

## 科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 29 年 6 月 12 日現在

機関番号：24506

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2013～2016

課題番号：25780217

研究課題名(和文) 日本酒造業にみるブランド形成と生産組織の研究

研究課題名(英文) A study of branding and production organization in sake brewing industry

研究代表者

大島 朋剛(Oshima, Tomotaka)

兵庫県立大学・経済学部・准教授

研究者番号：20619192

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,100,000円

研究成果の概要(和文)：本研究は、昭和戦前期の灘酒造業が全国ブランドを確立するプロセスの中で、酒造労働、醸造技術、酒造原料米をいかにして獲得し、他産地との競争力を高めたのかという点について実証研究を行い、以下の点が明らかとなった。

企業側が複数の製造場内で杜氏・蔵人の競争を促しながら、全体として生産される清酒の品質向上に努めていた。当時の灘では新興産地に比べて高等教育機関出身の技師が活躍する場が少なく、杜氏の地元における夏期講習会の意義が大きかった。生産地との長期取引で得られる良質な酒米だけでなく朝鮮米も含めて多種の米が用いられていた。

研究成果の概要(英文)：It was clarified how the Nada brewery companies acquired the labors( ), the brewing technology( ), and the raw material rice( ) in order to enhance competitiveness with other production areas in the process of establishing the national brand in the first half of the 20th century.

Nada's sake company focused on improving the quality of sake produced by promoting competition among workers (called Toji, Kurabito) at multiple factories. In Nada at that time, compared to emerging production areas, there were few places where engineers from higher education institutions played an active role, whereas the summer seminar in the Toji's native place was significant. Many kinds of rice including not only good quality sake rice obtained from long-term trading with the production place but also Korean rice were used.

研究分野：日本経済史

キーワード：生産組織 ブランド 酒造労働 高等教育 酒造原料米 品評会

### 1. 研究開始当初の背景

従来の日本酒造業を扱った経済史研究は、日本資本主義発達史への関心から、マニユファクチュアへの到達の早さや幕府による米価調節政策との関わりに注目した近世期の分析を中心に展開した。逆に近代以降の同産業史研究は、製造工程の機械化や自動化を伴わず、季節労働者の雇用も継続されたため、「静態的」な産業と見なされてきた。しかし、研究代表者による下記の研究からは、近代酒造業にみる全国ブランドの形成過程には、生産と流通の両面で「動態的」な部分が見出されつつある。

近代酒造業の特徴の1つは、灘や伏見のような大規模産地の中に全国販売を行う酒造家が登場したことである。研究代表者は、灘酒の全国展開に際し、生産者が流通主体に対し優位性を確保する過程を検討し、製造側が瓶の元詰めをすることで、それまで流通段階（問屋）に握られていた製品操作（ブレンドを含む）や商標を、自らの手中に収められたことが決定的に重要だった点を明らかにした。

他方清酒の醸造工程においては、機械化による生産量の急速な拡大や醸造蔵全ての一定した品質保持の際に困難が常につきまとい、「借蔵」や「桶取引」のような取引制度ないし生産組織がその克服に効果を発揮した。近年進展している、取引費用を低減する「制度」や「組織」に注目した経済史研究において、商標の確立とは、信頼獲得による利点の享受と爾後のブランド評価の変動リスクを背負う責務発生との二面性をもつことを意味するという。灘地域の場合でも、そのリスクをすべて負える強者は存在せず、「桶取引」はその分担関係を形成した点で重要な役割を果たしていた。大手ブランドが市場において一定の評価を獲得していれば、中堅企業も敢えて自社ブランドを育てずともよいため、積極的に桶売りを選択した。

大手の場合、桶取引で得た原酒と自己生産酒のブレンドにより品質安定化を達成した。先行研究において、原料のブレンドは、綿紡績業や絹織物業の混綿のようにコスト削減が主目的で、品質低下の伴うことも多いとされる。しかし、清酒にとってのブレンドは逆に品質味の向上を見込んだものだったと考えられる。業界では品質の評価軸の多さは味の調節を容易にすると言われているが、その実態は必ずしもまだ明らかではない。

大小からなる酒造企業のこうした行動原理は、需要変動への対応や、季節労働者および酒造米の確保、急激な生産規模の拡大の困難がつきまとう様々な制約条件下で、非常に合理的なものであったと考えられ、それは灘という産地の組織化や競争力強化にもつながった。以上のごとく、近代日本の酒造業は、「ブランドの確立」、「桶取引」、「ブレンド」をキーワードとして、固有の論理の下に発展したのであり、そのさらなる実態解明は、経

済史や産業史、そして経済学の研究水準を引き上げるものである。

こうした研究状況に鑑み、清酒醸造業固有の産業発展の論理を、将来にも活かすという産地競争力やブランド力の強化という面から再評価すべきなのではないかと考え、今回の研究課題が設定された。

### 2. 研究の目的

本研究は、昭和戦前期の灘酒造業が、原酒のブレンド工程を通じて、全国的なブランドを確立してゆくプロセスの解明を目的とする。

全国最大のブランド産地たる兵庫県灘地域では、「桶取引」という生産者間の原酒取引が活発に行われ、そのブレンドを生産者が行うことで商標が確立してゆく。ただし他種類の商品と異なり、ブレンドが単なるコスト削減目的ではなく、製品の品質向上に結びついた点に着目する。歴史資料や聞き取り調査による実証分析から、合理的に行動した大小の清酒醸造企業による市場と生産組織の選択が、結果として産地の競争力強化に結びついたことが明らかとなる。

その意義は、今後更なるグローバル化の中で求められる、日本産品のブランド力強化による産業発展の道筋を提示しうることにもある。

### 3. 研究の方法

本研究は、酒造メーカーや旧問屋などに残される史料の調査および現地でのヒアリングといったフィールドワークにもとづく実証研究である。

まず、兵庫県西宮市における大手酒造メーカー所蔵の史料を調査することにより、戦前灘における清酒生産の実態を明らかにする。戦前の酒造業では生産量増加の際、酒蔵の増築か他社からの調達が必要であったが、これら史料の分析により、その際の蔵人の移動や働き方、モチベーションの高め方について知ることが可能となる。

次に、醸造あるいは同技術教育を受けた人材の進路調査を実施する。高等専門機関における醸造学科などの設置が、酒造業にもたらした影響を探るため、いち早く醸造科が設置されていた現大阪大学においていかなる醸造教育が実施されていたのか、また卒業生の進路先について、卒業論文や卒業生名簿などを中心に資料調査し、あわせてデータベースを作成する。またそれに関連して、酒造メーカーに勤務経験のある方々へ、酒造りに関する従来の杜氏と高等教育を受けてきた技師との関係についてのヒアリングを行う。

また、酒造米取引の実態に関する史料調査とヒアリングを実施する。前述の灘大手メーカーにおける戦前期の酒造米取引に関する帳簿の分析や、兵庫県立中央農業技術センター酒米試験地への聞き取り調査から、酒産地がいかにして良質の酒米を入手しえたのか、

また実際に取引された酒米の種類などについても検討する。

そして、清酒が日本各地で造られていたことを鑑み、他産地の状況についても比較を試みる。新興産地であった東北地方や広島、京都伏見におけるヒアリングや現地図書館・資料館等での情報収集も実施する。

最後に、酒造メーカーが消費者の嗜好の変化に如何に対応しえたのかという点についても検討するため、広島県東広島市の種類総合研究所において清酒品評会に関する資料を調査する。当時の品評会における評価は、消費者の嗜好にも影響したものと考えられる。

以上の方法により、概ね下記の3点を主テーマとして検討する。

酒造蔵と蔵人の組合せが、何を基準にしてどのタイミングで変更されるのか。

ブレンド工程で力を発揮しうる、経営者、杜氏、技師の関係性、および組織内での力関係の変化について。

原酒の醸造にあたり、何が原料米の選択の基準となりうるのか。優良米と低級米の双方を調達していたことと、製品の味及び品質との関係について。

#### 4. 研究成果

上記「研究の方法」であげたテーマについては、次のような成果が得られた。20世紀前半の日本清酒醸造業においてブレンドを行うための原酒がいかにして製造されていたかという点について、醸造工程に関する史料、とりわけ酒造労働にかかわる史料の調査と分析を行った。灘の大手メーカーに残された、清酒を製造する酒蔵で働く蔵人の職位、賃金、労働機関を記した帳簿（明治初年から同30年代）および大正期から昭和初期にかけての時には30以上に及ぶ酒蔵の各杜氏や三役と呼ばれる上級労働者の成績表および賃金・賞与の一覧を発見し、写真撮影を行ったうえで、それら史料からデータベースの作成を実施した。同一企業内で稼働する複数の製造場内における杜氏および上級労働者の移動等をみることで、企業側は彼らの競争を促しながら全体として生産する清酒の品質向上に努めている実態が確認された。それと合わせて、灘の酒造企業に多くの杜氏・蔵人を送り込んでいた丹波杜氏の名鑑にある200人の出自や出稼ぎ先の変遷等をデータベース化する作業を行った。

次に、テーマについては、以下の成果を得た。当初の研究計画にはなかったが、秋田県鹿角市の旧関善酒店への史料調査も実施した。同酒店は、地場の酒造メーカー兼販売店であったが、(1)近くに鉱山を多く抱え、鉱山労働者の清酒消費を追えること、(2)かつての当主が大阪高等工業学校醸造科出身者であったことなどが判明した。近世期に比べ近代日本の清酒醸造業が大きく変化した

点の1つに、醗酵などにかかる化学的知識の浸透があげられる。そうした技術教育を受けた人材が酒造業にもたらした影響を探るべく、醸造教育のルートと内容、教育機関卒業者の進路について、関連する資料の調査・分析を行った。具体的には大阪高等工業学校の卒業生名簿や発行された雑誌等の資料収集と分析を行った。また、当時の醸造協会や各地の醸造関係の組合による講習会と称する教育ルートの発達もあわせて調査を行い、戦前期日本の醸造教育が複数のルートをもって実施され、それが日本酒の地域性存続と少なからず関連していることが明らかとなった。また、旧大阪高等工業学校の醸造学科出身者でもあった秋田県鹿角市の酒造メーカー当主が自ら醸造責任者となるようなケースと、灘のごとく当主は杜氏に製造を任せるといったケースでは、新たな化学的知識の応用のスピードに差が出るということが明らかとなった。

最後のテーマについては下記のような成果が得られた。戦前期に行われていた日本酒造りではいかなる酒造米が用いられていたのかという問題を調査すべく、酒造米取引の実態に関する史料調査とヒアリングを兵庫県の手酒造メーカーや兵庫県立中央農業技術センター、山形県や秋田県の酒造メーカー等に於いて実施した。まず、兵庫県の大手酒造メーカーに残された酒米取引に関する記録は江戸時代後期のもので残されており、すべての分析は終えられなかったが、それらは取引先の変遷、取引される酒造米の種類の変化を追えるものであった。一例を挙げれば、酒造米には朝鮮米が扱われていたことも判明したが、必ずしもそれらは品質の低いものとして扱われているわけではないようであった。大量の原材料を使用した酒造りを行っていた大手メーカーにすれば、一定品質以上の良質な原材料を集められさえすれば最後はブレンドによる強みを発揮できるのであり、そうした事情が朝鮮米取引として現れていた可能性も示唆される。また東北地方の酒造メーカーにおける調査では、品質を重要視し県外にも販路を拡張しようとする酒造家で、原材料の酒米も従来の小作米ではなく、「亀の尾」のようなブランド米の使用に転換し始めるケースが多くあったことが明らかとなった。これは前述の高等教育を受けた酒造家子弟や各府県の技師らによる酒造りの技術向上の動きと連動するものでもあった。また、広島県の酒類総合研究所にて実施した資料調査から、東北地方のそうした動きが全国の清酒品評会における成績向上にも結びついていた点も実証された。

#### 5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文](計4件)

大島 朋剛、酒造業史研究における「伏見酒造組合資料」の利用可能性、京都大学経済資料センターニューズレター、査読無、No.2、2016、pp.4-6

大島 朋剛、日本の製造業（酒造業）、兵庫県立大学政策科学研究所研究資料、査読無、No.258、2014、pp.27-42

大島 朋剛、日本酒ブランドの形成事情 - 近代酒造業の展開、HUMAN 知の森へのいざない、査読無、Vol.5、2013、pp.72-79

大島 朋剛、明治期の清酒流通に変革をもたらした人々～下り酒産地・灘と知多の盛衰～、日経研月報、査読無、No.425、2013、pp.24-29

〔学会発表〕(計2件)

大島 朋剛、世界のお酒と酒文化、兵庫県立大学公開講座2016、2016年12月3日、兵庫県立大学（兵庫県・神戸市）

大島 朋剛、戦前期灘酒造業にみる醸造教育とその実践、経営史学会関西西部会6月例会、2015年6月27日、同志社大学（京都府京都市）

〔図書〕(計2件)

大島 朋剛、国分株式会社、国分三百年史、2015、pp.105-225

大島 朋剛、東京大学社会科学研究所研究シリーズ No.57、戦間期日本の家計消費 - 世帯の対応とその限界 -、2015、pp.67-82

## 6. 研究組織

### (1) 研究代表者

大島 朋剛 (OSHIMA, Tomotaka)  
兵庫県立大学・経済学部・准教授  
研究者番号：20619192

### (2) 研究分担者

( )

研究者番号：

### (3) 連携研究者

( )

研究者番号：

### (4) 研究協力者

( )