

協働と変化による土佐酒ブランドを守る仕組み

1160437 仙頭 真穂

高知工科大学マネジメント学部

1. 概要

本稿は高知県の土佐酒ブランドを維持する仕組みに関する事例研究である。高知県では、高知県工業技術センターの働きにより、県内全ての蔵の情報の共有化がされており、これは他県にはない仕組みのため「高知方式」と呼ばれている。本研究では高知方式とこの仕組みがどのようにして維持されているのかを明らかにする。

2. 背景

現在、日本国内での飲酒人口の減少やアルコール離れ、焼酎、リキュールなど多様な代替品の攻勢などにより国内市場の縮小が進んでいる清酒。海外でのブームもあるが、清酒の消費量数・製成数量、酒類全体に占めるシェアは低下しており、清酒を取り巻く環境は変化している。その清酒市場は全国的なブランドを持つ大規模清酒製造業者とその他の地方清酒製造業者に大別できる。なかでも後者の地方清酒製造業者が大部分を占めているため、清酒業界の活性化のためには地方清酒製造業者の商品開発、ブランド戦略などのマネジメントは必要不可欠である。高知県は平成24年には全国新酒鑑評会での金賞受賞が8蔵、銀賞受賞1蔵で金賞受賞率が全国2位の成績をとるなど清酒の評価も高い。そのため、高知県の地方清酒製造業者に着目し、高知県工業技術センターと協働した土佐酒ブランドの維持の仕組みを明らかにすることが、地方清酒製造業の活性化に繋がるのではないかと考える。本研究を展開するために、清酒の特定名称酒と普通酒の整理をした。(図-1 参考) また、(図-2) では国内の酒類の販売数量の累年比較を整理する。平成23年度には酒類が閉める割合は約71%であったものが、平成26年度には約66%まで減少している。また、清酒製造業者の推移については日本全国の清酒製造業者数が減少し続けていることがわかる。(図-3)

基本知識 特定名称酒

	現材料	米・米麹	米・米麹 + 醸造アルコール
精米	50%以下	純米大吟醸酒	大吟醸酒
	60%以下	純米吟醸酒	吟醸酒
歩合	60%以下 または特別な醸造方法	特別純米酒	特別本醸造酒
	70%以下	—	本醸造酒
合		純米酒	—

普通酒：特定名称以外の日本酒のこと。

図-1 日本酒造組合中央会 資料をもとに筆者作成

区分	Type	平成23年度 FY2011	平成24年度 FY2012	平成25年度 FY2013	平成26年度 FY2014
清酒	Sake	601,338	592,661	580,934	557,435
合成清酒	Sake compound	39,988	39,599	36,525	33,702
連続式蒸留	Continuous distillation Japanese spirits (shochu)	433,200	426,740	424,850	400,164
単式蒸留	Simple system distillation Japanese spirits (shochu)	484,332	481,351	486,428	462,411
みりん	Minorin (cooking wine)	98,313	104,571	104,572	101,474
ビール	Beer	2,690,379	2,684,573	2,664,645	2,595,539
果実酒	Fruit wine	289,669	320,785	332,398	350,670
甘味果実酒	Sweet fruit wine	8,429	9,199	9,099	10,019
ウイスキー	Whisky	96,845	98,865	107,846	118,070
ブランデー	Brandy	7,317	7,378	6,897	6,628
発泡酒	Sparkling liquor	838,065	781,290	747,549	764,936
原料用アルコール	Alcohol for material	233,165	248,081	276,041	318,871
スピリッツ	Spirits				
リキュール	Liqueurs				
その他の醸造酒	Other brewed liquors	791,496	753,090	696,755	626,389
粉末酒	Powder liquor	17,868	15,629	13,240	5,722
雑酒	Miscellaneous liquor				
合計	Grand Total	8,501,212	8,537,587	8,591,118	8,331,433

図-2 販売（消費）数量の累年比較 国税庁資料

清酒製造業者数の推移

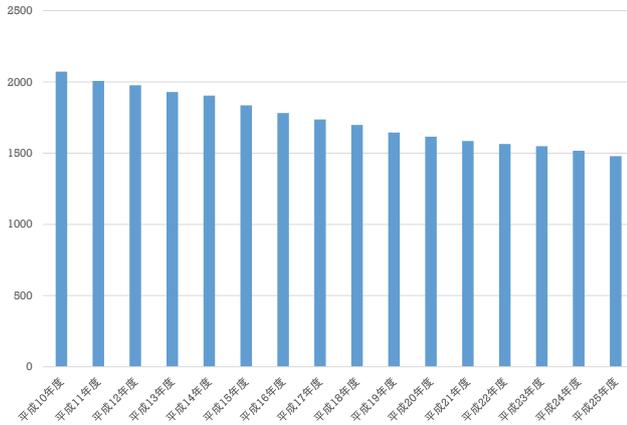


図-3 清酒製造業者の推移 国税庁資料より筆者作成

3. 目的

本研究は、高知県の酒造業に置ける知的資産マネジメントの仕組みとその仕組みを維持している要因を明らかにする。本研究での知的資産マネジメントとは、知的資産と知的財産の分野とする。(図-4 参照)

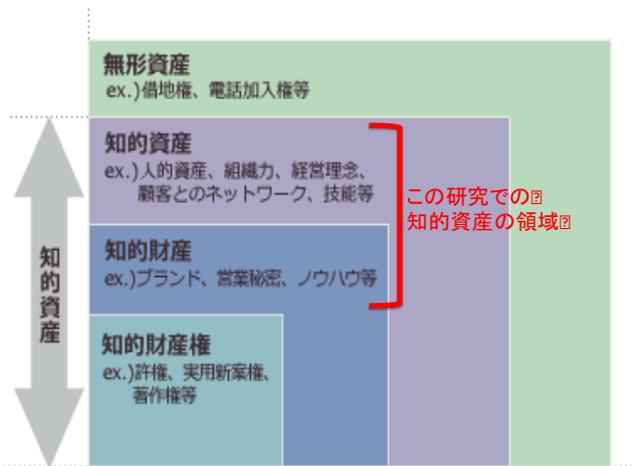


図-4 知的財産権、知的財産、知的資産、無形資産
分類イメージ図 経済産業省より引用

4. 研究方法

本研究では、酒造りに関する基本的な事柄を調査し、既に得ら

れている知見について確認するとともに、高知県工業技術センターの清酒担当の上東治彦氏と、高知県内の蔵元（5社）の代表へのヒアリング調査を行う。このヒアリング調査を通して、高知方式の仕組みを明らかにするとともに、その仕組みを維持している要因の分析を行う。

5. 土佐酒

5.1 土佐酒

昭和60年代当時、高知県には出荷額125億円、23社の酒造会社があったが、現在では18の酒造会社が存在し、出荷額は約80億円に市場は縮小している。現在の約80億円は県内の食品製造の約10%を占める。高知県は清酒醸造にとっては暖地醸造のため、全国でも先駆けて冷房設備を導入している。また、酒造会社では清酒好適米を多用し、高精度まで磨き品質向上に繋がっている。普通酒（一般酒）は全国的に見ても淡麗辛口。醸造酒も辛口で、味は酒造会社によって淡麗と濃醇があり、個性が出ている。

5.2 土佐酒ブランド

土佐酒ブランドには2点の特徴がある。1つは県内の酒造会社の多くは「土佐酒」の特徴を維持しているということ。そしてもう1点、飲んで楽しいお酒を造るということである。

5.2.1 「土佐酒」の特徴の維持

土佐酒の特徴とは、淡麗辛口で、酸味があり雑味が少ないキレイな味である。大きな特徴である辛口は、高知の食文化に起因する。高知県は海、山、川など自然に恵まれているため食材が新鮮で豊富。そのため、高知県の食文化は基本的に味付けがシンプルなものが多く、辛口の酒と相性が良い。また、そういった歴史の流れがあるため、土佐の酒として販売する際、甘口などでは結果的に売れないことが多いということも要因である。酸味があり雑味が少ないキレイな味というのは、後述するが、高知方式による成果であるとの見方が出来る。高知県内の酒蔵は土佐酒のもつ特徴を含むベースを維持しつつ、蔵ごとの変化やこだわりにより蔵ごとの特徴を生み出している。

5.2.2 飲んで楽しいお酒を造る

代表的な銘柄については、消費者はこの酒はこういう酒だというイメージもあり、気温、米の出来具合、麴の仕込みなど不確定な要

素が多い中で杜氏の技術によって同じ商品の生産を維持している。しかし、そういった従来のものとは別に少量生産で新品種を造っている蔵もあり、消費者は新しい商品を楽しむことができる。

6. 清酒造り

6.1 清酒造りの工程

清酒造りの工程では、杜氏の技術は必要不可欠だが、酵母、水、原料米の選定、麴の仕込みなど、いくつかの工程がある。(図-5)

6.2 きょうかい酵母

明治39年(1906年)1月に設立された日本醸造協会は、醸造協会雑誌の発行や、きょうかい酵母の頒布(有料)、全国品評会の開催(明治40年~昭和13年、清酒、白酒、味醂、焼酎、醤油)、酒造講習会の開催などを行う協会である。協会設立以前である明治以前における酒造りは品質が安定していませんでした。明治以前における日本酒造りは、麴と水を合わせる過程において空気中に自然に存在する酵母を取り込むことや、蔵に住みついた酵母に頼っていたためである。協会設立後、明治44年に全国新酒鑑評会を開催するようになってからはそこで高い評価を得た酵母を採取し、純粋培養して蔵元へ頒布するようになったため、現在では酵母による品質の不安定は解消されている。

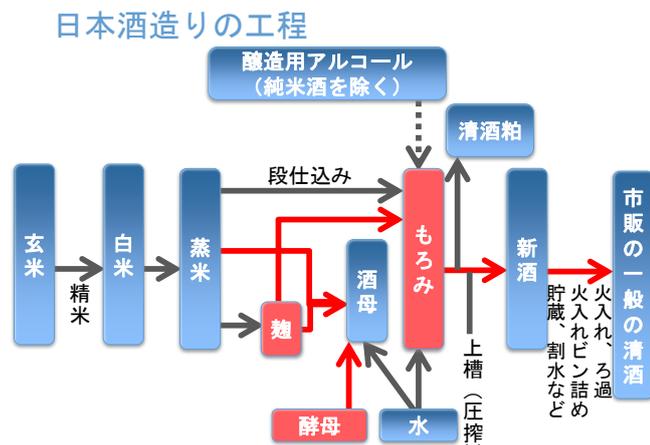


図-5 清酒造りの工程 筆者作成

7 高知県工業技術センターによる取り組み

昭和60年頃、日本全国の清酒は辛口傾向にあった。そのため、県外に土佐酒を売り込むには淡麗辛口だけでは高知県外には売れない。そのため、「土佐地酒としての個性化、差別化をはかる」と

して1987(昭和62)年から工業技術センター(当時の名称は高知県工業試験場)が技術支援を開始した。当時は普通酒が中心であり、吟醸酒の生産量が増加しつつあった。工業技術センターの技術支援は大別して4点ある。県独自の酒米の開発、高知吟醸酵母の開発、醸造技術支援、室戸海洋深層水を使用した酒類の開発である。

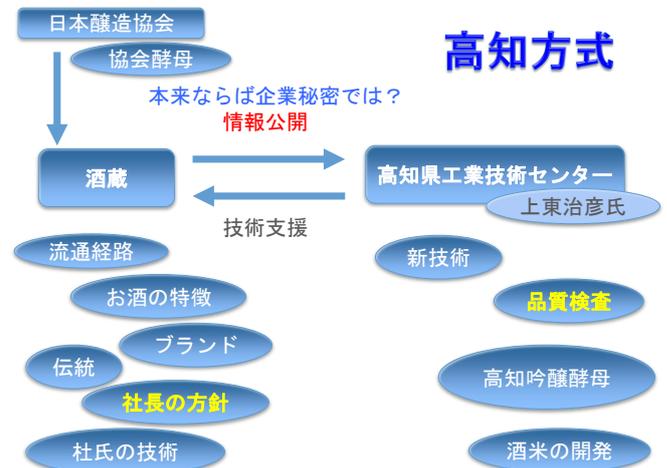


図-6 高知方式のモデル化 筆者作成

7.1 県独自の酒米の開発

以前は吟醸酒用の酒米は県外産が多かった。そのため、高知県産の酒造好適米の安定生産を実現するために品種開発を行っている。土佐錦(H8年)、吟の夢(H10年)、風鳴子(H13年)などが開発され、生産に使用されている。県産の酒造好適米が少なかった以前に比べると酒米は増加しているが、安定生産の面などでまだ課題は多いように思われる。

7.2 高知吟醸酵母の開発

きょうかい酵母、酒造会社が独自に持っている酵母もあるが、高知県外不出の高知吟醸酵母の開発による差別化が必要であると、工業技術センターの上東治彦氏が開発。40~50種類の酵母を高知県内の蔵に提供している。

高知吟醸酵母 香気生成量 代表的な酵母

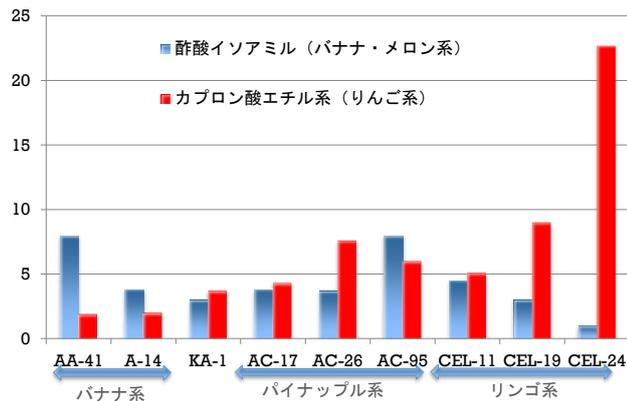


図-7 高知県工業技術センターの資料をもとに筆者作成

7.3 醸造技術の向上

県内酒造場の麴、もろみ、製成酒の分析と厳しい審査会を行うなどの取り組みを行う。酒造期の技術支援については後述する。

8. 工業技術センター酒造期の技術支援

工業技術センターの酒造期の技術支援は4つある。高知酵母の配布、原料米の分析、麴の分析、モロミの分析である。

8.1 高知酵母の配布

前述した高知吟醸酵母をスラントで配布する。スラントとは、試験管の中に寒天で固めた培地の表面に微生物を増殖させたもので、微生物を保存するのに使われる形である。

8.2 原料米の分析

原料米の分析は、県内全酒米農家のサンプルを分析するものである。分析の内容としては、白米の粒度の分布、消化性、タンパク含量である。これにより、産地ごとの品質確認が出来る。

8.3 麴の分析

県内酒造場の吟醸麴を消化試験法で年間400点分析し、麴の強弱の判定などを行う。これはもろみの進め方などの参考になる。麴が弱すぎる場合は酵素で補い、強すぎる場合は早めの追い水をするなどの対処が必要となる。麴の造り方によって酒造業者の味の個性が生まれる。

8.4 もろみの分析

仕込みが始まると、全ての酒造業者の全ての樽から毎週月曜日にもろみを採集し、発酵が順調に進んでいるかどうか分析する。これ

は年間で600~700点のサンプルとなる。グルコース、ピルビン酸、酵母生存率、香気成分などの値が出る。グルコースはもろみの溶けと酵母の発酵力のバランス、酵母生存率では酵母のアルコール耐性などを見る。

8.5 「高知方式」最大の特徴である情報の共有化

もろみと麴のサンプリングは毎週月曜日に工業技術センターの清酒担当者が蔵をまわって採集を行い、データ分析が終わり次第、各酒造会社へFAX送付する。この際、データには県内の全ての酒造会社の数値も記載されており、自社だけでなく他社の仕込みの情報も把握できる。これにはいくつかのメリットがある。大規模清酒製造業者が少ない高知県では、小さな蔵が大きな蔵の造りを参考に出来るということ。県内の全ての蔵の情報が共有されているため、成功事例、失敗事例も公表することで短期間に大量のデータが蓄積され、学ぶことが出来るということ。自らの蔵の数値が他の蔵と大きく乖離した場合には早期に対処することが可能であるため、酒造りの失敗を未然に防ぐことが出来るということ。また、各酒造会社が自社でもろみや麴の分析を行うことには費用もかかるため、コストの面でもメリットがある。こういった現在の情報の共有化が徹底された高知方式が生まれた背景には工業技術センターの上東氏の功績がある。工業技術センターがもろみや麴の分析を始めたのは20年ほど前。当時の工業技術センターの清酒担当は上東治彦氏1人のみ。当初は、蔵の代表者がサンプルを工業技術センターに持参し、上東氏が分析し蔵に個別に分析結果を報告しており、情報の共有はされていなかった。また、現在では各蔵はFAXで送付された数値を確認し自社で対処をするが、開始した当時は、分析の結果が数値として出ても、蔵の方は情報を数値でみることに不慣れ。そのため、悪い数値が出たときは説明をして、対処してほしいと電話することが多かった。そして、数値で把握することに慣れてくると蔵から、他の蔵の造り、大きな蔵の数値を参考にしたい、勉強したいという声が出てきたため、1社ずつ許可を貰い、公開していき、現在のような形となった。本来であれば企業秘密であると考えてしまいがちだが、驚くことに高知県の場合は情報共有には積極的であった。そしてこの情報共有と分析の成果として酸味があり雑味が少ないキレイな味があると考えられる。

平成26年度 全国国税局実施 市販種類調査結果

		全国平均	高知平均	順位
酸度	普通酒	1.17	1.38	1番目に高い
	本醸造	1.24	1.30	16番目に高い
	純米酒	1.46	1.59	7番目に高い
	吟醸酒	1.32	1.58	1番目に高い
		全国平均	高知平均	順位
アミノ酸度	普通酒	1.24	1.05	9番目に低い
	本醸造	1.38	1.05	1番目に低い
	純米酒	1.51	1.13	1番目に低い
	吟醸酒	1.27	1.02	1番目に低い

図-8 工業技術センター資料より引用 国税局

1週間ごとに分析を行っている、酵母の生存率が分かる。酵母が死ぬと雑味が出るため、酵母死滅率を出して対処する。(図-8) アミノ酸は数値が1に近ければ良い。酸度よりアミノ酸度が高いと酵母が死滅し味がまずくなる。県外のお酒を分析するとこういったアミノ酸が高いものはよく見るが、高知のお酒ではあまりない。一般的に、酸度が高いと味はしっとりして飲みごたえがあり、酸度が少ないとキレイだが力の弱い味になる。高知県は普通酒と吟醸酒は酸が全国でも普通酒と吟醸酒は酸が全国でも1番高い。純米酒は7番目に高い。そしてアミノ酸は本醸造と吟醸酒と純米酒が全て1番低い。酸が高くてアミノ酸が低い。これによって酸味があり雑味が少ないキレイな味になっていると考えられる。高知方式により維持されている土佐酒の特徴の1つである。

9. 新商品開発のサイクル

高知吟醸酵母は毎年夏の新酒の仕込みの前に新酵母の講習会を行う。県内の酒造会社を集めた場で、新酵母を使用した試飲も用意して新酵母の紹介を行っている。その酵母のなかに使用したい酵母がある蔵元は新酵母に挑戦する。工業技術センターは全ての蔵に酵母の紹介をするが、まれに個別に酵母をすすめる場合もある。たとえば、同じ味、香りの酵母で酵母のアルコール耐性が高くなったものなどがあげられる。しかし、基本的には酵母は蔵が選定する。ヒアリング調査では、新酵母に積極的な蔵と、新しいものではなく、データを吟味し実績のあるものを選択する蔵とがあり、酵母や原材料については蔵の方針が分かっている。そして

酒造りを開始すると、酒造期の技術支援として1週間ごとのサンプル分析などで品質管理を行う。1年の酒造りが終わり、酵母は好評であれば翌年にも使用される。本稿では高知方式に着目しているため、高知吟醸酵母を使用した商品開発に関する記述が多いが、商品開発としては火入れの回数を変える、新酵母でなくても既存のきょうかい酵母と実績のある酵母をブレンドするなど、清酒の商品開発は多岐にわたる。また、高知の統一ブランドとして宇宙育ちの酵母を使用した土佐宇宙酒の開発なども商品開発の事例の1つとしてあげられる。

新商品開発のサイクル 高知酵母の場合

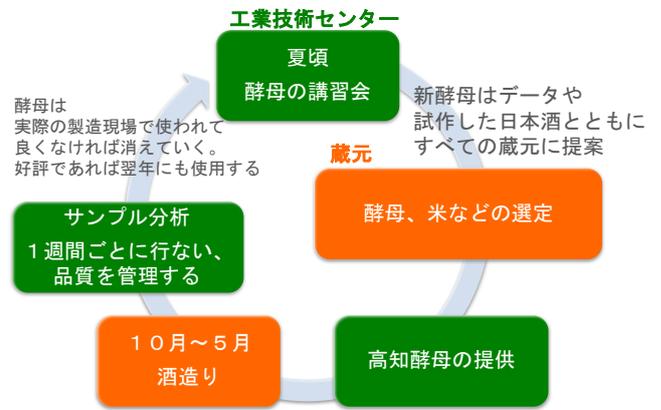


図-9 商品開発のサイクルモデル 筆者作成

10. 疑問と仮定

これまで、高知方式について明らかにしてきた。次に、工業技術センターとの連携など高知独自の仕組みはどうして維持できているのかを分析する。私は、高知県の蔵元は「土佐酒」というくくりのなかで蔵の個性を出しており、土佐酒ブランド全体の魅力を向上させるという同じ目標があるために情報共有などにも抵抗が無いのではないかと仮説を立てた。この仮説を蔵元へのヒアリング調査によって検証する。

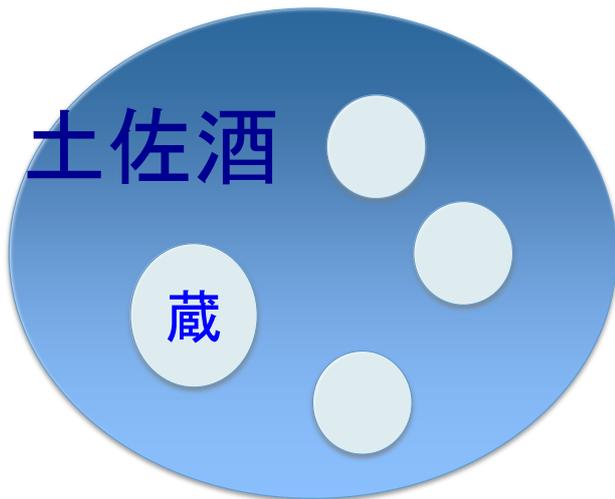


図-10 土佐酒の蔵元 仮説モデル 筆者作成

11. 蔵元へのヒアリング調査

11.1 共通していた事柄

本研究では、5社の代表にヒアリング調査を行ったが、共通している事柄が4点ある。第一に上東氏への信頼である。現在では工業技術センターの清酒担当者は2、3人いるが、やはり長期間関わり続けており、信頼は厚い。第二に飲んで楽しいお酒を造るということである。多くの蔵では各蔵の代表的な銘柄とは別に少量生産で新商品に挑戦している。これは何本か造るなかの1本か2本は新しい酵母を使うようにするなどである。そして新しい酵母を県内の複数の蔵が使用することで酵母の失敗例や成功例などのデータも蓄積していく。第三に土佐酒の特徴である淡麗辛口などを維持していることである。いくつかの蔵では、以前、甘口に近いお酒を販売したこともあったそうだが、あまり売れなかった。消費者が土佐酒に求めているのは淡麗辛口で高知の食文化に合うお酒であるということである。最後に、情報共有に対する意識である。大きな蔵の造りを参考に出来る、数値として自社のレベルを認識し向上させられる。また、情報共有には抵抗が無かったという。

11.2 高木酒造株式会社

現在、5代目である代表取締役は、5代目の酒として高知県産酒造好敵酒米の吟の夢や高知酵母を使用した高知県の素材にこだわって生産している。高木酒造は生産販売のうちの約3割が県外出荷であり、県内出荷比率が高い。また、蔵は歴史もある観光地と

しての存在があるとして蔵見学も可能である。また、ブランド展開は「豊能梅」などの既存の名前を使用し、銘柄に統一感を持たせている。全国の食文化、酒文化をもつお酒は、高知県産にこだわることで地酒を飲んで土佐を体感してもらえればというのが5代目の考えである。

11.3 有限会社仙頭酒造場

代表取締役話を伺った。仙頭酒造場では、仕込み水には、四国山系の伏流水を使用。米は主に、吟の夢、松山三井、八反錦、山田錦を使用している。お酒は生産する全体の90%割が吟醸酒。県外出荷比率は全体の75%であるが、取引先は商会などで知り合った特定の業者に限定している。吟醸酒は劣化しやすいため、全商品の冷蔵貯蔵を行い、鮮度の品質管理を徹底している。取引先は全国に存在している。また、仙頭酒造場は工業技術センターとともに、高知県内で初めて海洋深層水を使用した蔵でもある。これは「土佐深海」という商品で、原料米にも高知県産好敵酒米である土佐錦を使用した土佐の地酒であるといえる。

11.4 松尾酒造株式会社

代表取締役話を伺った。松尾酒造の酒の販売先は高知県内が中心である。社長は、酒造りは商品の善し悪しの価値だけでなくその蔵の存在価値や地域社会との繋がりが本来重要であると主張する。そのため、酒造りにおいてもできるだけ高知県産のものを使用している。酵母については、ファンとしてついでに消費するにはこの蔵の香りはこの味とこの味だというイメージがあるため、何本か造る中の1本か2本程度に新しい酵母を使うようにしている。目指すのは、各地域に地酒が残って地域の経済のなかで喜んでもらえる酒造りを続けることである。

11.5 有限会社濱川商店

「美丈夫」ブランドを立ち上げた5代目に話を伺った。現在では濱川商店では普通酒は生産しておらず、特定名称酒が100%を占める。吟醸酒に力を入れ始めたのは平成初期頃からであり、吟醸酒に特化してきた経緯がある。高知酵母については慎重に吟味してから仕込む。実績が出来てからつかうことが多いが、現在の商品には高知吟醸酵母を使用しているものも多い。近年では、味や造りが決まってきた。水は地域のものを使用しており、高知県にあるものは高知で使用したい。酒米は工業技術センターが

取り組んでいるが、高知県は野菜の生産が主であり、酒米に関しては他県に比べても土地の確保などが難しく生産面で不安がある。そのため、兵庫県産の山田錦など県外産のものを使用している。また、美丈夫の清酒造りのこだわりについては火入れが1回、瓶貯蔵である点である。タンク貯蔵は便利だが、時として酸化がすすみ、雑味が出ることもある。1回の火入れは通常の2回の火入れに比べて風味が良くなる。そして瓶貯蔵。瓶貯蔵は大量生産の大規模清酒製造業者で行うことは難しいため、小規模清酒製造業の強みと言える。流通に関しては約50%を問屋におろしている。残りは小売業者と直接取引している。全体の約60%は県内出荷、約40%は県外出荷である。国内の県外出荷の大半は東京であり、新たな販路拡大に取り組む四手一である。売上高の5%程度を占めるのがシンガポールを中心に香港、台湾などに輸出している海外展開である。需要があれば海外にも販売を拡大していく方針。その場合、海外に人材派遣が必要であり、現地の受け入れの仕組みもまだこれからなので今後の課題でもある。

11.6 司牡丹酒造株式会社

司牡丹酒造は高知県の三大酒造メーカーの1つである。年間約5000石の出荷量がある。全体の約30%は県内出荷であり、県外出荷は70%ほどで日本名門酒会を通してしている。日本名門酒会は、「良い酒を佳い人に」をスローガンに、全国約120社の蔵元が造った良質の日本酒を、全国1,700店あまりの酒販店を通して流通させている組織である。この組織は地酒ブームの先駆けとして昭和50年頃から、東京の株式会社岡永が秋田県の新政と高知県の司牡丹の2社で開始したものである。2社から12社になり、現在にいたる。酒造りに関しては司牡丹酒造では、新酵母は宇宙酒以外では新酵母単独での使用はしていない。新酵母単独での仕込みは香りがフルーティで新酒の状態は良いのだが、秋になるとへたれる酒が多いのだ。仙頭酒造場のように(11.3参考)冷蔵状態を常時維持することで劣化は防げるのだが、司牡丹酒造の場合は出荷量が多いためそれが難しい。そのため香りはへるが、きょうかい酵母の熊本酵母を新酵母にブレンドして使用する。また、きょうかい酵母には泡が発生する自然由来のものと改良によって泡が発生しないようにしたものがあるが、司牡丹ではこだわりとして泡ありの酵母を使用している。そして新酵母は他社のデータを参考に実

績のあるものを使用する。司牡丹では純米酒をメインに生産しており、1口飲んで美味しいお酒ではなく食中酒として全部飲んで食後に美味しかったと言われるお酒を目指している。今後は県外と海外へさらに展開していく。そして、観光地として県外、海外から来てもらって高知の活性化に繋げていく。

12. 高知方式を維持出来ている理由

高知県の蔵元は「土佐酒」というくりのなかで蔵の個性を出しており、土佐酒ブランド全体の魅力を向上させるという同じ目標があるために情報共有などにも抵抗が無いのではないかという仮説通り、蔵元へのヒアリング調査より土佐酒は酒蔵郡としてのブランドを維持していることが分かった。また、高知方式が維持できている理由として情報共有、酵母、変化の3点についても整理する。(図-11参考)

12.1 情報共有(データ分析を含む)

情報共有については、酒造会社が自社で蔵のもろみや麴のデータを解析するにはコストもかかるため、工業技術センターが見てくれることによるメリットは大きい。この仕組みが出来る以前は、小規模清酒製造業者はデータ分析の機器を所持していないことが多いため、データの解析は年に数回行う程度。現在のように酒造りのために分析し1週間毎に数値を把握できることは画期的な仕組みである。他の蔵のデータをみて、自社のレベルや数値を認識し、多くのことを短期間で学べることも魅力的である。また、企業秘密という点では、数値としてみても同じ酒を造ることはまず出来ないため、問題ないと応える酒造会社が多かった。また、きょうかい酵母などもあり、清酒業界全体の特徴として他業種に比べてもともとオープンであるとも考えられる。

12.2 酵母

酵母は高知県吟醸酵母だけでなく、きょうかい酵母もあったため、酵母が持つ知的財産としての価値の比率がもともと低い。酵母よりも麴、原材料、工程などの酒造りのプロセスが重要である。

12.3 変化

高知県内の酒蔵は土佐酒のもつ淡麗辛口などの特徴を含むベースを維持しつつ、蔵ごとの変化やこだわりにより蔵ごとの特徴と

している。つまり、酒蔵郡としてのブランドである。また、飲んで楽しいお酒を造るということから、各蔵の代表的な銘柄だけでなく少量生産で新商品に挑戦している蔵も多い。そして新しい酵母を県内の複数の蔵が使用することで酵母の失敗例や成功例などのデータも蓄積していく。

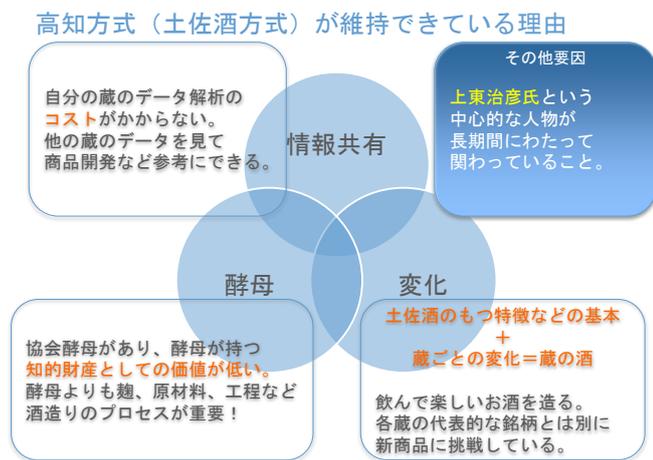


図-11 筆者作成

13. まとめ

土佐酒ブランドを維持する高知方式を支える要因は2つに大別できる。土佐酒であることと、蔵元のセンターの技術支援への姿勢である。土佐酒は酒蔵郡としてのブランドの維持をしているということ。蔵元のセンターの技術支援への姿勢という点では、情報共有に積極的であることや、少量生産で新酵母を使用した新商品開発、酵母の知的財産としての価値の比率が低いこと、コスト面などの要因が含まれる。本稿では、高知方式に着目し、地方清酒製造業のブランドのあり方とそれらを維持する要因を解明した。清酒製造業者の推移（図-4）を見てもわかるように、日本全国の酒蔵は減少している。そのなかで、本研究で着目した高知方式のやり方は、地方清酒製造業者が今後、地域に残すための仕組みとして有効であるといえるのではないだろうか。

まとめ

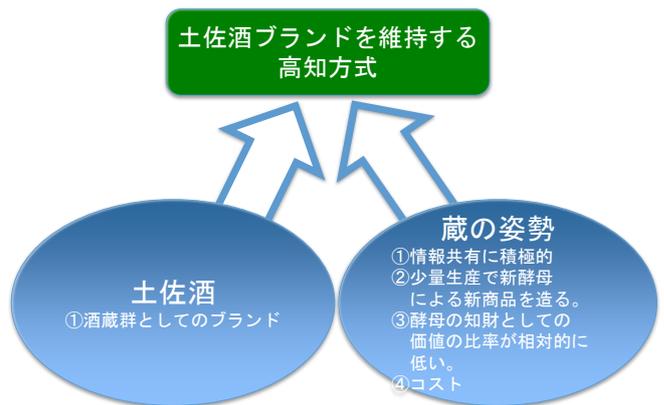


図-12 筆者作成

協力者

- ・ 高知県工業技術センター 上東治彦氏
- ・ 高木酒造株式会社
- ・ 司牡丹酒造株式会社
- ・ 松尾酒造株式会社
- ・ 有限会社仙頭酒造場
- ・ 有限会社濱川商店

引用文献・参考文献

- [1] 「伝統は革新の連続である！地方からの清酒復権」 四国銀行『経営情報』第140号、2014年9月号
- [2] 「高知の酒造り」 高知県工業技術センター 上東治彦氏
- [3] 「高知県吟醸酵母のご紹介」 高知県工業技術センター
- [4] 「販売（消費）数量累年比較」 統計資料 国税庁
- [5] 日本醸造協会 HP <http://www.jozo.or.jp/>
- [6] 「二十歳からの日本酒BOOK」 日本酒造組合中央会
- [7] 高木酒造株式会社 <http://www.toyonoume.com>
- [8] 司牡丹酒造株式会社 <http://www.tsukasabotan.co.jp>
- [10] 有限会社仙頭酒造場 <http://www.sentoshuzo.com>
- [11] 有限会社濱川商店 <http://www.bijofu.jp>
- [12] 日本名門酒会 <http://www.meimonshu.jp>
- [13] 経済産業省