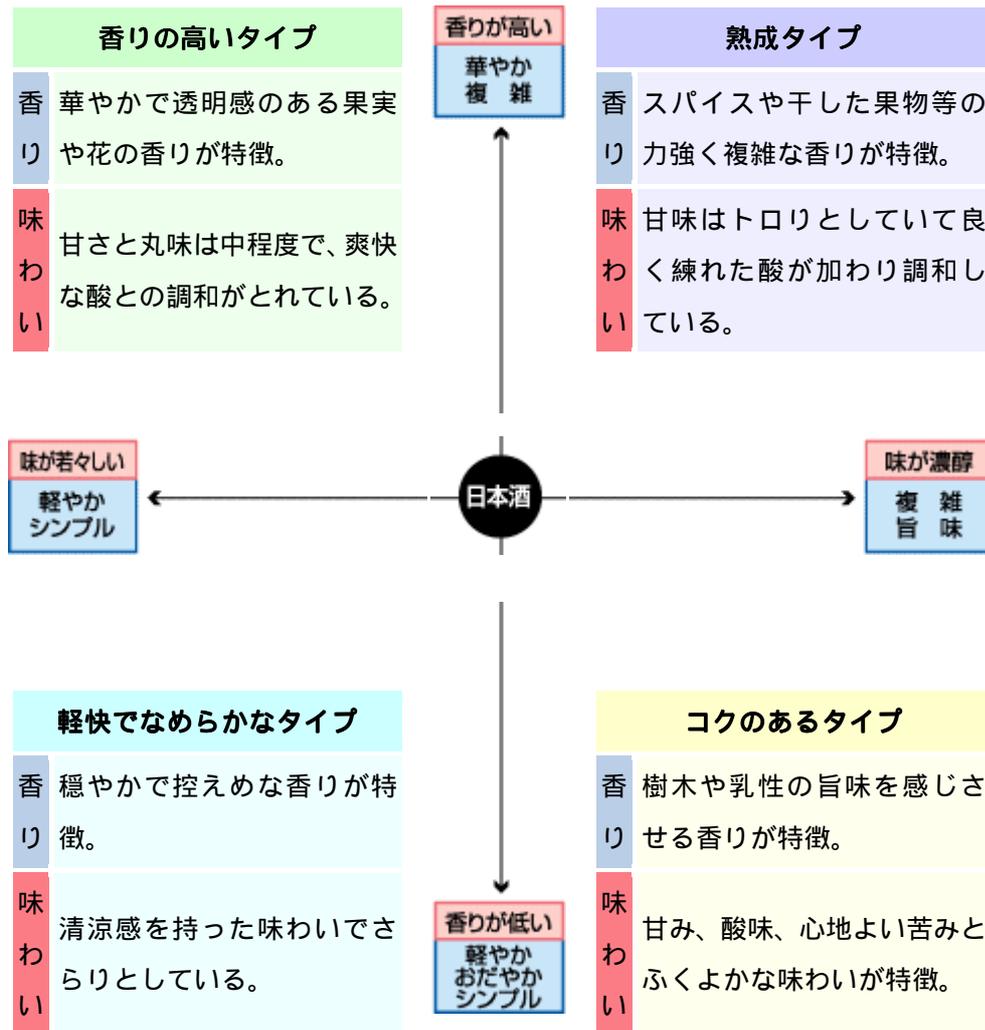
	アルコール (%)	グルコース(糖分) (%)	酸度	窒素 (mg%)
清酒	14.5~16.0	1.5~5	0.7~2.0	73~140
ビール	4.5~6.0	0.3~1	1.1~4.0	46~87
ワイン	9.7~13.9	0.1~10	8~10	10~90

酒の科学（吉澤 淑著・1995・朝倉書店）

日本酒の4分類

日本酒の味、香りの特性を、香りが高いか、低いか、味が若々しいか濃醇かの2つの軸で区切ることにより、いろいろな日本酒を、次の4つのタイプに分けることができる。

日本酒4タイプ分類



日本酒造組合中央会ホームページ

(3) 原料米と水

岐阜県日本酒党発刊の「飛騨美濃地酒ガイド」の巻頭で梶原拓岐阜県知事は、「お酒は、昔からハレの日・ケの日、神事など特別な催事には欠かすことができないものであり、日常では「若返りの水」とか「百薬の長」といわれ、親しまれてきました。岐阜県は海拔ゼロメートルから 3,000 メートルまでの変化に富んだ自然、東西交流の接点として人や文化が入り交じってきた歴史など、自然や伝統と人がほどよいバランスで共生している独特の風土を持ち、山の幸、川の幸、野の幸、民の幸に溢れています。(略) 美しい空気と水など自然のめぐみの中で、杜氏が心を込めて醸造した美濃・飛騨に伝わる多くの地酒は、親から子へ、子から孫へと代々受け継がれてきました。伝統にこだわり、味にこだわった地酒は、大手のメーカーのそれとはひと味もふた味も違ったふるさとのコクと香りがあります。」と述べられている。

今更、言うまでもなく日本酒は米と水で作られており、岐阜はそのいずれにも全国に誇る銘柄(名水)をもち、おいしい地酒が作られている。

米は、日常我々が食する米ではなく、酒造好適米と呼ばれる米を使用する。現在、全国で約 200 品種の酒造米があるが、内農林水産大臣指定の酒造好適米は 25~30 品種である。なかでも、兵庫県原産の「山田錦」と呼ばれる品種は「酒米の王者」と呼ばれ、各地の蔵元で使用されている。岐阜県では、「ひだほまれ」「ひだみのり」「美濃雄町」という品種がある。

当センターでの、県内の酒蔵へのアンケート調査(今回実施、詳細は後述)によると、回答のあった 137 の銘柄のうち、山田錦 27 件・ひだほまれ 32 件・ひだみのり 10 件・美濃雄町 4 件が利用されている。

一方、水の都という美濃地方をはじめ、岐阜県は清冽な水が豊富な地である。また、「名水」といわれる湧水や川も多く、水の清らかさ豊かさを誇る、国内でも数少ない地域である。県内には、木曾・長良・揖斐の 3 大河川が流れ、県内の地酒の多くは、この 3 大河川水系の伏流水で仕込まれている。

なお、環境庁発表の名水百選には、「宗祇水(八幡町)」「長良川中流域(美濃市・関市・岐阜市)」「養老の滝・菊水泉(養老町)」が選ばれている。

当センターでの、同アンケートによると、回答のあった 127 件のうち 87 件が 3 大河川の伏流水(井戸水を含む)であり、他は菊水泉や北アルプス・鬼岩等の山の湧水を利用している。

(4) 杜氏

杜氏の歴史

2000年の歴史を有し、日本文化の結晶といわれる日本酒。その酒造りに携わるのが、杜氏を長とする蔵人(くらびと)達である。

冬の酒造りに従事する蔵人達を、すべて杜氏とは言わず、実際は一つの酒蔵で杜氏と呼ばれる長(おさ)は、ただ一人である。蔵人と呼ばれる農・山・漁村の人達は秋の収穫が終わると郷里を発ち、翌春まで、酒どころ灘・伏見をはじめ日本各地の蔵元で酒造りに励む。室町時代にはじまりいまでも続いている伝統的な出稼ぎ職人の制度である。古代の日本では、酒は神まつりが行われるたびに、一年中随時造られ、しかもその酒を実際に造るのは神々に仕える乙女達で、それをたばねる年かさの女の人を「刀自(とじ)」と呼んでいた。これが、後世、酒造りが男の仕事に変わっていても、その発音を受けつがれ「杜氏」の字があてられるようになったと言われている。

杜氏の他の蔵人のうち、その役割によって、それぞれの呼び名ができていったといわれている。

頭 = カシラ 杜氏の補佐として、実際の作業の指揮をとり、人員の配置を担当する。

代司 = ダイシ(大司・麹屋) 麹造りの責任者。

もと廻り = モトマワリ(もと屋) もとを造る責任者。

「杜氏」「頭」「代司」の三人、あるいは「頭」「代司」「もと廻り」の三人を「三役」と呼んでいる。また三役以下の役人(やくびと)としては、米を洗ってから蒸すまでの作業を担当する釜屋(カマヤ)、出来上がった醪(もろみ)を搾る係を「船頭(せんどう)」、そして酒造り全般の作業に従事する「上人(じょうびと)」「中人(ちゅうびと)」「下人(したびと)」、さらに、炊事や使い走りにあたる者を「広敷番」とか「飯屋(ままや)」とか言ったが、現在では「三役」のほかは、こうした呼び名を殆ど使わなくなった。

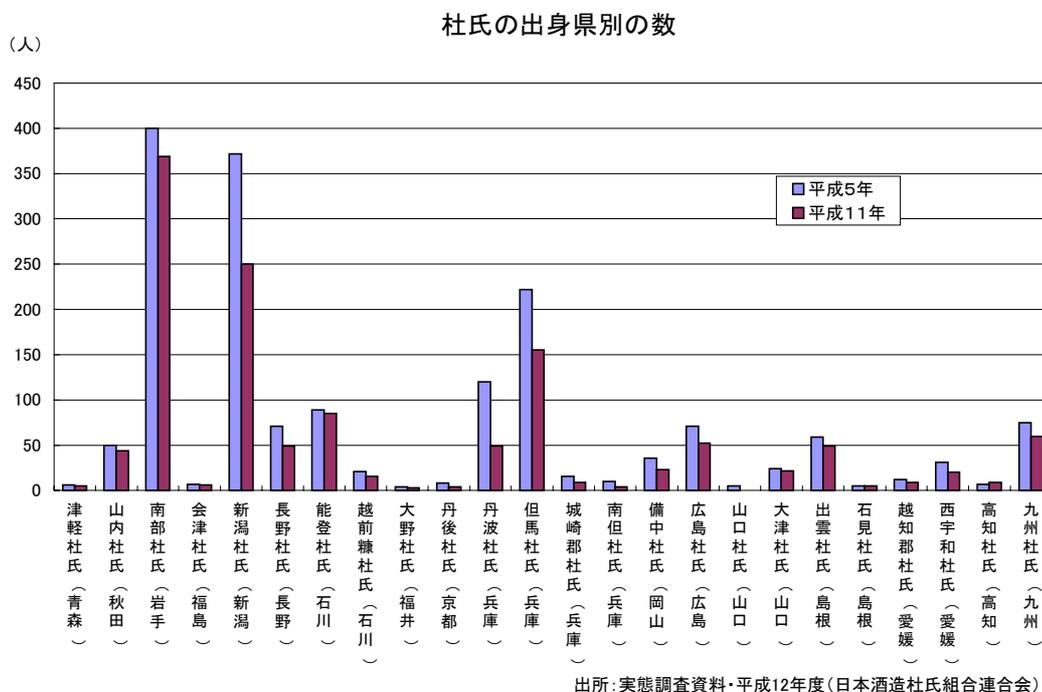
現在の杜氏

日本杜氏組合連合会に加入している杜氏の出身は津軽から九州まで23地区に分布している。約30年程前から蔵人数が減少し、かつ平均年齢も高くなり、後継者不足が大きな問題となっている。全体では、平成5年に1703名であったが平成11年には1297名と大きく減少している。特に新潟では372人から250人と減少している。一方、高知では唯一増加(7人から9人へ)した。各組合別では以下の通りである。

なお、現在では、杜氏の平均年齢は61.8歳である。

杜氏を含め、一般の従業員についても、若年層が減少し特に中小で高齢化が進んでいるのが現状であり、伝統技術の継承に不安が感じられる。こうしたなか、人手不足

対策として、自動制御など自動化の機器類の導入が検討されているが、長年にわたり熟練者の杜氏に任せていた中小企業の体制は、簡単には変えがたいものといえる。



県内の状況

県内の杜氏については、出身別に見ると、今回のアンケートへの回答のあった43人のうち、越後(新潟)が22人、南部(岩手)が9人、岐阜(地元)が8人、但馬・寺泊・能登・兵庫が各1人となっている。年齢をみると、県内の平均年齢は58.1歳で、全国平均よりは若干低いもののなお年齢層は高いといえる。

なお、岐阜県においても、蔵元が杜氏となったり社員杜氏が見られる。

(5) 酒類産業の現状～清酒を中心に～

清酒製造業者

平成10年度の清酒製造業者は全国で2073者(びん詰め法人を加えると2106者)あり、大企業13者・中小企業1921者・個人139者で中小企業の割合が99.4%と非常に多く、また、企業数及び課税移出(出荷)数量規模別に見ると、300kl以下が企業数1593者(75.6%)で11.7%の出荷、300kl～2,000klは417者(19.8%)で21.4%の出荷、2,000kl超は96者(4.6%)で66.9%の出荷である。このことから中小零細が多い事がわかる。

平成元年には2,327者が稼働していたが、10年で1割を超える業者が転・廃業したことになる。なお、事業所統計(総務庁統計局発表)では昭和61年から平成11年の間に、全国で7.4%の減少であり、酒造業界の厳しさが伺える。

県別にみると、兵庫・新潟の2県が100者を超えており、長野・福島・岡山の順で岐阜は愛知と同数の64者で全国9位となっている。

なお、酒造免許は製造場毎に付与されており、一法人にて複数の免許場を持つ場合もあり、また、個人事業者を含めた総称を「者」と呼んでいる。従って、一者という場合でも免許場は複数のケースがある。ちなみに免許場数は、全国で2307場であり、岐阜県は68場である。

規模別清酒製造業者数

(単位:者)

大企業 資本金1億円超 従業員300人超	中小企業			個人	計
	1億円超 300人以下	1億円以下 300人超	1億円以下 300人以下		
13	30	6	1885	139	2073

平成12年より「中小企業」の定義が変更されているが、旧の基準である。

企業数及び課税移出数量集中度

課税移出数量規模	企業数		課税移出数量	
	者数	集中度	数量	集中度
	者	%	kl	%
100kl以下	986	46.8	35058	3.3
100kl～300kl	607	28.8	90406	8.4
300kl～2,000kl	417	19.8	231181	21.4
2,000kl～10,000kl	80	3.8	245397	22.8
10,000kl超	16	0.8	475838	44.1
計	2106	100.0	1077880	100.0

共同びん詰法人39者を含む

出所:清酒製造業の概況(平成12年7月)国税庁

また、企業タイプ別にみると、全2,106者のうち卸売305者(14.5%)、小売・卸小売1202者(57%)、おけ売221者(10.5%)、集約参加213者(10.1%)、その他165者(7.9%)である。一方、岐阜県に目を転じてみると、県内事業者は64者であるが、卸売7者(10.9%)、

小売・卸小売 43 者 (67.2%)、おけ売 8 者 (12.5%)、その他 6 者 (9.4%) と自社で販売に拘わっている割合が多い事が分かる。

企業タイプ区分の基準

企業タイプ	基準
卸売タイプ	販売数量の 80%以上を卸売業者に販売している企業
小売タイプ	販売数量の 80%以上を小売業者に販売している企業
卸・小売タイプ	卸売業者と小売業者及び消費者に対する販売数量の合計が、販売数量の 80%以上となる企業で卸売タイプ、小売りにタイプに該当しない企業
おけ売りタイプ	販売数量の 80%以上がおけ売りである企業
おけ売りタイプ	販売数量の 50%以上がおけ売りである企業
混合タイプ	前記のいずれのタイプにも該当しない企業
集約参加タイプ	製造する清酒の全量を集約製造に参加して製造した企業

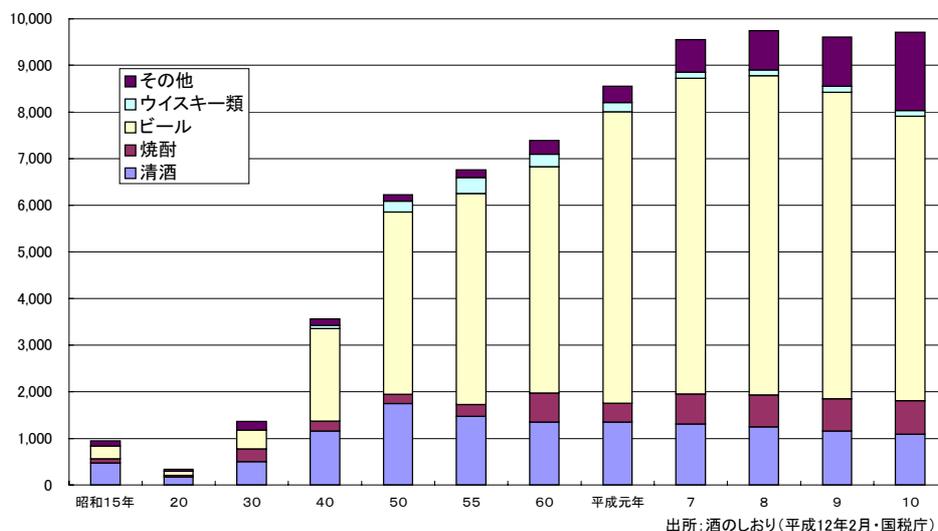
出所：清酒製造業の概況 (平成 12 年 7 月) 国税庁

清酒の出荷状況

平成 10 年度の課税移出 (出荷) 数量をみると酒類全体では 9,765 千 kl で、うち日本酒 (清酒) は 1,093 千 kl であった。

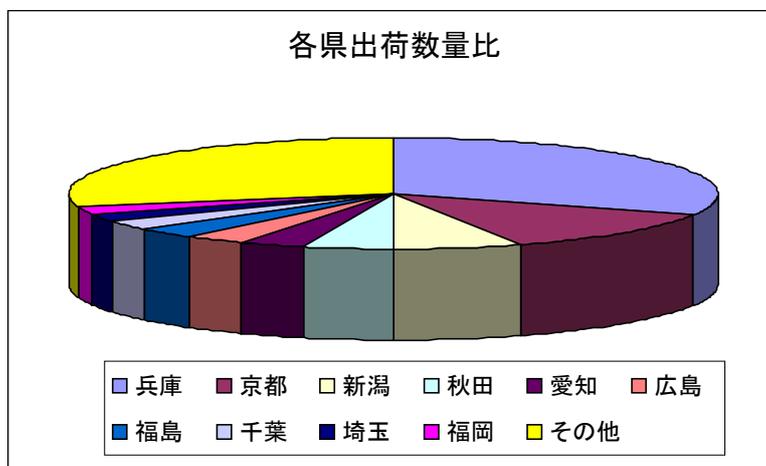
酒類全体では戦後順調に数量の伸びが認められたが、平成に入り、ほぼ横這いの状態である。清酒については昭和 50 年の約 1,700 千 kl をピークに減り続け、平成 10 年にはピーク時の 7 割をも下回っている。終戦直後には酒類の半数は清酒であったが現在では 1 割程度にとどまっている。一方、ビールは 3 割弱であったものが 6 割を超えている。(なお、発泡酒の含まれる雑酒を加えると 7 割を超える。)

酒類課税数量の推移



清酒の出荷数量を県別にみると、兵庫・京都・新潟・秋田・愛知が上位県で、中でも灘や伏見といった産地を持つ兵庫（灘）・京都（伏見）が多く、特に兵庫だけで全国の3割を占めている。なお、岐阜は16位となっている。

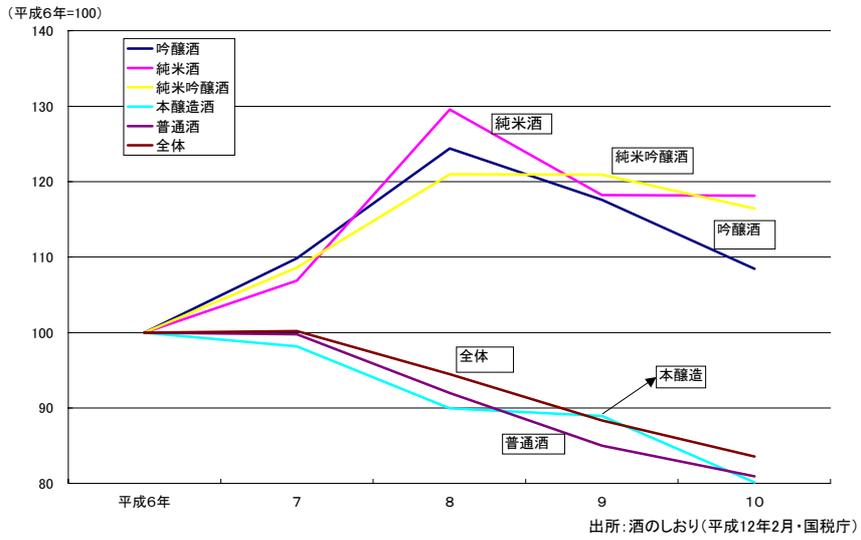
各県出荷数量比



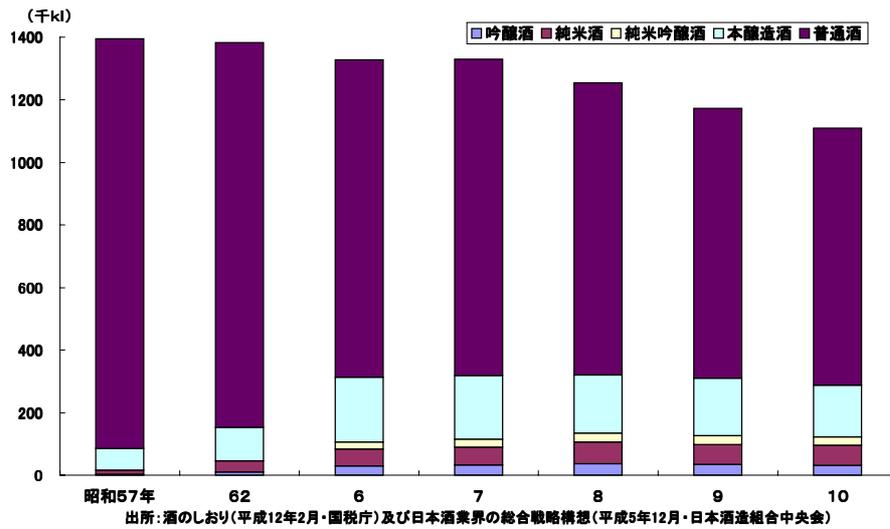
銘柄別出荷数量(2000年版日本酒類産業の現況より)は、月桂冠・白鶴・大関・松竹梅・日本盛・菊正宗・黄桜といったナショナルブランドが上位となっている。

次に清酒のタイプ別に見ると、清酒全体は減少しているが、特定名称銘柄のうち本醸造を除く、吟醸酒・純米酒・純米吟醸酒については、下図のごとく平成6年比増加している。

特定名称の清酒別課税数量



特定名称の清酒別課税数量



特定名称の清酒の表示

特定名称	使用原料	精米歩合	香味等の要件
吟醸酒	米、米こうじ、 醸造アルコール	60%以下	吟醸造り 固有の香味、色沢が良好
純米酒	米、米こうじ	70%以下	香味、色沢が良好
純米吟醸酒	米、米こうじ	60%以下	吟醸造り 固有の香味、色沢が良好
本醸造酒	米、米こうじ、 醸造アルコール	70%以下	香味、色沢が良好

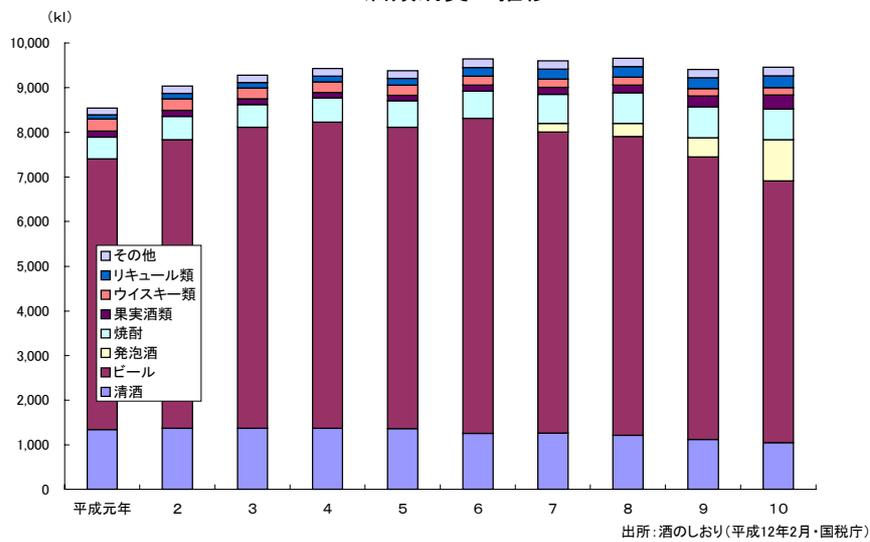
出所: 酒のしおり(平成12年2月・国税庁)

清酒の消費状況

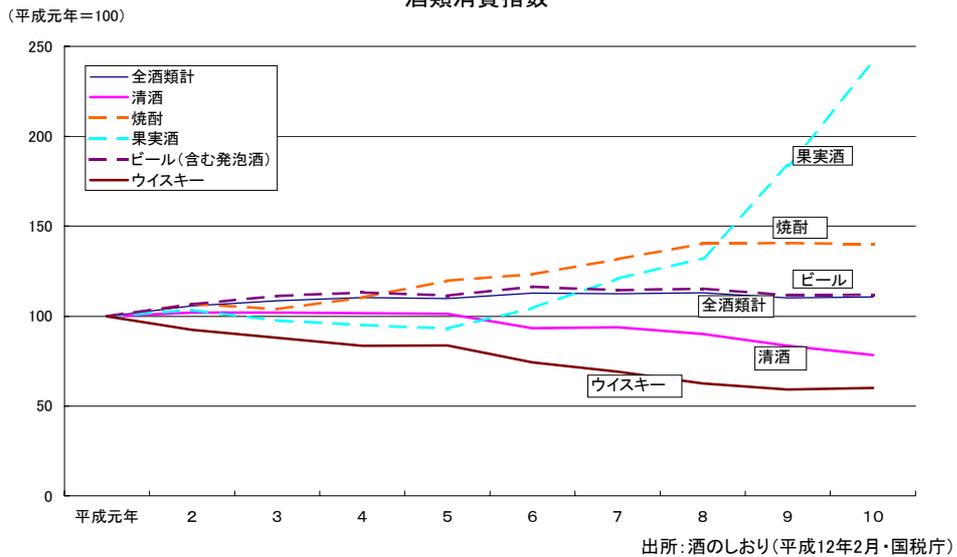
酒類の販売（消費）量を見ると、平成10年度は全体では9,456千klのうち日本酒（清酒）は1,052千klであった。

過去10年の推移を見ると酒類全体の消費はほぼ横這いに推移しているが、個別にみるとばらつきがある。主な酒類別に指数（平成元年を100）で見ると、果実酒（ワイン）で240・焼酎140・ビール（含む発泡酒）110・清酒78・ウイスキー60であり、酒類により開きが見られる。

酒類消費の推移



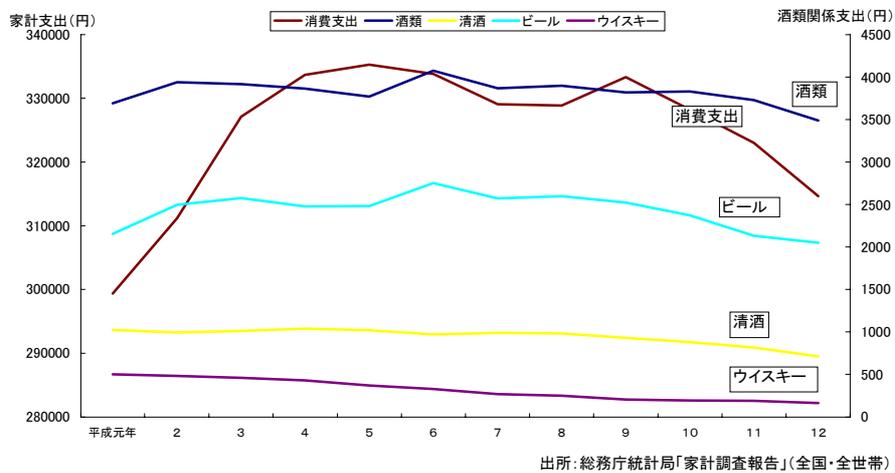
酒類消費指数



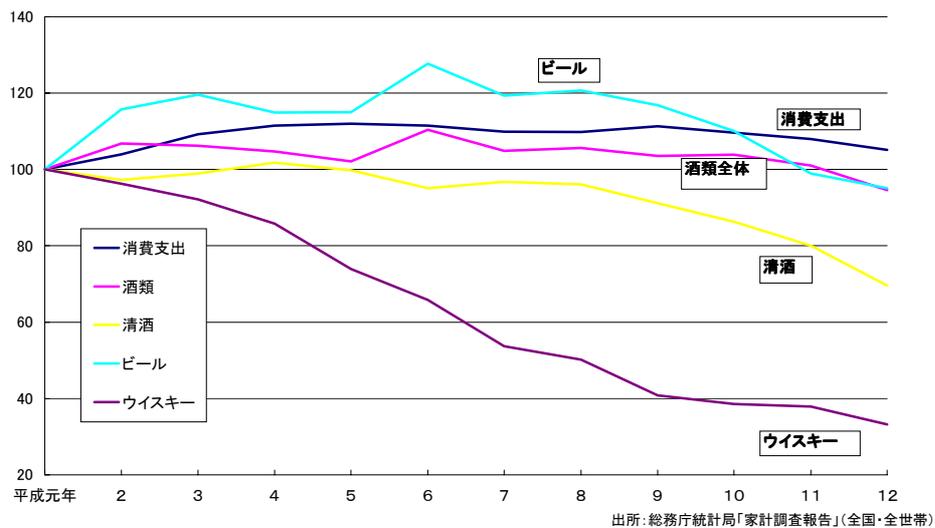
次に、清酒の消費量を県別（年間1人当たり消費量）に見てみると、新潟 25.6 ㍓・秋田 20.5 ㍓・島根 17.8 ㍓の順で、岐阜は 12.0 ㍓で 17 位であった。九州南部の鹿児島 1.4 ㍓・宮崎 2.9 ㍓・熊本 5.2 ㍓は清酒の消費は全国最低であるが、焼酎の消費は順に 22.2 ㍓・23.1 ㍓・14.5 ㍓と群を抜いている。

また、家計に占める酒類についてみると酒類関連支出はほぼ横這いであるが、平成元年の支出額を 100 とすると、平成 11 年には、清酒 69・ウイスキー33 と落ちこんでいる。

一ヶ月の平均家計支出と酒類関係支出の推移(全国・全世帯)



酒類関連支出指数



輸出・輸入

平成 11 年の酒類輸入通関数量は、前年より 23.8% 落ち込み 461 千 kl となった。前年に大ブームとなったワインの輸入が 48.3% 減少したことが大きく響いた。但し、ワインは、ここ数年急激に増加、平成 6 年と比べると 2 倍近くとなっている。ビールは平成 6 年をピークにその後は大幅に減少している。清酒は 3 千 kl 弱と酒類輸入に占める割合は非常に低い状況であり、海外の清酒は国内では受け入れられていない状況といえる。

一方、平成 11 年の酒類輸出通関数量は合計で前年比 21.7% 減少の 71 千 kl であった。最も数量の多いビールが 29.6% の大幅減だったことによる。次に数量の多い、清酒も 9.6% 減少した。清酒を国別にみると最もシェアの多い(42.7%) 台湾向けが 22.2% 減少したが、米国向け(シェア 21.1%) は 2.9% 増加した。

なお、海外における清酒は、アメリカで「月桂冠」・「白鹿」・「大関」他 8 社、ブラジルで「東麒麟」「大地」の 2 社で生産しており、アジアでは、韓国で「金冠」・「朝梅」「白梅」の 3 社、中国で「松竹梅」・「木戸泉」他 6 社、ほかに台湾・タイ・ベトナム・オーストラリアにあり世界中 23 社で生産している。

米国月桂冠の HP によると、米国の市場規模としては全土で年間約 7,200kl 日本レストランは約 3,500 店(ロスアンゼルスで 900 店・ニューヨークで 350 店)、他に数万店あるといわれている中国・韓国レストランでも清酒が飲まれている。

また、日本酒の海外市場動向(平成 10 年 6 月・日本酒造組合中央会)をみると、日本酒のトレンドとしてはワインと異なる「穀物原料の醸造酒」として独自の地位を確立できる可能性があるとして述べている。一方で、価格面での競争力が弱く高級酒としてのカテゴリーにあることや台湾・韓国・米国・カナダといった国を除くと日本酒に対する認知度はその飲酒法を含めきわめて低いこと等が挙げられている。ちなみに、イギリス・フランス・ドイツ・タイ・台湾のいずれも潤付けが一般的で、イギリスやドイツでは熱すぎるほどだそうである。

次に、日本酒造組合中央会のニューヨーカーへのアンケート(酒造情報平成 12 年 9 月号・10 月号)によると、飲酒回数では、年間数回飲酒する方が多く、中には「年 4~5 回だが、もっと飲みたい」といった声がある。飲み方としては、「ぬる燗」が多いが、飲む回数が多い人ほど「冷たく冷やして」という回答が多い。容器は「クリスタルグラス」・「カクテルグラス」が多いが、「升」や「お猪口」などを利用し、日本文化を楽しもうという動きがある。また、「夕食時」に「すしバー」・「日本食レストラン」でという飲み方が主流で日本酒に高級感をもっているようである。

1. 日本酒を取り巻く環境の変化

日本酒造組合中央会では、我が国の清酒メーカーを巡る市場環境の変化として、消費不況の長期化 原料米の国産依存 流通規制の緩和 杜氏の高齢化と減少 商品特性の分かりにくい製品表示 消費者ニーズの多様化等を挙げている。

(1) 消費不況の長期化

近時の家庭外飲酒の減少や企業交際費の抑制により、酒類の総需要が伸び悩み且つ低迷している。一方、個別の酒類でみると果実酒・焼酎・ビールは増加傾向にあり、清酒・ウイスキーが減少している。

(2) 原料米の国産依存

酒造原料米の不足を補うことと製造原価の引き下げとの両方の観点から、安価な外米の使用の研究が古くから行われてきた。特に戦後は食糧危機のため数回にわたって外米使用を余儀なくされた。

外米のうち加州米・韓国米などは原種が我国から伝わった品種であり、内地米と似ているので準内地米と呼び、普通外米と区別している。

醸造試験所設立（明治 37 年設立）後 1 年目に蘭貢（ランゲン）米（ビルマ産）が試されている。外米は発酵中や貯蔵中に特異臭（外米臭や加州米臭と呼ぶ）がつくため、除去について研究がなされてきた。しかしながら、その本体・発生機構が不明のための確な防止法は発見されていない。したがって、現状では高価な国内産米を使用せざるを得ない状況である。

さらに、清酒では、収量の低い酒造好適米が必要で、このような原料米の価格帯は、仮にビールを 1 kg50 円台とすれば、「山田錦」では、1 kg500 円に近く 10 倍ほどの格差がある。この原料米の格差はそのまま製品価格に反映され 1.8 割の清酒も 1000 円を切るものから、本醸造 純米 吟醸酒となると数千円に達するものも存在する。

(3) 流通規制の緩和

1994 年 5 月の酒税増税時、大手スーパーのダイエーが酒類価格の大幅な値下げに踏み切った。それまで酒類の安売りは、D S 中心であり、社会的な影響は少なかったが、ダイエーに続いて大手スーパーが値下げしたことで社会的にも大きな影響があった。こうして酒類の価格破壊が起きた。

さらに、大店法の規制緩和や酒販免許の運用緩和により、量販店や C V S の酒販免許

の取得・D Sの参入により、一般酒販店の衰退・大手酒販店の集中化・D Sのグループ化・C V Sのチェーン化等の業態変化が進展するとみられ、全体として流通システムの再編がネットワーク化によって進展すると思われる。

日経ネットビジネス 12月号によると、酒類卸大手の“国分”は平成12年12月より清酒販売サイト「地酒蔵元会」(URL <http://www.kuramotokai.com>)を立ち上げる。

全国の地酒を小売業を介してインターネット上で販売するため、蔵元と小売業をネットワーク化し、地酒ならびに多彩な地酒関連情報を生活者にわかりやすく発信するためである。既に、岡永では、「日本名門酒会」を主催しており、大手の酒類卸では、メーカーとの結びつきを強めようと言った動きも見られる。

このように、小売り段階での規制緩和を契機として流通システムが再編され、メーカー・小売・さらに卸売の経営的性格も変化を迫られている。

(4) 杜氏の高齢化と減少

全国的に見て杜氏の数大きく減少(平成5年の1703名が平成11年は1297名)しており、生産システムの技術革新が求められている。(詳細は後述)

古く酒造業界では、「杜氏が酒をつくって問屋が売る」といわれ、原料米の選択や酒質の決定から経営管理まで杜氏の製造面における意志決定の領域が大きく、メーカーにおいて経営者の役割が不明確であった。最小限の自動化(瓶詰めや絞り等)の規模が拡大されても家業的性格が強く残存し、経営環境に対して生産システムを変革する動きは少ないといえる。しかしながら、杜氏による冬季限定の生産ではコスト削減には限界もあり、また、原価の60%~70%を占める原料米の価格によって収益性が左右されている。

こうしたなか、「融米づくり」や「液状仕込み」といった技術革新の普及が求められ、そのためには大規模な機械化投資が必要であり、中小規模が多い業界では厳しい状況と言える。灘や伏見の大手メーカーでは自動化装置の導入と操業の拡大によって規模の経済性を追求し、生産コストの削減をはかってきた。このように灘や伏見といった大手メーカーのコスト面での競争力が強化されればされるほど、中小規模の地方メーカー(ローカルブランド)は高級化をせざるを得ない状況である。中小規模のメーカーでは、「自動化された装置としての工場」よりも伝統的な杜氏の「手作りを基本とした蔵」を差別化のために強調せざるを得なくなっている。

杜氏の高齢化と減少は中小メーカーにとっては死活問題であり、杜氏の熟練技術をマニュアル化した自動化施設での省力化をはかり、コンピューターでの集中管理システムの開発が課題となっている。しかし、新たな工場建設を伴う投資は20億円とも30億円ともいわれ、とても中小規模ではできない。杜氏を確保できなくなった小規模メーカーでは近接するメーカーの杜氏に兼務を要請するなどの対応も見られる。県内でも、1人

の杜氏が2つのメーカーを兼務している例が見られる。

(5) 商品特性の分かりにくい製品表示

日本酒の表示は、原材料名・製造時期・保存又は飲用上の注意事項・原産国等を表示する事となっているが、生産者本位になっており、消費者は、甘い・辛いや吟醸酒・純米酒などの表示を見て判断しており、酒の特性を容易に判断できる分かりやすい表示が少ない。

(6) 消費者ニーズの多様化

酒造組合中央会では、全組合員を対象に12%未満の低アルコール清酒を出荷しているメーカーへ商品開発や製造販売の現状を調査した。(酒造情報平成12年3月号)

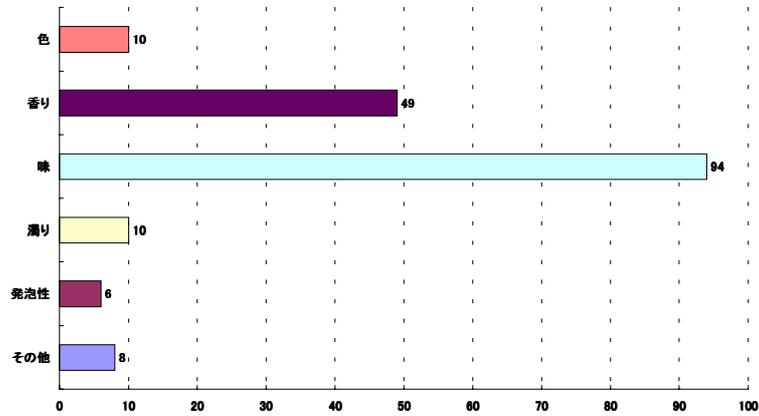
これによると、メーカーとしては、「香り」や「味」にこだわって、冷やして飲む20歳~40歳の女性をターゲットにしている。

ところが、酒類の消費をみると、20歳~40歳の女性にも人気の高い果実酒「ワイン」は前述の如く、平成元年を100とすると平成11年で240と2.4倍の消費があり、また、ワインの輸入を見るとここ5年で1.5倍の伸びており、メーカーと消費者ニーズとの開きを感じられる。

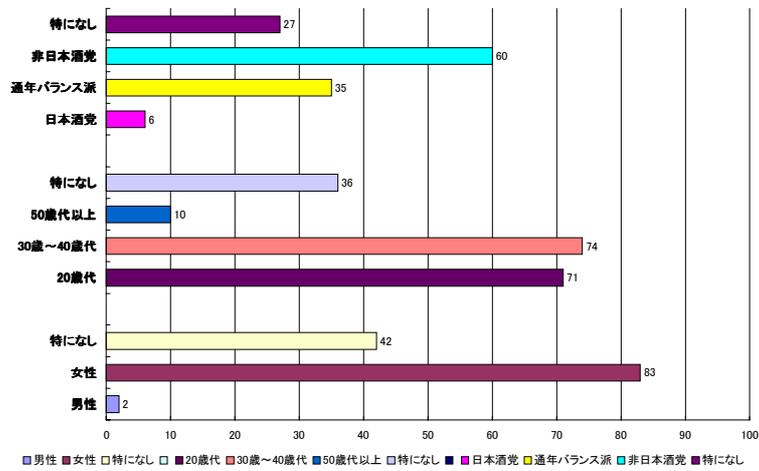
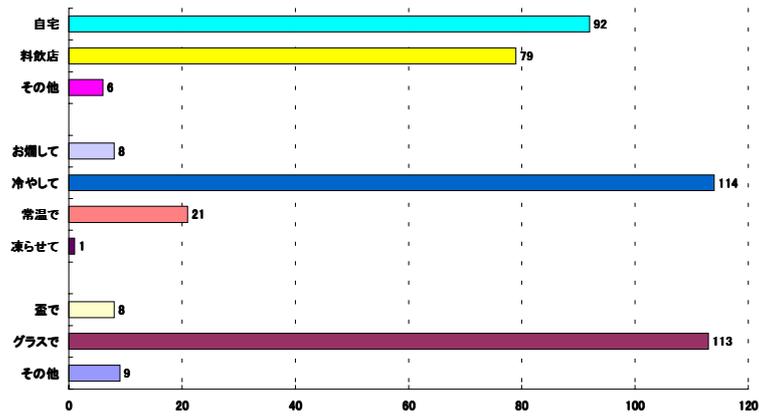
こうしたなか、男女を問わず人気のある焼酎やウイスキーでは飲料時ほとんどが水等で割ったり(飲酒時のアルコール度数はおそらく10度を下回っている)、ビールのアルコール度数は5%程度である。このことを勘案すれば低アルコール清酒の開発が望まれる。

当センターのアンケート調査では、度数15度を下回る日本酒については、総じて肯定的で、世界全体が低アルコール化の傾向にある事や消費者のニーズがあれば、といった意見があった。また、既に炭酸ガス入りの商品や純米発泡酒を販売している酒蔵もあった。一方で、風味・コク・品質の点で疑問符を挙げる回答もあり、味の面でのこだわりが感じられた。しかしながら、清酒の販売実態をふまえると消費者のニーズにあった商品開発が望まれる。

酒質の特徴

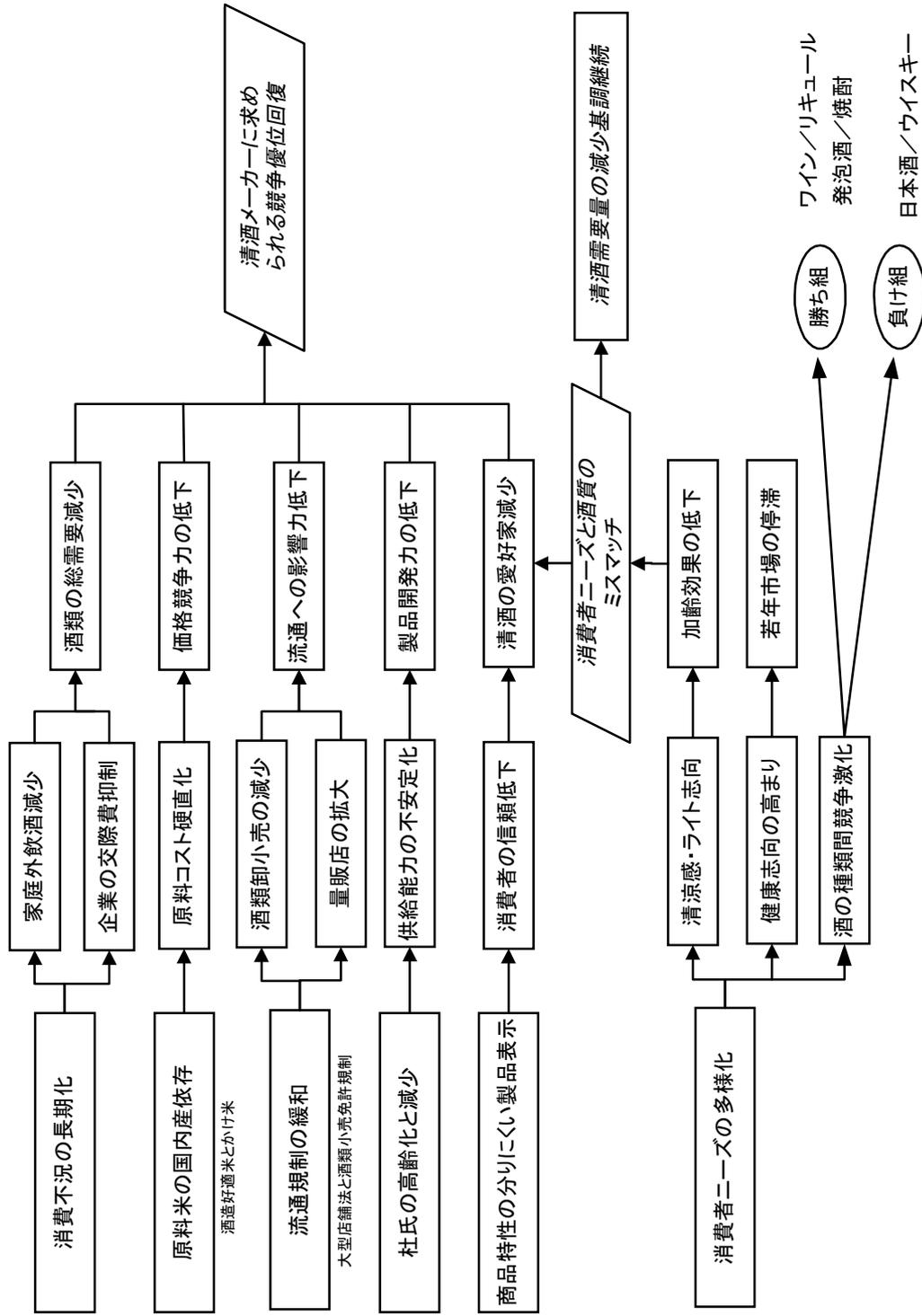


意図した飲酒環境



出所：酒造情報（平成 12 年 3 月号・日本酒造組合中央会）

清酒メーカーを取りまく環境変化について



2. アンケート結果

(1) 調査の概要

岐阜県酒造組合連合会によると、県下には 岐阜酒造組合（11 者加盟内 3 者休場以下同）西濃酒造組合（11 者内 2 者） 関酒造組合（13 者内 2 者） 多治見酒造組合（8 者） 中津川酒造組合（8 者内 1 者） 飛騨酒造組合（13 者） 以上 6 つの組合があり、64 者が加盟している。そのうち 8 者が休場している。当センターでは、今回の調査に当たり休場を除く 56 者の蔵元へアンケート調査を実施した。

以下に、調査結果の内容を記載致す。

質問項目 酒蔵の概要（社名・代表者名・郵便番号・住所・電話番号・FAX番号・創業年）

銘柄 （銘柄名・その由来・原料米・水）

杜氏 （氏名・出身地・年齢）

販売面 （海外販売・HPの開設・インターネット販売）

酒蔵の公開

自由記入

（岐阜県の酒蔵の強み・インターネット販売・輸出・酒蔵の公開・度数 15 を下回る日本酒）

設問 から については、当方にてインターネット等を利用し調査の上、記述し加筆修正をお願いした。設問 については自由記入とした。

(2) 調査結果

酒蔵の概要

県内 56 者のうち江戸時代から創業している蔵は 31 者・明治時代 19 者・大正以降 3 者不明 3 者であり、また 46 者が創業 100 年を超え歴史と伝統のある産業である。酒造りの歴史については前述の日本酒の歴史を参照のこと。

銘柄

次に各蔵での代表的な 3 銘柄についての質問で、原料米については、岐阜県米である「ひだほまれ」「ひだみのり」の利用が最も多く、次に最も代表的な酒造適合米である「山田錦」「五百万石」が多い。また、完全な無農薬米「白雪姫」を利用した酒造りもなされている。

使用水については、多くが 3 大河川に代表される河川の伏流水を利用している。

杜氏

米・水とならんで酒造りに欠かせないもう一つのもの、それは杜氏である。杜氏の

歴史由来等は前段に譲るが、県下の酒蔵における、杜氏の出身地については、やはり半数以上が越後（新潟）出身で、南部（岩手）が次に多い。年齢をみても多くが高齢であり後継者の問題は存在する。一方で、30歳代の社員にて杜氏を任せているケースや蔵元自ら杜氏となっている蔵もある。

販売面

海外販売については有効回答27者中6者が実施しており、1者が検討中残りの20者については実施の予定はないとしている。自由意見には、海外での日本料理ブームにのり日本酒を売り込みたい。東南アジアへ日本酒をアピールすることで消費拡大をはかる。単独での輸出は難しいが、日本料理や屋台など食文化とのセットで海外への広がりを期待する。輸送手段の安値化や通関手続きの簡素化が進めば可能性がある。興味はあるがルートが分からない。小規模なので個々では難しい。との意見があった。

次に、インターネットでの販売だが、11者で実施しているが注文は半数がほとんどなく、あっても週に数件程度で国内からの注文がほとんどとなっている。

一方で、実施していない酒蔵では半数以上が実施の意欲があると回答している。

21世紀のビジネスとして期待している。将来性は認めるが、現状では購買層とインターネット利用層のギャップがある。致酔飲料である清酒の販売には、十分な検討が必要である。固定客を如何につかむか。といった意見がありました。

酒蔵の公開

酒蔵の公開については、既に33者が実施しており、今後2者が予定している。未公開の蔵では、日本酒に興味のある方のみ実施し日本酒を楽しんでもらいたい、としている。日本酒は日本文化の代表的なものであり、蔵元を公開することで広く国民に日本酒を理解してほしい。といった意見や、地域の再開発を検討中でその中心となっている。といった、蔵を利用したまちづくりをめざしている蔵元もいる。

自由記入

岐阜県の酒蔵の強みについては、岐阜県という、山紫水明のイメージと美濃・飛騨というブランド、特に観光地“飛騨高山・白川郷”の知名度の高さ。木曾三川の精緻な水の流れと良質な米を挙げている。

低アルコール度数の酒については、消費者のニーズに対して応える時期が来ている。味・コクとの関係で難しいかもしれないが開発が望まれる。といった意見があった。

なお、自由記入欄については 6. アンケート自由記入欄に詳細を記載した。

3. 岐阜県の酒蔵の今後

中小規模の酒蔵がナショナルブランドと経済面（価格面）で対抗する事は現実的とはいえず、従って、中小の多い県内の酒蔵は、岐阜県のイメージとしての“山紫水明”・“おいしい水”・“豊かな自然”・“歴史”を全面に出した戦略を考える事が大切であろう。

(1) 成功事例に見る販売戦略

昭和48年、宮城県の小さな町に、地域の小規模な酒蔵四社（松緑・勝来・矢本菊水・竜冠）の若手経営者がそれぞれの伝統と歴史に幕を閉じ、特徴の本物の酒造りを目指して一つの企業に統合、誕生した。「一ノ蔵」である。従来の「のれん（ブランド）」を捨て、新しいものへの挑戦であった。全く新しい無名のブランドの売り込みから始まった。

まず、仙台市内へのローラー作戦である。市内の酒販店をくまなく回り知名度アップを図った（仙台市内の小売店のカバー率が10%から70%へアップした）。次に、大手酒類卸である岡永主催の日本名門酒会への参加（昭和50年に発足し消費者・蔵元・問屋・販売店をネットワーク化した。現在では、全国約100の蔵元と2000の販売店を組織する。）や試飲会「東京一ノ蔵を楽しむ会」（第一回は昭和53年、現在は東京・大阪・名古屋で開催）の主催等、次々と展開し、ブランドイメージの確立と販売の促進を行った。

現在では、全国に数ある銘柄のうち42位の売上を誇っている。（醸造産業新聞社調べ）

ナショナルブランドではない銘柄で、且つ歴史の浅いメーカーでのこうした取り組みを参考にできないものだろうか。

(2) 消費者の目を引く商品開発を

では、岐阜県のイメージをどのような形で表現すればよいだろうか。

まず、1つ目は、安価な普通酒より特定名称銘柄や消費者の目を引く様な趣向を凝らした酒の開発が望まれる。岐阜県においても“杜氏の高齢化”はさけては通る事ができず、伝統的な杜氏の“手作りを基本とした蔵”のイメージを強調せざるを得ない。既に、県内の酒蔵で、地酒ウオッカや黒米による新酒、発泡性を持つスパークリング酒等新たなる需要拡大に向け新商品を開発・発売しており、引き続き活躍を期待する。なお、独自に研究会を立ち上げ、地酒の振興並びに商品開発にあたっている所もある。

また、消費者の清酒ばなれの一因として述べた低アルコールへの対応が望まれるところであり、低アルコールについては業界全体での推進体制を考える事も必要だ。

(3) インターネットへの積極的参入を

次に、インターネットを利用した販売については、当センターの調査では、県内の酒蔵の半数がホームページを開設しており、うち 11 の蔵がインターネットを利用した販売（直販）を実施しているが、その多くが利用実績はきわめて少ないという回答であった。一方では、地酒サブライウェブを立ち上げ、ウェブ上での受発注並びに配送管理の一元化に目途をたてた酒蔵もある。

アンケートでは、これからの時代避けて通れない販売手法であることは認識しているといった意見がある一方で、インターネットを利用している年代層と酒の販売層のギャップを指摘する声や人と人とのつながりを大切にするとといった、否定的な意見もあった。

しかしながら、今や少額の投資でその仕組みへの参入が可能な事や楽天市場（こちらでは小売りサイドでの動きとなるが）の活況を勘案するに、積極的な参入を期待する。座しては市場の拡大はない。また、黙っていても、需要の拡大はありえない。アンケートの声にもあったが、まずは宣伝手法の一つとして考えるのも手ではないだろうか。店頭だけでなく、インターネットといった新しい媒体を利用してイメージを高める事が必要ではないか。「日本名門酒会」や「地酒蔵元会等」への積極的な参加をすることが求められる。岐阜においても酒卸業者がHPで蔵元を紹介しているものもある。

一度顧客となれば、タイムリーな情報提供が可能となる。インターネットメールを利用した顧客との直接の会話が必要である。

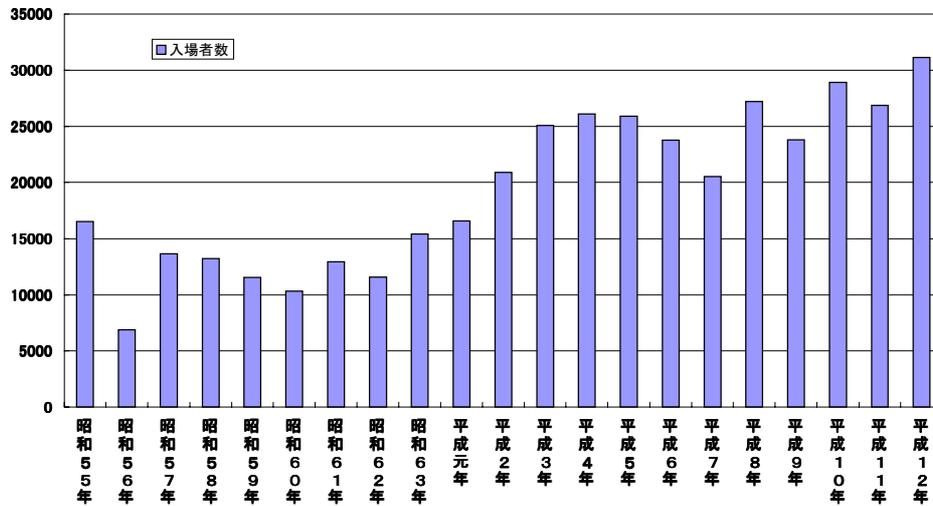
(4) 酒蔵公開による販売促進を

次に、そうした需要の掘り起こし策の一つとして、酒蔵の公開が考えられる。

県内有数の観光地である高山市内の蔵では市内観光協会とタイアップし、高山観光の冬の目玉として「酒蔵をみる冬の旅」を昭和 50 年より実施している。平成 12 年には、年間 3 万人を超える観光客が訪れている。岐阜県を代表する観光地ならではの戦略と言える。

なお、岐阜県ホームページによると、県内には、いくつかの産業観光の実例や構想がある。例えば、飛騨地域には家具・木工製品の展示即売施設や体験施設、酒蔵めぐり、東濃には作陶体験施設や窯元めぐり、石の総合博物館・体験学習施設があり、古田織部にちなんだオリベストリートなどもある。中濃には刃物や和紙の博物館、西濃には薬膳料理や薬草湯を体験できる施設がある。産業観光は、参加体験をしたい、地域をもっと理解したいというような知的な旅を求める観光客の多様なニーズに対応できる新たな観光資源になっている。

高山入場者数



(社)岐阜県観光連盟発行の'98岐阜県観光百科においても、柴田酒造(株)(北方町)・菊川(株)岐阜工場(各務原市)・玉泉堂酒造(株)(養老町)・御代桜醸造(株)(美濃加茂市)・中島酒造(株)(瑞浪市)・(有)大橋酒造(蛭川村)・はざま酒造(株)(中津川市)・いとう鶴酒造(株)(恵那市)・岩村醸造(株)(岩村)・天領酒造(株)(萩原町)・高木酒造(株)(金山町)が紹介されている。

県下全体をみると既に32(うち高山8)の酒蔵が公開しているが、当センターでのアンケートによると公開については、多くが積極的であるものの直接の「商売」に結びつくとは考えておらず、サービスの域を超えていない。酒作りの文化を伝える手段一つとしてや、中心市街地活性化のための一助として考えている蔵もある。

また、日本酒は日本の代表的な文化でありその啓発としてや、田植え・刈り入れ・仕込み・搾りといった参加型の公開を実施している蔵もある。

「一ノ蔵」の販売戦略はイメージ・知名度のアップを図る事に力点を置いたものであった。ブランドのイメージを向上させるためには、インターネットや酒蔵公開による手法をとる事も一つの手段と言えよう。

4. アンケート自由記入欄

以下に前述のアンケート自由記入欄でのご意見を記載します。

(1) 岐阜県の酒蔵の強みはなんだと思いますか

- イメージとして、水と空気がよい。主産地ではなかったのに、独自の戦略特徴で勝負している。
- 地元のシェアが高い。消費者が、地元の酒を大切にしている。消費者が地元の酒を誇りにしている。各蔵元が、良酒の醸造を心掛けている。
- 山紫水明な地域なので、水が良い。飛騨とか高山とかは、全国的に知られているが、岐阜というピンとこない。逆に、知られていない強みがあるかも！？
- 木曾三川の清冽な水と寒冷な気候。
- 自然環境が良いこと。又、水、米、労働力の質の良さを強調して行く。
- 岐阜県というイメージ。(空気がよくて、水がいい。自然体)
- 水質が山系(湧水)であるので良質。気温が冷え込む。
- 良質の水に恵まれている。
- お米、水、気候の良いところ。
- 美しく、おいしい水に代表される。良い酒造環境であると思います。
- 豊かな水と、山に囲まれた中での酒造り。
- 山紫水明の地にある事。特に水の良い事。
- 良質な酒造好適米が地元にある。酒造りに必要な水が豊富にある。地元で消費される。
- 水と酒造米。
- 県全体として、一くくりにするのは難しいのでは？
- 県全体としては、無い。各々の蔵にはあるが.....
- お互いにライバル意識をもち、切磋琢磨しているからだと思います。
- 県外の消費者からは、山・水等が豊富な自然環境の良い県だというイメージが強い。そして、飛騨の寒さのイメージも酒蔵にとっては良い。
- 飛騨の酒蔵は、高山の知名度が全国的だということと、多くの観光客が訪れ、おみやげ需要も有り、強みだと思うが、美濃の酒蔵は特に無い。大消費地区である名古屋も近いが、その反面、ナショナルブランドの攻勢も強い。
- 飛騨を除いては、特に強みはない。
- 飛騨高山、白川郷のイメージは全国的である。しかし、それに比べて、美濃地方は今一つ弱い。
- 飛騨は、寒冷地で、酒造りに適し、また地下水にも恵まれており、原料米も吟味して良質な清酒を製造していることが、地元、また観光客に受け入れられている。
- 飛騨・美濃というブランド、環境の良さ、気候(酒造りに適している)、お米、酒水は山紫水明な酒造用に適した軟水が豊富に有る。酒米は、「ひだほまれ」中心として良質米が採れる。
- 有名な観光地。

- 小社は、岐阜県重要有形民俗文化財に、酒蔵と酒造用具類等の指定をしていただいております。そして、この3年は、黒米でも酒を造り、好評をいただいております。但し、交通の便が悪く、片田舎ですので、位置が分かりづらい事がネックとなっています。
- 東西の間にありながら独自の文化があり味がある。みな個性的な酒蔵である。
- 豊かな自然山が多いので水に恵まれていると思う。また、個性的な蔵元が多いのでその辺をアピールしていったら？

(2) インターネットでの販売について

- 当社では、来年2月に地酒サプライウェブを立ち上げ、ウェブ上での受発注並びに配送管理の一元化を完成。また、地酒マチャダ・イソング研究会を設立し、地酒の振興並びに商品開発にあたっている。
- 現在、販売をふまえてのH.Pを作成中です。どんどんやって行くべきだと思うが、どこまで売れるかは疑問。
- 問い合わせ、多々あり。
- 今後、期待できる販路！
- 研究中。
- これからの流れと思います。
- 準備ができしだい、H.Pを公開し、ECへと進みたい。
- 販売より宣伝中心に考えています。セキュリティ等環境がもっと整備されませんと、売り手先行の現状はなかなか変わらないと思います。
- 消費者に、商品、地域、酒蔵、蔵元の方針等、直接的に訴える手段として有効。体制を整えたいうで取り入れたいと考えている。
- これから、どこの蔵もインターネットでの販売を推進して来られると思いますが、直接の言葉とか商品とかかわらない為、私としては、おもしろみが少ないと思います。
- 日本酒のみならず、酒類全般がインターネット販売に参入して、競争の時代を迎える。
- 実施に向けて検討。
- 時代としては、利用しなければならないが、私自身は、人と人とのつながりを大切にしたい。
- 購買層とインターネットを利用する層(年齢)にギャップあり、将来の可能性はあるが。
- 21世紀のビジネスとして必須！ただし、どこにも無いような商品開発が必要。ありふれたお酒では、どこでも手に入るので、買わない。
- 魅力は感じるが、地元中心の商売をしたいので、インターネット販売は予定していない。
- 取組に時間がかかる。
- 社内的に体制受けの整備と入金処理の問題が、当社では問題があります。
- 実績が上るまでには、数年かかるでしょう。
- 酒蔵の公開については、問い合わせが少し有りますが、販売の方は皆無です。
- 必要な場面に入ったと思うが、効果は少ないと思う。
- 致酔飲料である清酒の販売には、十分な検討が必要である。

- 考えてない。
- 弊社の場合、固定客になることが多い。
- まだ時期が早いと思っています。
- 流通のかね合いで、なかなか難しい点も多いが、小社の様な特殊な酒の場合は近くの酒店に置いてない為興味はあるが飲んだことがないというお客様にお届けすることができて便利だと思う。なお、販売だけを考えず情報を更新して企業アピールの1つの道具として考えた方が良いのではないか。あまり売上を期待すると、ちょっと……。
- まだ、実績のある仕組みとパフォーマンスというか展開ができていない。

(3) 酒の輸出の可能性について

- 日本人が多く海外に住んでいます。その日本人の所に売っていくと、又、近年世界中に日本料理ブームがあり、そのブームにのって日本酒を売り込んでいく。
- 毎月200ケース単位で、アメリカへ輸出している。
- 現地の飲食店等の需要があれば、その分だけの出荷をしている。
- 日本人が酒を飲まなくなったので、外国の人に進めるしかないかも……海外での酒の製造をやって見える蔵があります。私共では、考えられません。
- 東南アジア(特に中国)の人々に、日本酒がアピール出来れば、輸出は、日本国内の消費量より多くなる可能性がある。
- Taxの件、輸送の件で、実施までに行かないが、インターネットでの販売の依頼が多々ある。
- 酒が今のようにマニアックか安いという選択から、グローバル性を持つようにならないければ、日本食との関連以外は難しい。海外生産の方が安い。
- 国際クロネコ便とかペリカン地球便とか、もっと運送費が安くなれば大いに可能性は大である。それで通関手続きの簡易性が増せば、大々である。
- 引合あれば輸出したい。
- 将来も続くであろうが、心配なのは逆の現象。すなわち、外国で生産される米を原料として醸造された清酒の輸入の問題。
- 興味はありますが、ルートやノウハウが全くわかりません。どこにたずねるのかも、わかりません。
- 単独での輸出は難しいと思うが、日本料理や屋台など、食文化とのセットで、海外での広がりを持つことは、期待できる分野と考えている。
- 小社のみでは無理と思う。興味を持っていこうと思う。
- 個々では、むずかしい。
- 負債等について保証できない。具体的な話がない。
- 増加しないでしょう。(品質管理の問題等)
- 現状ではなし。
- 考えていません。
- 特にない。
- 特に考えていません。

- 小規模のため、対応ができない。
- 現在のところ、多くの量が海外で消費されるとは思えない。
- 不勉強であり、リスクに対しても構えができていないがやりたいと思う。
- 既に少量を輸出している。日本酒のメーカーがアメリカやヨーロッパに出向きあちらで試飲してもらうパーティを開いているが大変評判はいいらしい。そうやってがんばっているメーカーもあるのだが、多くの量を輸出するというのもそうたやすいことではないと思う。(先方の国の景気などにも左右されると思う。)

(4) 酒造の公開について

- 事前に申し込みをいただいた方については、対応している。日本酒に興味を持っていただくという意味で、積極的に行っていくべきだと思う。
- 予約団体について、実行している。月～金に限ります。
- ただ見せるだけではなく、日本酒の興味の有る方に蔵を見てもらい、日本酒を楽しんでもらうこと。(一般公開はしない)
- 現在、大垣市の中心市街地活性化の一環として、当社を中心とした地域の再開発を検討中であり、平成14年3月完成の予定である。その時に、酒蔵公開を事業として取り組む予定。
- 人員不足のため、公開継続は難しい。
- 実際、観光バスが入って来て、行っていますが、地名を売り込むには効果が上っている。揖斐地区には、造り酒蔵が有る事のPR大です。
- 酒造りは、人間の資質が特に要求される。単に食品を造るのではなく、人間教育の教育者として資格が有るかどうかが問われる。この説明をすると、リピート客が話を聞きたいと度々訪れる。
- 日本酒のイメージを消費者にアピールする方法の中で、現在一番喜んでもらえる。
- 田植え、獲り入れ、仕込み、搾りと1年に4回公募して、体験させていただいています。これから3年計画です。
- 誰にでも見せることは、考えていない。限定公開まで。紹介者があれば、又、得意先であれば、現在でも行っている。
- 日本酒は、日本の文化の代表的産物であり、蔵元の宣伝効果とは別に、広く国民に対して日本酒に理解を深めてもらう意味でも、酒造の公開は必要。
- 現在も行っているが、場所が狭い為、多人数は無理。15名位までが適当と思う。
- 各蔵にて対応するしかない。
- 大いに門戸を開くべきだ。
- しても良いと考えている。
- 現在、非公開。将来は、施設が整った時点で公開。
- 日本人の日本酒離れにならないよう、昔ながらの造りを見て、知っていただきたい。
- 消費者にカルチャーショックを与えるので、良いことだと思う。
- 積極的に行っている。
- 今後も、今まで通り続ける予定。

- 現在している。良いことであると思う。
- している。
- 7年程前より、酒造り体験会もやっています。酒造の公開というより、年間を通して予約制で、少人数(20名ぐらい迄)の方々を酒蔵へ案内し、お酒の出来方、うんちく等々、お話をいたしております。
- 事前連絡あれば、いつでも可能(対応)。
- 小規模のため、対応が出来ない。
- 企業秘密のところもあり、又、酒造期は人手がたりませんし、余裕もあまりありませんので、一般公開は難しいです。
- 酒造りは、一般の方にとり、とても見るのは面白いと思う。特にもろみやしぼりたての試飲などは良い宣伝になると思うが、小社の場合人手が少ないので突然来られた方に十分なお説明をできる者の手があいていない場合もある。しかし日本酒を心から愛している方には是非蔵の見学をしていただきたいという気持ちもある。
- 古すぎる蔵なので、あまり見せられるようなところがない。

(5) 度数15を下回る日本酒の販売について

- 経済酒は発売している。来年からは、違った切り口の低濃度酒も発売の予定。
- 13%商品が多くなりました。8~9%、研究中。
- 世界全体が低アルコールの傾向にあり、その為には、15%以下の清酒を売るべき時期にきていると思う。特に今年、スコットランドに行き、スコッチウイスキーが出ない時代です。日本人全体が健康指向である。
- 将来的には、15度以下の日本酒に移向していくものと思われる。酒造業界全体の課題であると思っている。
- すでに14度の酒は出しているが、近々12度程度の発泡性にごり酒を発売する予定。
- 特定名称酒・一般酒は、当社では、主に14度台です。商品によって、原酒で販売した方がいいものは原酒で、また、ユーザーはいろいろな人がいろんなタイプを好まれる時代です。
- 13.5度の生、純米酒をコンビニ対象に新発売。
- 順調に売れている。
- 風味と品質維持が伴えば、可能性有り。
- 考えていません。
- 度数は14度位までで、それ以下の日本酒は、味のバランスが崩れるため、成功するとは思えない。伝統的に15度前後だったというのは意味があると思う。
- 販売いたしております。お客様の好みも多様化しております。ニーズに応えられるよう、様々なレパートリーをそろえる必要を感じます。
- 嗜好の多様化への対応としては、検討も必要。
- 14~15度の酒が美味しいと思っている。13度の酒も販売している。
- コストだけのことなら、やらない方が良い。
- こちらは、ウエイトが移行していくのが自然の姿だと思う。今のアルコール度数は高い。

味、コクとの関係で一概に言えないが、11～14度の商品の開発を急ぐべきだ。

- 今は無いし、今後も無い。
- バランスのとれた酒質で、開発したいと思っています。
- 一般消費者の皆様のご要望であれば、別に問題ありません。私共では、昔ながらの酒の味とアルコール度を極力守って伝えていきたいと思います。
- 日本酒の新しいジャンルの一つとして、消費者に好まれれば定着するが、水っぽくなるところが弱点。
- 考えていません。
- 現時点では、未定。
- 低アルコール清酒のマーケットは、拡大すると思う。負債設計が難しい。
- 現在販売を始めましたが、順調に売上げを伸ばしています。特に炭酸ガス入りの低アルコール、純米発泡酒は、今後楽しみです。
- 味わいのある日本酒であれば、下回ってもよいと思っている。
- 14度から13度が飲みやすいと思うが、味のバランスがくずれおそれがあるので研究を要する。
- 15%以下のお酒でもそれなりにしっかりした酒質のものなら、(私が消費者と仮定した時)購入すると思う。15%以下のものといってもいろいろなタイプがあるので一概にはいえない。

5. 岐阜県下の蔵元と銘酒一覧

印はアンケート回答内容、他は当センター調べ。

(順不同)

蔵名	代表者名	郵便番号	住所	電話	FAX	創業年	西暦
			代表銘柄			原料米	水
			由来				
池田屋酒造(株)	松井 彦衛	〒501-0619	揖斐郡揖斐川町三輪612-1	(0585)-22-0016	(0585)-22-0101	元禄2年	1689年
			襦口			五百万石	揖斐川伏流水
			富久若松			五百万石・日本晴	揖斐川伏流水
			1689本醸造			ひだほまれ・五百万石	揖斐川伏流水
伊藤酒造(株)	伊藤 一弘	〒505-0134	可児郡兼山町759-2	(0574)-59-2158	(0574)-59-2158	明治35年	1902年
			蘭丸 純米吟醸			山田錦・ひだほまれ	烏ヶ峰伏流水井水
			烏峯泉特撰			山田錦・ひだほまれ	烏ヶ峰伏流水井水
			蘭丸 吟醸			ひだほまれ	烏ヶ峰伏流水井水
いとう鶴酒造(株)	伊藤 源茂	〒509-7122	恵那市武並町竹折1760	(0573)-28-2121	(0573)-28-2277	文政6年	1823年
			いとう鶴生酒			山田錦	井戸水
			心			山田錦	井戸水
			東山道 夢の宿			ひだほまれ	井戸水
岩村醸造(株)	渡会 延彦	〒509-7403	恵那郡岩村町342	(0573)-43-2029	(0573)-43-4045	天明7年	1787年
			女城主			ひだほまれ	岐阜県名水50選の天然水
			幻の城			山田錦	長良川伏流水
			糸なのほまれ			ひだほまれ	岐阜県名水50選の天然水
恵那酒造(株)三郷工場	市川 賢平	〒509-7123	恵那市三郷町野井380-1	(0573)-25-3030	(0573)-25-3030	明治元年	1868年
			恵那自慢			ひだほまれ	山水
			市乃川			ひだほまれ	山水
(有)大坪酒造店	大坪 和己	〒506-1162	吉城郡神岡町大字朝蒲557	(0578)-2-0008	(0578)-2-0008	天保13年	1842年
			飛騨娘			ひだほまれ・日本晴	大洞水系伏流水
			神代			ひだほまれ・日本晴	大洞水系伏流水
			にがり酒 冬ごもり			ひだほまれ・日本晴	大洞水系伏流水
(有)大橋酒造	大橋 豊尚	〒509-8303	恵那郡蛸川村1119-1-1-2	(0573)-45-2018	(0573)-45-2149	明治41年	1908年
			幻の酒 笠置鶴			ひだほまれ	地下水
			KEIKOゴールド			ひだほまれ	地下水
			秋麗の炎			一般米	
(有)蒲酒造場	蒲 茂太郎	〒509-4234	吉城郡古川町壱之町6-6	(0577)-73-3333	(0577)-73-6367	宝永年間	
			やんちゃ酒			ひだほまれ	北アルプス伏流水(軟水)
			白真弓			山田錦	北アルプス伏流水(軟水)
			ジャンパン(JANNPAN)			ひだほまれ	北アルプス伏流水(軟水)
菊川(株)岐阜工場	綿織 武工	〒509-0132	各務原市鷺沼西町1-543	(0583)-84-1235	(0583)-84-1230	明治4年	1871年
			大吟醸 篝火			山田錦	長良川水系伏流水
			篝火嘉左衛門			美濃雄町	長良川水系伏流水
			篝火中山道鷺沼宿			五百万石	長良川水系伏流水
玉泉堂酒造(株)	山田 敦	〒503-1314	養老郡養老町高田126	(0584)-32-1155	(0584)-32-2190	文化3年	1806年
			美濃菊純米大吟醸			山田錦	菊水泉
			うずごおり			山田錦	菊水泉
			美濃菊お燗純米稲穂の心			山田錦・日本晴	菊水泉
高木酒造(株)	高木 千宏	〒509-1622	益田郡金山町金山1984-1	(0576)-32-2033	(0576)-32-3328	享保5年	1720年
			奥飛騨屋の宿			ひだほまれ	井戸水
			考池水				

蔵名	代表者名	郵便番号	住所	電話	FAX	創業年	西暦
	代表銘柄		由来			原料米	水
武内(資)	武内 憲三	〒503-0897	大垣市伝馬町1	(0584)-81-3311	(0584)-81-3364	延享元年	1744年
	美濃紅梅大吟醸		岐阜の梅林公園は、東海地方随一の梅の名所で、それにちなんで「美濃紅梅」と命名された。			山田錦	井戸水
	美濃紅梅純米吟醸					ひだほまれ	井戸水
	御幸鶴					日本晴	井戸水
千代菊(株)	坂倉 吉則	〒501-6241	羽島市竹鼻町2733	(058)-391-3131	(058)-391-5022	元文3年	1738年
	秀麗千代菊		文化年間、黒船来航時、日本(菊)が千代も栄えるようにと、折願し千代菊と命名。			日本晴	長良川伏流水
	特醸千代菊		特別本醸造の千代菊			玉栄・ひだほまれ	長良川伏流水
	光琳		江戸時代中期の日本画家・尾形光琳にちなんで命名。			山田錦	長良川伏流水
天領酒造(株)	上野田 隆平	〒509-2517	益田郡萩原町萩原1289-1	(0576)-52-1515	(0576)-52-3727	江戸時代	
	天領		酒名の「天領」は、飛騨地方が徳川幕府の天領だったことから命名。			ひだほまれ	井戸水
	麴香清水		小坂町内の湧水「麴香清水」を使用したことから命名。			ひだほまれ	湧水
	飛び切り		飛び切りうまい純米酒として昭和50年より発売。全国日本酒コンテスト代6位。			ひだほまれ	井戸水
所酒造(資)	所 啓	〒501-0619	揖斐郡揖斐川町三輪537-1	(0585)-22-0002	(0585)-22-0679	文政年間	
	揖斐の蔵					福井五百万石	揖斐川伏流水井戸
	房島屋		蔵元の屋号より「房島屋」と酒名に。			山田錦・福井五百万石	揖斐川伏流水井戸
	梅の寒梅					福井五百万石	揖斐川伏流水井戸
白扇酒造(株)	加藤 孝明	〒509-0304	加茂郡川辺町中川辺28	(0574)-53-2508	(0574)-53-2546	明治23年	1890年
	花見蔵「釀」純米大吟醸		山田錦を35%精米し、低温で発酵した香りの高い大吟醸酒。蔵では最高の酒。			山田錦	飛騨川伏流水
	花美蔵本醸造		「黒松白扇」の名で知られた蔵だが、近年名称一新し、地元の嗜好に合わせた「花美蔵」「醸美蔵」等に改名した。			日本晴	飛騨川伏流水
	純米吟醸飛山濃水		揖斐で雄町米を造っていただきそれを「美濃雄町」といいます。すっきりして味がある。			美濃雄町	飛騨川伏流水
はざま酒造(株)	間 龍一郎	〒508-0041	中津川市本町4-1-51	(0573)-65-4106	(0573)-65-6233	天保年間	
	五味饗宴		酒名「五味饗宴」は、酒の5つの味(甘、辛、酸、渋、苦)の調和を理想として命名。			五百万石・山田錦	恵那山の伏流水
	恵那山		「恵那山」は、中央アルプス最南端に位置する恵那山の伏流水で仕込むことから名付けられた。			五百万石・美山錦・山田錦	恵那山の伏流水
	中山道中津川宿の宿		蔵が中山道中津川宿の街道に面しているため。			ひだほまれ	恵那山の伏流水
花盛酒造(株)	可児 武美	〒505-0301	加茂郡八百津町八百津4091	(0574)-43-0016	(0574)-43-1120	明治19年	1886年
	大吟醸 菊花盛		昭和天皇の即位を記念して、それまでの花盛の上級酒として「菊花盛」に。			山田錦	木曾川水系地下水
	花盛		吟醸酒と特別本醸造の銘柄。			ひだほまれ	木曾川水系地下水
	はなざかり		純米大吟醸と特別純米酒の銘柄			山田錦・ひだほまれ	木曾川水系地下水
(株)林本店	林 栄一	〒504-0958	各務原市那加新加納町2239	(0583)-82-1238	(0583)-83-3315	大正9年	1920年
	栄一大吟醸		酒銘は蔵元代表の名りとする。			山田錦	長良川伏流水
	栄一本醸造					日本晴	長良川伏流水
	栄一純米酒					日本晴	長良川伏流水
原酒造場	原 元文	〒501-5121	郡上郡白鳥町白鳥991	(0575)-82-2021	(0575)-82-6233	元文5年	1740年
	元文		酒名の「元文」は、創業年にちなんで付けられた。			やまひかり	長良川源流の伏流水
	大日景					やまひかり	長良川源流の伏流水
(株)平井酒造場	平井 美奈子	〒505-0114	可児郡御嵩町中切1341	(0574)-67-1195	(0574)-67-1195	明治3年	1870年
	東美		東部美濃地方の代表銘柄として育てるべく期待を込めて命名			地元やまほうし	鬼岩の伏流水
	宮太鼓		酒名は、美濃地方に古くから伝わる郷土芸能にちなんで「宮太鼓」に。			地元やまほうし	鬼岩の伏流水
	神代の味		割水をしらない原酒として神話の時代の酒の味を求める。			地元やまほうし	鬼岩の伏流水
(有)平瀬酒造店	平瀬 市兵衛	〒506-0844	高山市上一之町82	(0577)-34-0010	(0577)-34-0011	元禄年間	
	久寿玉 大吟醸		酒名の「久寿玉」とは、百薬の長・薬玉(くすだま)の読み換え、不老長寿のめでたい酒という意味で命名された。			山田錦	軟水
	久寿玉 純米 手造り					ひだほまれ	軟水
	久寿玉 超辛口					ひだみのり	軟水

蔵名	代表者名	郵便番号	住所	電話	FAX	創業年	西暦
	代表銘柄		由来			原料米	水
(株)平田酒造場	平田 敬二	〒506-0845	高山市上二之町43	(0577)-32-0352	(0577)-32-8393	明治28年	1895年
	純米大吟醸飛驒の華		絢爛豪華な祭屋台・祭り行列が桜の花が咲く中を練り歩く光景より命名した。			ひだみのり	地下水
	雲上 山の光		北アルプス乗鞍岳から昇る朝日を高山より眺めた光景から、高山の山岳家故前田万岳(ばんがく)により命名された。			ひだみのり	地下水
	純米酒飛驒の華					ひだみのり	地下水
平野醸造(資)	平野 平吉	〒501-4607	郡上郡大和町徳永164	(0575)-88-2006	(0575)-88-2051	明治6年	1873年
	母情 原酒超特撰		人徳のあった創業者の妻の徳を酒造りのなかに生かす意を込めて命名した。			ひだほまれ	名水長刀清水100%
	一豊の妻 吟醸酒		内助の功の誉れ高く、女性教育上からも意義ある名。母情の蔵で長年秘蔵していた吟醸に命名。			五百万石	名水長刀清水100%
	郡上一揆		寝違判状にて覚悟した農民の正義と勇氣に感動し、このおもいを酒造り二打ち込んだ。			五百万石	名水長刀清水100%
二木酒造(株)	二木 長右衛門	〒506-0845	高山市上二之町40	(0577)-32-0021	(0577)-34-8899	元禄8年	1695年
	玉乃井		酒名は、謡曲「玉井」から命名。			一般米	
	氷室					一般米	
	秋麗の炎					一般米	
古田酒造(資)	古田 豊	〒505-0301	加茂郡八百津町八百津3285-1	(0574)-43-0014	(0574)-43-1291	明治10年	1877年
	純米大吟醸雪中寒梅		庭に紅梅があり、酒造りに美しい花をつけることから命名。			五百万石	中硬水
	蘇水峡		八百津町の名所「蘇水峡」より命名。100年余の歴史をもつ。			やまひかり	中硬水
	天雨花		天が美しい花を見ながら酒を勧めるというめでたい意より。			山田錦	中硬水
(有)松井屋酒造場	酒向 嘉彦	〒501-3301	加茂郡富加町加治田688-2	(0574)-54-3111	(0574)-54-3111	江戸初期	
	純米酒半布里戸籍		「奈良の正倉院に残る世界最古の戸籍」で地元の米と水と空気で作りしました。			やまほうし	長良川支流の伏流水
	睦鳥		「この酒を飲み仲むつまじく家庭円満で」という意味を込めて命名。			やまほうし	長良川支流の伏流水
	松蔭		「蒼々とした大きな松の木の陰は涼しい」という意味で一服の清涼剤。			やまほうし	長良川支流の伏流水
(株)三千盛	水野 鉄治	〒507-0901	土岐郡笠原町2919-1	(0572)-43-3181	(0572)-43-3183	江戸時代後期	
	超特 三千盛		昔、店名は「尾張屋」といい、それより「マルヲ」という酒名だったが、その後「黄金」になり、昭和初期に現在の「三千盛」になった。			ヤマハウスと美山錦	敷地内井水
	特醸 三千盛					ヤマハウスと美山錦	敷地内井水
	純米 三千盛					ヤマハウスと美山錦	敷地内井水
(株)三輪酒造	三輪 高史	〒503-0923	大垣市船町4-48	(0584)-78-2201	(0584)-81-2065	天保8年	1837年
	純米にがり酒白川郷		毎年飛驒・白川郷で行われる「どぶろく祭」にちなんで純米のにがり酒を完成させ、その地名を酒名とした。			日本晴	地下水
	道三銀雪花大吟醸		美濃の英雄「齋藤道三」にちなんで銘々された。160年の伝統の技をこの一品に託す。			山田錦	地下水
	純米吟醸白川郷ささにがり酒		純米にがり酒白川郷の姉妹品。世界文化遺産に指定された日本のふるさと。現在、アメリカへも輸出されている。			ひだほまれ	地下水
足立酒造(資)	足立 勝昭	〒500-8222	岐阜市琴塚3-21-10	(058)-245-3658	(058)-246-7093	文久元年	1861年
	日之出鶴		めでたい「日の出」と「鶴」を組み合わせで名付けられた銘柄名。			日本晴	長良川水系伏流水
	幸三郎		社氏の親方「清水幸三郎」			ひだほまれ	長良川水系伏流水
	花酔					山田錦	長良川水系伏流水
恵那醸造(株)福岡工場	長瀬 規雄	〒508-0203	恵那郡福岡町福岡2992	(0573)-72-2055	(0573)-72-2055		
	恵那錦						
(有)老田酒造店	老田 正夫	〒506-0844	高山市上一之町62	(0577)-32-0166	(0577)-34-8023	享保年間	
	鬼ころし		「鬼ころし」とは辛口の地酒の俗称だが、昔から飛驒地方では「老田の鬼ころし」と呼ばれ、この蔵の酒は辛口で通っていた。			飛驒産米	飛驒山脈伏流水
	色		池田満寿夫氏がネーミングから酒質の設計、ラベル製作を手がけた。			ひだほまれ	飛驒山脈伏流水
	飛驒自慢					飛驒産米	飛驒山脈伏流水
川尻酒造場	川尻 又秀	〒506-0845	高山市上二之町68	(0577)-32-0143	(0577)-32-9630	天保10年	1839年
	天恩					ひだみのり	宮川の伏流水
	ひだ正宗					ひだみのり	宮川の伏流水
	山ひだ					ひだみのり	宮川の伏流水

蔵名	代表者名	郵便番号	住所	電話	FAX	創業年	西暦
	代表銘柄		由来			原料米	水
(株)小坂酒造場	小坂 良治	〒501-3723	美濃市相生町2267	(0575)-33-0682	(0575)-35-1365	安永元年	1772年
	百春純米上撰		昭和天皇の即位を記念した酒名。			五百万石	長良川水系地下水
	百春山麴					ひだほまれ	長良川水系地下水
	花みこし						
小町酒造(株)	金武 和彦	〒504-0851	各務原市蘇原伊吹町2-15	(0583)-82-0077	(0583)-71-1027	明治27年	1894年
	長良川五段純米		銘柄名の「長良川」は、岐阜を代表する銘酒となるようにつけられた。			やまひかり	伊吹の水
	長良川大吟醸 天河					山田錦	伊吹の水
五明酒類醸造(株)	山岸 清九郎	〒503-0923	大垣市船町5-48	(0584)-78-2059		江戸時代	
	五明		扇の別称を「五明」といい、末広を意味するため、そのめでたい言葉を命名。				
	柿正宗						
湊田酒造(株)	沢田 健一郎	〒509-5142	土岐市泉町久尻1-6	(0572)-55-2230	(0572)-55-2293		
	純米 玉宝貴					富山五百万石	
	しぼりたて 玉宝貴					やまほうし	
	三年秘蔵酒 夢					富山五百万石	
柴田酒造(株)	柴田 康夫	〒501-0431	本巣郡北方町方1512	(058)-324-0028	(058)-323-0028	享保2年	1717年
	老松						
	根尾泉 花優美					山田錦	根尾谷の天然水
	根尾泉 銀河					山田錦	根尾谷の天然水
(資)白木恒助商店	白木 恒助	〒501-2521	岐阜市門屋5-1	(058)-229-1008	(058)-229-1010	天保6年	1835年
	ダルマ正宗		明治にこの地方を襲った濃尾大地震で壊滅的な打撃を受けた際、再興を願い命名した。			日本晴	自家井戸水
	薄墨櫻					初霜	自家井戸水
	連磨正宗10年古酒					日本晴	自家井戸水
杉原酒造(株)	杉原 庄司	〒501-0532	揖斐郡大野町大字下磯1	(0585)-35-2508	(0585)-35-2508	明治25年	1892年
	揖斐川本醸造		揖斐川と根尾川に挟まれた穀倉地帯にある。木曾三川のひとつ揖斐川より酒名に。			ひだほまれ	揖斐川伏流水
	千代乃花純米酒					ひだほまれ	揖斐川伏流水
	大吟醸					山田錦	揖斐川伏流水
杉山酒造(株)	杉山 悠紀	〒501-0411	本巣郡糸貫町上高屋817	(058)-324-0562	(058)-324-0562	江戸末期	
	美の自慢						
千古乃岩酒造(株)	中島 善二	〒509-5401	土岐市駄知町2177-1	(0572)-59-8014	(0572)-59-8144	明治42年	1909年
	千古乃岩大吟醸		蔵元近くの「子授かり」の伝説のある「権児岩」にちなみ、健やかな子どものように大きく育てほしいという願いを込めて「千古乃岩」と酒名にした。			山田錦	
	千古乃岩特撰本醸造					ひだほまれ	
	千古乃岩特撰本醸造					五百万石	
(株)田邊酒造場	田邊 豊彦	〒506-0841	高山市下三之町19	(0577)-34-0157	(0577)-32-4439	明治7年	1875年
	豊年		秋の高山祭りの八幡神社の氏子。五穀豊穡を祝う。			ひだほまれ	
	岳の雪						
中島醸造(株)	中島 紘一	〒509-6101	瑞浪市土岐町7181-1	(0572)-68-3151	(0572)-68-3152	元禄15年	1702年
	始祿 生原酒		酒名の「始祿」は、創業年にちなんでつけられた。			ひだほまれ	屏風山系井戸水
	始祿 生吟醸					山田錦	屏風山系井戸水
	始祿 自然酒					五百万石	屏風山系井戸水
林酒造(株)	林 裕子	〒509-0222	可児市羽崎1418	(0574)-61-2623	(0574)-61-2760	明治7年	1875年
	富興		酒名は、蔵元の近くの神社「こびの天狗山」より命名。				
	美濃天狗						

蔵名	代表者名	郵便番号	住所	電話	FAX	創業年	西暦
	代表銘柄		由来			原料米	水
(有)原田酒造場	原田 幸彦	〒506-0846	高山市上三之町10	(0577)-32-0120	(0577)-34-6001	安政2年	1855年
	山車大吟醸		酒名の「山車」は、飛騨高山の高山祭りの中心となる豪華な山車にちなみ命名。			山田錦	北アルプス伏流水
	山車辛口					ひだみのり	北アルプス伏流水
	山車純米にごり酒					ひだみのり	北アルプス伏流水
(有)船坂酒造店	船坂 立三	〒506-0846	高山市上三之町105	(0577)-32-0016	(0577)-32-2824	昭和10年	1935年
	大吟醸深山菊		酒名の「深山菊」は、酷寒の地に清楚に咲く深山菊を酒質に託して命名。			山田錦・五百万石	宮川の伏流水
	甚五郎		名工「左 甚五郎」の名にあやかった。			ひだみのり	宮川の伏流水
	深山菊上撰					秋田小町	宮川の伏流水
平和錦酒造(株)	前島 正秀	〒509-0301	加茂郡川辺町下麻生2121	(0574)-53-5007	(0574)-53-3833	嘉永年間	
	白珠拾年古原酒					五百万石・やまひかり	奥山中の渓流水
	飛騨路の寒梅					五百万石・ひだほまれ	奥山中の渓流水・和良村の蛇穴の水
	金泉しほりたて原酒		蔵の裏山にある泉より命名。			五百万石・やまひかり	奥山中の渓流水
三千桜酒造(株)	山田 郁雄	〒508-0201	恵那郡福岡町田瀬25	(0573)-72-3003	(0573)-72-3003		
	三千桜						
御代桜醸造(株)	渡辺 直由	〒505-0042	美濃加茂市太田本町3-2-9	(0574)-25-3428	(0574)-25-7579	明治元年	1868年
	御代桜		酒名は日本を代表する桜の花の花びらを酒の甘・辛・酸・苦・渋の五味になぞらえて命名される。			美山錦	木曾川伏流水
	美濃雄町					美濃雄町	木曾川伏流水
	鬼ぎす						
村井酒造(株)	村井 敏恵	〒501-3744	美濃市1569	(0575)-33-0026	(0575)-33-1105		
	美の泉						
	酒中仙						
山内酒造場	山内 総太郎	〒509-9231	恵那郡坂下町上野134-1	(0573)-75-4417	(0573)-75-4417	創業は不明	
	小野櫻						
	裏木曾山麓						
(資)山田商店	山田 直和	〒505-0301	加茂郡八百津町八百津3888-2	(0574)-43-0015	(0574)-43-1148	明治元年	1867年
	玉柏		新嘗祭を迎える喜びを歌った古謡より命名。			山田錦	井戸水(軟水)
	むかしのまんま					ひだほまれ	井戸水(軟水)
	蔵元やまだの純米酒					ひだほまれ	井戸水(軟水)
吉田(資)	吉田 博	〒503-0202	安八郡輪之内町大敷623	(0584)-69-2003	(0584)-69-3855	大正3年	1914年
	大輪		酒名の由来は不明。				
	鶴舟						
若葉(株)	伊藤 あつ	〒509-6101	瑞浪市土岐町7270-1	(0572)-68-3168	(0572)-68-4639	元禄年間	
	若葉純米吟醸		酒名「若葉」は、創業時よりのもの。			美濃雄町	屋敷内麓慈井水
	若葉純米吟醸					五百万石	屋敷内麓慈井水
	美濃路大吟醸秘蔵酒					山田錦	屋敷内麓慈井水
渡辺酒造醸	渡辺 進二	〒503-0015	大垣市林町8-1126	(0584)-78-2848	(0584)-78-5790	明治35年	1902年
	美濃錦生原酒		酒名の「美濃錦」は、緑豊かな美濃地方を代表する酒という意味で命名。			五百万石・日本晴	揖斐川伏流水
	白雪姫		岐阜県がバイオテクノロジーを駆使して育成した新品種米「白雪姫」の完全無農薬・有機米のみを使用			完全無農薬白雪姫	揖斐川伏流水
	美濃錦純米酒					五百万石	揖斐川伏流水
(有)渡辺酒造店	渡辺 久郎	〒509-4234	吉城郡古川町巻之町7-7	(0577)-73-3311	(0577)-73-5959	明治3年	1870年
	蓬萊しずく		酒名の「蓬萊」は、中国の伝説にある不老長寿の理想郷の蓬萊山にちなんで命名。			山田錦	北アルプス雪渓伏流水
	完熟吟醸酒 熟睡三百日					山田錦	北アルプス雪渓伏流水
	五郎八						

あとがき

今回の調査に当たり、日本酒造組合中央会増岡理事広報課長、岐阜県酒造組合連合会老田会長、名古屋国税局ほか、関係各位にいろいろと世話になりました。どうもありがとうございました。また、以下に今回アンケートにご協力いただいた酒蔵名を御紹介致します。

池田屋酒造(株)・二木酒造(株)・(有)蒲酒造場・高木酒造(株)・千代菊(株)・原酒造場・武内(資)・岩村醸造(株)・玉泉堂酒造(株)・いとう鶴酒造(株)・(株)三輪酒造・(有)大坪酒造店・恵那酒造(株)三郷工場・(株)平井酒造場・菊川(株)岐阜工場・平野醸造(資)・古田酒造(資)・花盛酒造(株)・白扇酒造(株)・(株)平田酒造場・伊藤酒造(株)・(有)大橋酒造・(株)林本店・天領酒造(株)・所酒造(資)・はざま酒造(株)・(有)平瀬酒造店・(有)松井屋酒造場・(株)三千盛・小町酒造(株)・(資)白木恒助商店 (順不同)

(参考文献)

(記載は発刊順)

- 日本酒の歴史～酒造りの歩みと研究～ 「坂口謹一郎監修・加藤辨三郎編書 研成社 昭和52年」
日本酒業界の総合戦略構想 「日本酒造組合中央会 平成5年12月」
日本酒 秋山 裕一著 岩波新書 1994年」
酒の化学 「吉澤 淑編 朝倉書店 1995年」
海のかなたに酒蔵があった 「石田 信夫 時事通信社 1997年」
日本酒の国際化戦略の構築に関する基礎調査 「日本酒造組合中央会 平成9年1月」
日本酒読本 「日本酒造組合中央会発行 平成9年11月」
飛騨美濃 地酒ガイド 「企画：岐阜県日本酒党 岐阜新聞社 平成10年3月」
日本酒の海外市場動向 「日本酒造組合中央会 平成10年6月」
岐阜県酒造組合連合会会員名簿 「岐阜県酒造組合連合会 平成10年版」
フードシステムの革新と企業行動 「斎藤 修著 農林統計協会 1999年」
酒のしおり 「国税局課税部酒税課 平成12年2月」
2000年版日本酒類産業の現況 「醸造産業新聞社刊 平成12年3月」
名古屋国税局統計書(平成10年度) 「名古屋国税局 平成12年5月」
清酒製造業の概況(平成11年度調査分) 「国税局課税部酒税課 平成12年7月」
新しい酒文化に挑戦するオンリーワンの蔵 「今井 亮平著 ブレインキャスト 2000年7月」
実態調査資料 「日本酒造杜氏組合連合会 平成12年度」