

## 大分県の焼酎産業と一村一品運動

吉田健太郎

### ●はじめに

「焼酎」というとその代表例として「一村一品運動」を思い浮かべる方は多いことだろう。また、その逆もしかりだろう。しかし、大分における焼酎産業の発展はその要因を詳細にみていくと、一村一品運動の影響の他、様々な要因が有機的に関わっていることに気づく。そもそも一村一品運動が「焼酎産業」にその効果を発揮できたことには、それなりの理由もあった点も注意深く考慮する必要がある。すなわち、大分麦焼酎の発展には、蔵元の製品開発（イノベーション）創出・促進）に対する自助努力の他、平松前知事県政下で展開された一村一品運動以外の様々な外的要因が影響を与えているのではないかとということである。本稿では、いかにして大分県における焼酎蔵元が技術革新を起こし企業発展を遂げてきたのか。そして、焼酎企業にとって一村一品運動をはじめとする外的要因の影響があったとすれば、それはどのような点で有効であったのかを考察し、発展の背景に、企業、政策、その他関連アクターがどのよ

うに関係し、そこにどのような意味があったのかを検討したい。

### ●大分県における焼酎産業の発展

焼酎産業は、本格焼酎の歴史が始まった一九七〇年以來、世界経済や日本社会の様々な変化を受けながらも、一貫して発展し続け地域経済を支える重要な役割を担ってきた。現在の焼酎の全国消費量は二〇年前と比較して約三倍に増えている（図1）。

こうした日本の地域産業を支えている焼酎産業は九州地域から発祥し、今では九州は全国最大の焼酎蔵元の集積地となっている（表1）。なかでもその発展には、大分県名産の本格麦焼酎が大きく寄与している。大分の本格焼酎は、大分ならではの地域産品としての個性を持っている。今では大分県は、焼酎出荷数量で全国一であり、一県で全国の約三分の一のシェアを占める（表2）。酒造別の売上高でも、全国上位一〇社に大分県内の酒造メーカー二社が一位と五位に入っている（表3）。

以下では、大分県の焼酎産業の発展に寄与したと思われる代表的酒造メーカー（表

4）がどのようにイノベーションを創出・促進してきたのかを紹介する。

#### ① 独自性と品質に拘る二階堂

二階堂酒造が一〇〇%麦麴から造り出す麦焼酎は、六代目の社長兼社氏であった二階堂暹氏により、一九五一年から二二年の歳月を経て一九七三年に初めて開発された。元祖大分麦焼酎「吉四六」の誕生である。この麦焼酎は、通常の米麴を一切使用せず、一〇〇%麦麴を使って本格焼酎を開発した点に斬新さがある。あっさりとした舌触りと臭みのない飲みやすさが受け、瞬く間にブームを巻き起こした。

二階堂が麦焼酎の開発に乗り出した背景には、いくつかの要因があった。当時の米は高価だったうえに統制により入手が不安定だった。また、物資のない時代に清酒の仕込みのために使用する桶や樽を作ることのできない状況だった。さらに、当時、ウイスキーの台頭により、清酒や甲類焼酎の生産は減少していた。

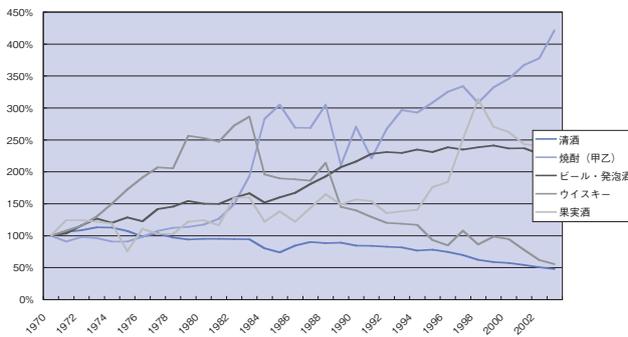
こうした時代背景のため、やむなく二階堂氏は新製品の開発に乗り出す。戦時中に備蓄していた雑穀類が醸造用に放出され、

表1 焼酎蔵(酒造)の数

	全国都道府県	九州全域	大分県
焼酎乙類	840	324	37
焼酎甲類	119	11	1

(出所) 国税庁。

図1 焼酎消費量の推移



(出所) 国税庁。

(注) Y軸は、1970年の消費量を基準値として比率で算出している。なお、1970年の消費量は以下のとおりである。清酒 125.7万kl、焼酎(甲乙) 21.8万kl、ビール・発泡酒 303.7万kl、ウイスキー 14.4万kl、果実酒 2.5万kl。

そのための、万人受けする「マイルドでシンプルな味わい」を追求し、とくに「香り」にこだわった。九州大学の応用化学出身の和田会長は、杜氏による昔ながらの手間暇をかけた個性豊かな焼酎ではなく、徹底的に研究技術にこだわった製品開発を目指した。こうして一九七九年に杜氏を使わない新手法によるマイルドな麦焼酎の開発に成功した。のちにCMによって全国的に有名になる「いいちこ」の原点、「下町のナポ

レオンいいちこ」である。三和酒類は「いいちこ」の開発以来、科学的な研究開発に力を注いだ。一九八三年に山本工場を開設した翌年、社内に研究開発室を設置し、製品開発に携わる常勤研究員を置いた。

②科学的戦略で焼酎文化を創造した三和酒類  
三和酒類が麦焼酎の開発に踏み切ったのは、ちょうど二階堂の麦焼酎「吉四六」が評判となり始めていた時期である。同じ県内の先発で成功を収めた二階堂を超える麦焼酎生産を目指し、徹底的に製品化に関わる研究が行われた。とくに、後発の三和酒類が目指したのは、従来の需要層である九州圏内の中高年層のみならず東京・大阪の大都市圏の若者にも受ける麦焼酎であった。

③生き残りのために商社と組んだ八鹿酒造  
一九六八年、杜氏のほかに広島大学発酵工学科出身の善光則之氏を技術者としてスカウトした。これは、全国的に清酒の消費動向が停滞傾向にあり、その先の清酒の減退を懸念した当事の経営陣が、清酒以外の商品のラインナップの必要性を感じていたためである。善光氏の努力から大分県特産のカボスを使った「カボスリキュール」が生まれる。さらに、一九八三年には二階堂の「吉四六」や三和酒類の「いいちこ」に続く本格麦焼酎「むぎっ娘」が生まれ、その後「銀座のすずめ」で有名になる。焼酎が比較的好調であった一方で、伝統を誇る清酒の売れ行きは鈍かった。数々の清酒の賞を獲得してきた八鹿だったが、清酒から焼酎への時代の波には逆らえず、徐々に焼酎の生産に傾斜していくことになる。

「イノベーション」を試みている。二〇〇一年から三井物産九州支社の展開する焼酎ルネッサンス事業に参画し、同社と共同で新製品「すいとと」や「ブルームーン」を誕生させた。これらの製品は、商社の持つ

流通販路の甲斐もあり、大都市圏や海外での需要層を広げ、八鹿酒造は活気を取り戻している。

①一村一品運動と平松県知事のトップセールス  
二階堂酒造のイノベーションによって生まれた新製品「吉四六」やそれに続く三和酒類の新製品「いいちこ」の開発は、それ自体が直ちに両社の発展に結びついたわけではない。そこには、麦焼酎への新たな需要と販路の開拓が必要であった。

平松氏が二階堂の麦焼酎に初めて出会ったのは、東京で通産省官僚だった一九七三年であった(参考文献②、八四ページ)。その後、一九七五年に県副知事として故郷の大分県へ戻った平松氏は、自ら上京するたび麦焼酎「吉四六」と「いいちこ」を持ち参し、料亭に持ち込み実演をした(参考文献③、七八ページ)。一九七九年に県知事として一村一品運動を提唱した後はトップセールスに拍車がかかり、テレビ出演の際にも麦焼酎のPRを怠らなかつた。「焼酎」の場合、他の「一品(産品)」と大きく異なり、一から「一品」を模索しそれを発展させるのではなく同運動提唱の時期には、すでに「一品」としての焼酎そのものの製品としての品質は確立されていた。「一村一品運動」は、「安くて健康によく飲みや

●焼酎産業の発展における外部要因

①一村一品運動と平松県知事のトップセールス  
二階堂酒造のイノベーションによって生まれた新製品「吉四六」やそれに続く三和酒類の新製品「いいちこ」の開発は、それ自体が直ちに両社の発展に結びついたわけではない。そこには、麦焼酎への新たな需要と販路の開拓が必要であった。

平松氏が二階堂の麦焼酎に初めて出会ったのは、東京で通産省官僚だった一九七三年であった(参考文献②、八四ページ)。その後、一九七五年に県副知事として故郷の大分県へ戻った平松氏は、自ら上京するたび麦焼酎「吉四六」と「いいちこ」を持ち参し、料亭に持ち込み実演をした(参考文献③、七八ページ)。一九七九年に県知事として一村一品運動を提唱した後はトップセールスに拍車がかかり、テレビ出演の際にも麦焼酎のPRを怠らなかつた。「焼酎」の場合、他の「一品(産品)」と大きく異なり、一から「一品」を模索しそれを発展させるのではなく同運動提唱の時期には、すでに「一品」としての焼酎そのものの製品としての品質は確立されていた。「一村一品運動」は、「安くて健康によく飲みや

二階堂酒造のイノベーションによって生まれた新製品「吉四六」やそれに続く三和酒類の新製品「いいちこ」の開発は、それ自体が直ちに両社の発展に結びついたわけではない。そこには、麦焼酎への新たな需要と販路の開拓が必要であった。

表3 2004年全国焼酎メーカー売上ランキング

順位	社名	主要銘柄	売上高 (億円)	前年対比 (%)
1	三和酒類 (大分)	いいちこ	587	106.1
2	アサヒ協和酒類製造 (東京)	かのか	346	99.4
3	雲海酒造 (宮崎)	いいとも	234	105.7
4	福徳長酒類 (東京)	博多の華	230	113.7
5	二階堂酒造 (大分)	二階堂	203	108.7
6	霧島酒造 (宮崎)	黒霧島	176	142.2
7	薩摩酒造 (鹿児島)	白波	170	119.7
8	高橋酒造 (熊本)	白岳	133	101.4
9	神楽酒造 (宮崎)	くろうま	86	109.1
10	濱田酒造 (鹿児島)	海童	73	143.6

(出所) 帝国データバンク福岡支店。

表2 2003年本格焼酎県別出荷量

	出荷量 (kl)	シェア
大分	117,569	31%
鹿児島	83,907	22%
宮崎	73,842	19%
熊本	31,363	8%
沖縄	26,169	7%
他県合計	49,425	13%
全国合計	382,275	100%

(出所) 日本酒造組合中央会。

すい「麦焼酎」という「イメージ」とともに製品の「固有名詞」を全国に広めた点に特色を見出すことができる。二階堂にとっても、莫大な広告投資を行わずに「麦焼酎」の存在を全国的に広めることができた点において、一村一品運動の影響は大きかった。この頃九州を中心に起きた焼酎ブームに、一村一品運動の波及効果が追い風となり、そのブームは九州を越え燎原の火のように全国に広がった。

このように大分麦焼酎の名を全国に浸透させた歴史を振り返ると、平松県政のもとで推進された一村一品運動に原点を探し当てることのできる。三和酒類の「いいちこ」も、独自のマーケティング戦略の展開を図ってはいたが、こうしたキーパーソンによるトップセールスの恩恵も間接的には受けている。知事のトップセールスにより「麦焼酎」そのものの存在が全国的に知られ、新市場が形成された。そこに三和酒類のイメージ戦略に基づくCM効果が発揮されたのである。市場が形成されたからこそ、麦焼酎の新たな「イメージ」の植え付けが可能になったのである。そして、ここでの「イメージ戦略」がうまくいったから、麦焼酎のブランド化が成功したのである。

### ②行政との協調

二〇〇〇年より三和酒類は地域資源を活用した焼酎を生産している。大分県農業技術センターの指導により得た原料で試験的に醸造し、現在J A大分宇佐、J A安心院

と契約栽培を行い、「ニシノホシ」を一〇〇%使用したむぎ焼酎「西の星」を発売している。

こうした背景には、農林水産省が音頭をとる形で全国に広まった「地産地消」(地域で取れた産物を地域で消費する)という考え方があり、大分県もその例外ではない。果実酒の原料についても地域で採れる安心院産のブドウなどを使用している。しかし、「ニシノホシ」が直ちに三和酒類の原料として使用されたわけではなかった。三和酒類は大量生産型の大企業であることから、常に安定した品質と量の供給が絶対不可欠である。そのため、酒づくりに最も重要な原料は、常に同品質・同量のものが確保されなくてはならない。こうした問題を乗り越えるために、県のイニシアティブのもと三和酒類と県の試験研究機関とが共同で何度も焼酎用麦の開発試験を行った経緯がある。県の地域経済への熱い思いが三和酒類と地域農業とを結びつけた。三年越しに県

関係者、農業技術センター、生産者、農協等の関係者が一体となって取り組んで地元で生産された原料を活用した「焼酎」が完成した。二〇〇〇年九月、ついに三和酒類とJ A大分宇佐、J A安心院との間で取引契約が結ばれ、一〇〇%地域資源によって造られる「西の星」は誕生した。

### ③商社の介入

一九八〇年代に入るまで、八鹿酒造の酒は、大分県内を中心に九州内での流通が中

心であった。しかし、麦焼酎「むぎっ娘」に目をつけた専門商社によって扱われるようになってから、少しずつ東京にも市場が広がっていった。続いて、東京市場での普及を目的に開発された「銀座のすずめ」については、社長自ら銀座のお店と酒屋卸に営業を行った。しかし、本格的に八鹿酒造の市場が拡大し、八鹿酒造の名が麦焼酎やカボスリキュールの酒造メーカーとして全国的に有名となるのは、二〇〇二年を過ぎたごく最近のことである。

八鹿酒造は二〇〇二年からは、三井物産の焼酎ルネッサンス事業に参画し、「ブルームーン」と「すいっと」が全国の卸酒市場に流通するとともに、北米等の海外市場への展開が図られている。

商社との連携は、商社との共同研究によって新製品が作られるばかりでなく、商社の流通販路で売り出されることによって新たな市場を創出している。こうした成果は、新たな需要層を獲得すると同時に、八鹿酒造の名を全国に広めることにもなった。

## ●連携と補完機能の意義—むすびにかえて

三和酒類は、計算された市場戦略とアウトソースの活用によって、今や全国最大の事業規模と売上を誇るまでに発展を遂げた。この成長を支えたのは、本格麦焼酎「いいちこ」の商品開発であった。「いいちこ」の開発には先発で麦焼酎を開発した二階堂

表4 調査対象とした蔵元

二階堂酒造有限会社－100%麦麴の元祖「本格麦焼酎」の生みの親－ (平成18年2月1日現在)			
代表者	代表取締役社長 二階堂 雅士	業種	酒類製造業
住所	大分県速見郡日出町 2849	設立年	1954年 (創業1866年)
ホームページアドレス	http://www.nikaido-shuzo.co.jp/	資本金	800万円
銘柄	本格麦焼酎「吉四六」、「やつがい」等	従業員数	50名
その他	麦焼酎一筋	売上高	約200億円
三和酒類株式会社－科学的市場戦略により全国焼酎メーカー売上第1位－			
代表者	代表取締役社長 熊登御堂 宏實	業種	酒類製造業
住所	〒879-0495 宇佐市山本 2231-1	設立年	1958年
ホームページアドレス	http://www.sanwa-shurui.co.jp/	資本金	10億円
銘柄	本格麦焼酎「いちご」、「西の星」等	従業員数	322名
その他	清酒・ワインの製造・販売。	売上高	約580億円
八鹿酒造株式会社－商社との連携によるプレミアム焼酎の立役者－			
代表者	代表取締役社長 麻生 益直	業種	酒類製造業
住所	〒879-4692 玖珠郡九重町右田 3364	設立年	1864年
ホームページアドレス	http://www.yatsushika.com/	資本金	7140万円
銘柄	本格焼酎「銀座のすずめ」、「すいっと」等	従業員数	90名
その他	清酒・カボスリキュールも製造・販売	売上高	約20億円

(出所) 筆者作成。

域の中小企業のみならず、初期の市場創出と販路拡大という点を補完していた点が指摘できる。この点、トップセールの重要性をみることで、また、このトップセールの存在は、当然「キーパーソン」が存在する。ここでは、平松氏がその「キーパーソン」の役割を担うことで、「トップセールス」を実現し、焼酎の市場拡大へ結びつけるきっかけを創出している。他方、これら二社と同じ大分県内の八鹿酒造における焼酎参入のきっかけは、先行

の存在が不可欠であった。ここでは、地域産業のスタート地点における「核企業」(地域を主導するパイオニア的企業)の重要性が指摘できる。他方、二階堂の発展を辿ると、一村一品運動との関係を見逃してはならない。二階堂は麦焼酎開発を発端に発展を遂げることになる。しかし、それが必要条件の一つであったことは間違いなく、それだけでは足りない。次なる課題として本格焼酎「麦焼酎」を受け入れる新たな市場が必要であった。一村一品運動という名のもとに実施された平松県知事のトップセールスがそれに大きく寄与している。これは、まさに地

二社によって確立された「大分麦焼酎」ブランドによる新たな焼酎ブームと、そこに形成された焼酎市場の存在であった。地域産業の核企業・二階堂と関連企業・三和酒類の存在によって形成された「地域ブランド」が、新たに地域産業の裾野を広げたのである。また本格焼酎への参入でさらなる成長を遂げた八鹿酒造は、商社との連携によつて新たな技術革新と新たな需要層、販路を獲得した。時代とともに多様化する消費者ニーズと地域産業との間にあるギャップを商社の「情報」によつて結びつけている。この点、商社との連携は情報というソフトインフラの機能を果たしているものと考えられる。また、商品は商社の情報をもとに蔵元の技術を用いて開発されるばかりでなく、そこから首都圏の若い層や海外層に受けるデザインや容器によつて高付加価値化され、商社独自の販路に乗せられる。こうした地域産品と商社とのネットワークが結びつくことで新たなビジネスモデルを形成し、地域産業の活性化に寄与している。そして、ここでも「キーパーソン」の意義は大きい。地域産業という小さな規模の産業では、生産者との信頼関係が構築できるかどうかは鍵である。誰でも彼でも連携しようというわけにはいかない。事実、平松県政の終焉とともに一村一品運動は終焉した。焼酎ルネッサンス事業でも、同事業を支える担当者が異動になった場合、事業そのものが消え去る可能性を孕んでいる。

最後に行政との関係について言及すれば、三和酒類が開発した「ニシノホシプロジェクト」は地域産業振興における重要な示唆を与えている。地域の大手企業が地域資源を活用することにより、規模の経済性が働くメリットとともに、地域農民の雇用や収入増に直結し地域全体のメリットが増える。他方で、大企業で活用できるだけの品質と量に耐えうるだけの原料を地域で育てるまでには、乗り越えなくてはならない壁もある。こうした面を地方行政がイニシアティブをとり、政策支援を注ぎ補完している点は地域産業全体の発展を展望する上で極めて重要な視点だと思われる。この点、地方行政をも含めたネットワーク形成の重要性が窺える。こうした連携によつて形成された「ネットワーク」は、「地域性」と結びつくことで特定産業における「競争優位」を確立していると思われる。

(よしだ けんたろう/米国防略国際問題研究所(CSIS)客員研究員)

《参考文献》

- ①大分県一村一品21推進協議会『一村一品運動二〇〇年の記録』二〇〇一年。
- ②平松守彦『二一世紀のリーダーたちへー 体感的自立戦略のすすめ方』東洋経済新報社、二〇〇五年。
- ③平松守彦『地方からの発想』岩波新書、一九九〇年。