

鹿児島焼酎醸造業の現状

—始良・隼人地区の聞き取り調査から見えてきたもの—

近藤 諭

本論は、鹿児島県の焼酎醸造業が抱える実情の紹介を通じて、地場産業の生産現場が抱える現状をとりあげる。地域の産業は、地域の風土や文化に育まれ、歴史的な過程を経て日常に溶け込んでいる。しかし、それゆえに「裏面」は見えにくいものでもある。産地以外での地場産業の生産品は、地域の「個性」や「独自性」のシンボルとして取り上げられることが多いが、その内実はさまざまな経営規模の企業努力によって支えられているのである。

近代化の過程は、さまざまな領域において、歴史上かつてなかったほどの変化を及ぼしてきた。これは地場産業といえど無縁ではなく、そうした近代化の影響を「うまく取り込み」かつ「伝統性を維持する」方向で現在に至っている。しかし、現在鹿児島の焼酎産業は、税率の上昇に伴う値上げと生産過程で生成される「絞りかす」の処理問題に直面している。特に大手数社を除いては、ほとんどがその経営規模にして中小の醸造所で構成される焼酎醸造業の実情において、一企業の「努力」では解決できない「難問」をつきつけられているとあってよい。本論は、そのような「難問」に各醸造所がどのような対処をおこない、どういった生き残りのための戦略を持っているのかについて、聞き取り調査によって得られた知見を紹介する。そこから、歴史・文化・経済構造などの結節点で、「中小企業の実存」とでもいうような、個別の企業の存続をかけた方策の積み重ねによって支えられている地場産業の姿が浮かびあがる。

キーワード：地場産業、近代化、焼酎醸造業、地域経済、中小企業

0 はじめに

鹿児島は焼酎の地である。他県に住む人々からもよく聞かれる言葉であるが、意外に焼酎に関する生産側の事情は知られていないのではないかと。本論文は、調査を通して得られた結果から、地方都市の地場産業が抱える現状の一端を明らかにすることを目的とする。それは、地方都市の産業が直面する様々な現実や苦悩の記述を通して、近代産業の基盤と地場産業の存続をめぐる矛盾の考察につながると思われるからである。

地場産業を含め地域の「特産品」は、地方都市から、広く他地域や中央の大都

市の市場へ向けて発信されたコマーシャルシンボルとして扱われる。だがその裏面には、地域の独自性のシンボルという表面からは伺い知れない苦悩がある。鹿児島の焼酎醸造業に関しては、後継者不足・販路確保・施設拡充の限界といった、いわば「地方」の特性、またそれらの生産を担う「中小企業」という経営規模からくる諸問題が集約されている。それは地場産業に対して向けられる、時として「オリエンタリズム」(E. サイード)にも似た「ノスタルジックな印象」からは決して見えてこないものである。

さらに日本の近代化の過程で、地方都市の産業がどのような役割を果たしてきたか。地方分権が叫ばれる昨今において、諸制度面での平等化や重点的な産業振興策などの中央主導で進行してきた近代化のプロセスが結果として地方産業に何をもたらしたか。さらには近代化の過程は産業構造を変容させ、さまざまな人・モノ・情報の流通を可能にしたといわれるが、果たしてそうした過程が地方都市の産業にまで浸透しているのか。そういう問いを背景にした日本の近代化をとらえ直す作業が本論の隠れた意図にもなっている⁽¹⁾。

1 地場産業をとりまく現状

(1) 地場産業の位置づけ

地場産業とは、地域住民の必要性を背景に、伝統的な技術や立地上の資源・交通などを活用して、地域の生活の充足をはかる目的で形成された産業のことである。下平尾勇はこれを四つの軸に区分し、農村工業に属する産業、市場に規定された都市工業に属する産業という形態的な区分、また形成過程の相違から、伝統的地場産業と近代的地場産業に区分している(下平尾 [1996: 3])。農村工業—都市工業の軸は、前者が原材料の産地としてその加工販売を基礎とした位置づけであることに對して、後者は生産品の販売市場とのつながりを重視した地域立地上の特性に基礎をおく位置づけである。伝統的地場産業—近代的地場産業の軸については、前者が産業を構成する資源や技術に歴史的伝統的な基盤をおくものであり、後者は市場の急激な拡大を背景に地域の資源や技術を利用し、また外部からそれらを調達するなどして、近代化の過程の中で作り出されたものである(下平尾 [1996: 3])。

このような区分は、それ自体の妥当性はともかく、現代の地場産業の現状を考察する上で重要な示唆を与えてくれる。それは、現代の地場産業の実態を歴史的過程の中で動態的にとらえる視点である。明治維新以降、日本は諸外国を模倣し

つつ国力を増大させる政策のもとに、富国強兵政策や殖産興業政策を採用することで近代化の歩みを進めてきた。近代化の波は、それまで藩を単位とした統治基盤の中で保護・育成されてきた産業に対して、経済的な淘汰や近代的技術の導入や拡大する市場への否応ない対応を迫った。江戸時代までは藩内の消費を目的とした品目の生産や、他地域への売買を通じていわば「外貨」を獲得する資源として保護されてきた産業が、東京を中心とした政治・経済・交通などの再編成の渦中に巻き込まれることになったのである⁽²⁾。

そうした近代化の過程で、ある産業は「伝統的であること」自体に商品価値を求めたり、ある産業は積極的に変容をとげ全く新しい産業として生まれ変わったりのたのである。そうした意味で、地域の歴史性とローカリティと近代化の影響との相互作用が、現在の地場産業の実態として結実していると考えられる。

(2) 地場産業をとりまく政策

近代化の歩みの中で、地場産業はさまざまな影響を受け、あるものは伝統的な原材料・製造手法にこだわり、あるものは積極的に近代化の恩恵を受ける形で変容してきた。その中で地場産業、あるいは広くそれを含む地域経済が、戦後に政策上どのように扱われてきたのかを確認しておきたい。

地場産業を含む地域経済振興策としては、中央主導の工業化に重点をおいた地域開発策がとられた。新産業都市の建設をめざした1962年の全国総合開発計画、大規模工業基地構想を企図した1969年の新全国総合開発計画、それに続く第四次全国総合開発計画などがあげられる。これらは、地域経済圏の開発と発展を目的とした地域経済圏構想のもとに位置づけられた政策であるため、地場産業の振興を第一としたものではない。また、これらの政策は、成長産業を地方に分散させ東京一極集中の是正を目指す政策ではあったが、「構想自体に地域の特性を生かす発想がなく全国画一的な開発方針にとどまって」いたため、地域内で交通・情報・サービスなどの再編が地方の中核都市中心におこなわれ、結果として農山漁村を抱える中小都市に打撃をあたえることになった(安東 [1993: 8-9])。

鹿児島焼酎醸造業に関しては、各醸造所は原材料の確保や消費地ニーズの関係で固有の立地条件を保守しているため、個別性や独自性を無視した地域広域経済圏構想と相容れない要素を抱えている。加えて、新しい産業拠点の開発によって、人材や交通などがそうした計画をベースに編成されると、後継者問題や販路確保などの影響を被ることは想像に難くない⁽³⁾。

また伝統工芸品の保存を目的に、1974年に「伝統的工芸品産業の振興に関する

法律（伝産法）」（平成4年に振興策を拡充するため一部改正）が施行された。「工芸品であること」「原材料・技法の伝統性」「一定の地域での産地形成」などの要件を満たした品目に、通産大臣指定の「伝統的工芸品」の「お墨付き」を与えることで、さまざまな保護や振興策が政策的におこなわれている。これは、文化財に対する「文化財保護法」や、産業的側面の対策を目的とする中小企業対策などではカバーできない領域を補うべく制定された法律である。鹿児島県では、「川辺仏壇」と「本場大島紬」がこの法律の指定を受けている。いわば「伝統性」の保護を名目にした政策である（「工芸品指定条件の説明」ホームページ <http://www.kougei.or.jp/outline/shitei.html>）。

1980年代には、政策推進の中でうたわれた「ふるさと創生」の旗印のもとに、各地方都市でさまざまな県産品の創出や産業振興に力が注がれ、メディアなどへの露出を助力にして地元の経済発展に寄与する商品が数多く創られた。大分県では、「一村一品運動」で「竹細工」や「しいたけ」などの工芸品や農産物の生産が後押しされた。鹿児島県では「かごしまブランド」の名の下に、県農政部流通園芸課が定めた基準を満たした品目（2000年6月現在10品目13産地）につけられた商標がそれに含まれるだろう。これは農産物に限定した、鹿児島県の全国的なイメージアップと有利販売を目的として平成元年にはじめられた取り組みである（「かごしまブランドづくり」ホームページ <http://www.pref.kagoshima.jp/home/e1010210.htm>）。

こうした取り組みの中で、伝統的な技術を継承し地域の経済発展の基盤となる産業が、「地場産業」という位置づけのもとに地域経済に貢献している。それは一方では、上述のような「コマーシャル・シンボル」としての地域の宣伝商品が、伝統とは異なる意味で「創られて」いく過程を意味するものでもある。

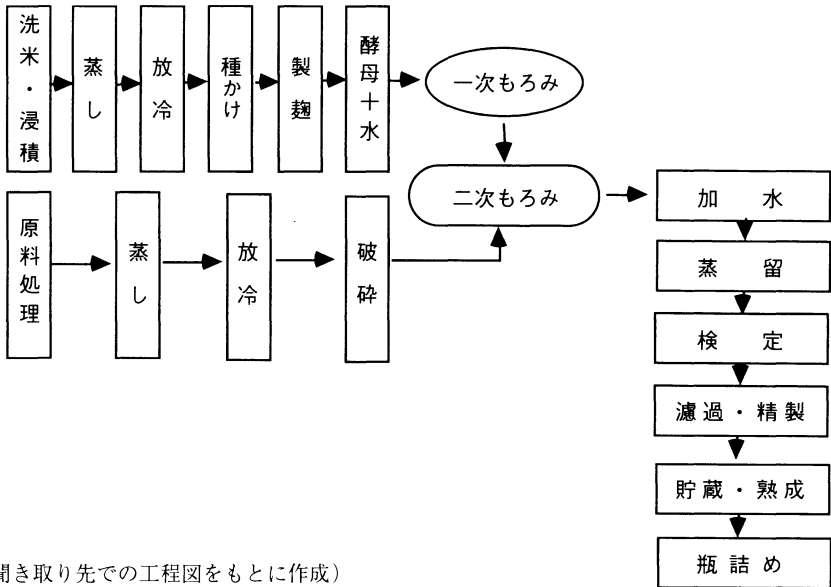
こうした政策的な取り組みは、中央政府に対する地域の独自性や固有性をアピールすることにこそなれ、現在の地場産業・地域経済の抱える問題を解決する処方箋となっているかについては疑問の余地があるところである。中央主導の政策や県外を志向したとり組みの陰で、地場産業はどのような現状を抱えているのだろうか。以下では鹿児島県の焼酎醸造業にスポットをあてて考察してみる。

2 鹿児島県の焼酎醸造業

鹿児島県で生産される焼酎はさつまいもを主原料とした乙類焼酎である。乙類焼酎は「本格焼酎」とも呼ばれ、巷間で他の飲料と混合されて飲用されることの

多い甲類焼酎とその種類を異にする。両者の区別は醸造過程の違いにあらわれ、酒税法上では、甲類焼酎は連続蒸留器で蒸留しアルコール分36度未満のものを指し、乙類焼酎は単式蒸留器で蒸留してアルコール分45度以下のものを指す。甲類・乙類という区別は、品質の差異ではなく製法の差異にもとづく区分である。つまり、明治に入って西欧から導入された機械によって作られたものを甲類、旧来の技術によって作られたものを乙類とする、当時の序列を示す語を用いた区分であり、酒の等級や品質おける優劣を示すものではない。そのような誤解を避けるために、1971年より乙類焼酎はラベルに「本格焼酎」と記されている（鹿児島県本格焼酎技術研究会 [2000:28]）。

製法については以下に簡単な図を示しておく。工程は大きく「一次仕込み」と「二次仕込み」に分けられ、前者は酒造において核となる「製麹（せいきく）」の工程、後者は焼酎ならではの「蒸留」の工程に相当する。芋焼酎では二次仕込みの直前に芋を加えるが、この工程で麦やそばなど他の原料を投入すればそれぞれ



（聞き取り先での工程図をもとに作成）

図1：焼酎の醸造工程

の焼酎ができあがる。その後蒸留を経て、アルコール度を25度に調整したものが本格焼酎として口に入るといいう工程になっている。アルコール度数調整の際には「さしもと」という水が用いられる。また醸造所によっては、蒸留タンクからできあがった「新酒」に一年ほど寝かせた焼酎を「ブレンド」させたり、出荷までに日数をかけたりして、固有の風味造りに工夫を凝らしている。このような工夫は「企業秘密」に属するが、それによって各社が同じ原料を用いながら、地元で親しまれた風味を守ってきたのである。次に鹿児島県の焼酎醸造業の現状をみる前に、その歴史ともいえる伝統性と、業界が現在直面している問題について簡単に触れておくことにする。

(1) 鹿児島県の焼酎醸造の伝統

鹿児島県の焼酎の歴史は、古くは1538年（天文7年）島津日新（忠良）が加世田城を攻めた折りに「加世田の酒店に入り」の記述に求められるという（川越 [1987：573]）。また大口市の郡山八幡神社に「焼酎」の文字が書かれたのが1559年（永禄2年）とされていることから、当時、加世田の酒点で販売されていた酒が「焼酎」であったと推測されている（川越 [1987：573]）。由来については、琉球経由説や、朝鮮経由説など諸説数多く存在するが、ここでは触れずにおくことにする。

焼酎が庶民に広まったのは江戸時代とされている。天明年間（1781～1788年）には公式に認可された薩摩領内の焼酎屋が1,000軒ほどで、加えて密造が3,000軒ほどであったという（川越 [1987：651]）。現在と同様に当時も酒の製造・販売は許可制であり、藩としてはこれを規制し半数以下に取り締まる意向を持っていた。

明治に入ると、酒屋だけに課税する酒造株制度を廃止し、県知事に免許料を納めれば誰でも酒造が可能になったので、「九斗九升の札は家々の門に掲げられたり」と『薩摩見聞記』に記載されるほどにまで酒造が普及した（川越 [1987：770]）。1899年（明治32年）に自家用醸造が禁じられ、販売を目的とした焼酎醸造へとシフトすることになり、業者が乱立することとなった（川越 [1987：781]）。だが、庶民の生活に根付いていた焼酎の入手が限定されることになり、かえって密造がはびこる結果を招いてしまった。このころの酒造は、自家醸造的な手法で小字単位で造られており、各家庭の近隣で容易に入手可能な範囲でおこなわれていた。

明治も40年を過ぎると、江戸時代の流れを汲む自家醸造的な焼酎醸造のありか

たや、むやみな新規企業の奨励、乱立した業者の実状が再考され整理が実施された。その結果、1911年（明治44年）に527場、45年に485場にまで整理されることになった。商業的な色合いを強めた業界整理の結果、蒸留器をはじめ工場設備、醸造技術や原料の模索などさまざまな工夫がおこなわれ、酒質が向上した。そうした業界の進歩にあわせて、「垂口封緘」と呼ばれる脱税防止策が徹底された（川越 [1987：792-794]）。こうした施策の中で、焼酎醸造業が独立した「産業」として歩みはじめることとなった。

1913年8月には、これまで流通段階で小さな醸造場の乱立につけ込んで、市価・量目を左右していた仲買専業者に対抗すべく、県下の価格を協定することで安定をはかろうと酒造組合連合会が結成された（川越 [1987：796]）。以降、戦時統制や国の施策との関係の中で酒類販売は現在のような形態を採ることとなった。

現在は鹿児島県酒造組合連合会を筆頭に、鹿児島・伊集院・知覧・指宿・川内・出水・加治木・大隅・鹿屋・種子島・奄美大島の11酒造組合があり、醸造所数は120場にのぼる（鹿児島県本格焼酎技術研究会 [2000：165]）。しかし、都築他 [1984] の行った1983年の調査時点での139場と比較すると、17年で19場の醸造所が商売をたたんでいることになる⁽⁴⁾。

(2) 焼酎ブームと税額引き上げ問題

戦後、経済の回復や生活の復興が進む中で、酒類市場もそれにあわせてさまざまな活動がこころみられた。焼酎業界においては、1956年に焼酎中央会によってPR計画が実施された。これは2,000万円の予算でポスター掲示やパンフレットを30万枚配布するというキャンペーン活動であった（川越 [1987：824-825]）。またイメージを一新すべく「ホワイトリカー」という名称変更が1963年に実施された。さらに1967年にはホワイトリカー1本に絞ってPRされ、酒類業組合法施行規則の改正で、甲類はホワイトリカー、乙類はホワイトリカーまたは「本格焼酎」と称することになった。宝酒造の「ヘルシー・セクシー・エコノミー」を旗印にした活性化戦略にあわせて、協和発酵・合同酒精・キッコーマン醤油・東洋醸造など大手の甲類焼酎醸造会社が参入して、市場は活気を呈することとなった。また乙類焼酎も相乗効果で売り上げが10年間伸び続けた（川越 [1987：828-829]）。

1976年に入ると蒸留酒組合が予算額を前年度の14%増しの方針を打ち出し、宝焼酎「純」・協和発酵「玄海」・合同酒精「ワリッカ」など13社、15銘柄が次々に販売され焼酎ブーム元年といえる時代が到来した（川越 [1987：832-833]）。鹿児島県では県産焼酎が昭和49年頃からゆるやかな上昇をみせている。これは甲類

の県外出荷が1976年から77年にかけて急伸していることに比べて、もっと以前に「ブーム」の存在があったことを示しているとする向きもある（川越 [1987：835]）。

しかし、1985年にもなると伸び率が落ち着きを見せはじめる。これは上述した「ブーム」がいわば「スタイル」や「流行」に裏打ちされた結果であると考えられると、それらの要素が浸透した結果、安定期に入ったものであるという解釈も成り立つが、市場としての成熟を見たことは間違いないと思われる。現在「酎ハイ」として定着している飲用の習慣は、こうした経緯をたどって根付いていると考えられる。

こうして一定の地位を確保して広く普及した焼酎であるが、昨今の報道でも見られるように、その将来において試練ともいべき問題が立ちはだかった。それは1997年からの3回（1997年10月・1998年5月（甲類）・1998年10月（乙類）・2000年10月）に渡る焼酎税率の引き上げと、産業廃棄物としての焼酎絞りがすの海洋投棄禁止措置である。

前者は、1996年11月に世界貿易機構（WTO）に対するEUなどの日本国内におけるウイスキーの税率が不当に高いとする提訴を受けて、日本が敗訴した結果実施される措置である。当時の税率によれば、ウイスキーが1リットル982.3円であるのに対して、甲類焼酎が155.75円と大幅な格差がある。65万リットル以上飲まれている焼酎に対し、4万2千リットル余りの消費量しかないウイスキーの輸入拡大が提訴の狙いであるとされている（産経新聞 1996 6月8日付）。

具体的には、1997年9月以前で、1リットルあたりウイスキー：24.558%、焼酎甲類：6.228%、焼酎乙類：4.084%の格差を、第一段階の1997年10月にウイスキー：13.775%、焼酎甲類：8.076%、焼酎乙類：6.028%、第二段階の1998年5月にウイスキー：10.225%、焼酎甲類：9.924%、焼酎乙類は据え置き、第三段階の1998年10月に焼酎乙類のみ7.926%、最後の値上げとなる第四段階の2000年10月には、焼酎乙類も甲類と同じ9.924%の税率をかけられる酒税改訂が準備されている（日経流通新聞 1998 10月29日付）。焼酎乙類の価格はこのすべての段階を経て、1997年に88円、1998年にさらに88円、2000年に133円（流通コストなどの値上げを含む）と合計309円もの値上げを余儀なくされたのである（南日本新聞 2000 9月28日付 鹿児島新報 2000 10月1日付）。

一方、廃棄物の海洋投棄問題については、「産業廃棄物投棄による海洋汚染防止に関する条約（ロンドン条約）」により2001年にすべての海洋投棄による廃棄物処理が禁止される予定になっており（2000年12月現在で日本は条約に批准せず）、

焼酎業界でも大きな波紋を呼んでいる。従来、焼酎製造工程で産出される絞りかすは、家畜飼料や土壌還元、海洋投棄などで処理されてきた。水分を多く含んだ絞りかすは、飼料・肥料にするにはコストがかかるため、海洋投棄の選択肢を選んできた業者も存在する。だが、この選択肢が失われることにより、中小醸造会社は処理費用にかなりの出費を強いられることになる。このように焼酎醸造業を取り巻く状況は極めて厳しいものとなっている。地域の嗜好を形づくり愛好されている生産品が、経済事情や国際事情に翻弄される苦境に立たされているのである。以下では鹿児島県の焼酎醸造業の現状を詳しくみてゆくことにする。

3 県内焼酎醸造業の現状

焼酎の鹿児島県での位置づけは「特産品」というものである。県の発行する統計資料（『統計鹿児島』）上では、「特産品」の位置づけを与えられている産業は、「大島紬」、「かつお節」、「製茶」、「つけもの」などである。それ以外に、前述の「伝産法」指定を受けた「川辺仏壇」「本場大島紬」が加わる。こうした業種は国勢調査産業大分類による「製造業」に該当し、三分類では「第二次産業」に相当する。ここで過去25年間（6回）の国勢調査から鹿児島県の産業別就業者数の推移をまとめたものが（表1）である。

主要三分類における産業別割合は、年々第三次産業にシフトする傾向が見られる。特に1980年以降、全国と比べると高くはないが（1995年の全国の産業別割合は第一次産業6.0%、第二次産業31.6%、第三次産業61.8%）、それでも半数を超えて延びていることが示されている。製造業については、1995年の全国割合が21.1%なのに対し鹿児島県は12.9%と下回っている。人・モノ・情報の流れに伴う近代化の中でソフト面を補う産業は、鹿児島県も就業者数の増加を見せているのに対し、農業をはじめとする第一次産業は着実に減少している。製造業は比率として目立った増減を見せていないが、焼酎醸造業は原材料の生産（第一次産業）と密接な関係にあるので、将来的にこうした産業構造のシフトが鹿児島県の地場産業としての「顔」にどのような影響を及ぼすかは計り知れない。後継者問題も、人材がサービス業をはじめとする第三次産業に流れている結果からみると、深刻な問題であることがわかる。

流通について触れておくと、これまでは醸造所から卸売りを経て酒販店・百貨店から消費者に渡る経路を採っていたが、1991年の酒類小売り販売免許の規制緩和などにより、大量仕入れや売り場面積の拡大を果たしたディスカウントストア

表1 鹿児島県の産業別就業者数の推移

産業（大分類）	就 業 者 数（人）						産 業 別 割 合（％）					
	1970年 (昭和45年)	1975年 (昭和50年)	1980年 (昭和55年)	1985年 (昭和60年)	1990年 (平成2年)	1995年 (平成7年)	1970年 (昭和45年)	1975年 (昭和50年)	1980年 (昭和55年)	1985年 (昭和60年)	1990年 (平成2年)	1995年 (平成7年)
総 数	832,691	798,377	844,029	841,479	820,576	843,625	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
A 農業	334,083	233,168	190,075	172,078	131,173	112,624	40.1	29.2	22.5	20.4	16.0	13.4
B 林業	5,367	5,481	4,594	4,015	3,005	2,106	0.6	0.7	0.5	0.5	0.4	0.2
C 漁業	12,927	13,812	13,934	13,380	12,099	10,601	1.6	1.7	1.7	1.6	1.5	1.3
D 鉱業	2,168	1,844	1,512	1,532	1,196	1,336	0.3	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2
E 建設業	50,163	66,139	91,498	81,645	85,128	98,291	6.0	8.3	10.8	9.7	10.4	11.7
F 製造業	95,485	105,767	112,845	119,645	119,566	108,754	11.5	13.2	13.4	14.2	14.6	12.9
G 電気・ガス・熱供給・水道業	3,867	3,891	4,142	4,158	4,140	4,335	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
H 運輸・通信業	42,079	46,729	49,460	47,331	46,571	47,300	5.1	5.9	5.9	5.6	5.7	5.6
I 卸売・小売業・飲食店	120,741	138,603	164,542	165,723	166,620	176,852	14.5	17.4	19.5	19.7	20.3	21.0
J 金融・保険業	10,904	13,687	17,206	19,674	20,800	20,528	1.3	1.7	2.0	2.3	2.5	2.4
K 不動産業	1,824	2,882	4,040	3,956	4,933	4,444	0.2	0.4	0.5	0.5	0.6	0.5
L サービス業	114,115	126,225	150,134	167,697	186,652	216,105	13.7	15.8	17.8	19.9	22.7	25.6
M 公務（他に分類されないもの）	38,813	38,454	39,203	39,662	37,650	38,757	4.7	4.8	4.6	4.7	4.6	4.6
N 分類不能の産業	155	2,325	844	983	1,043	1,592	0.0	0.3	0.1	0.1	0.1	0.2
A-C 第1次産業	352,377	251,831	208,603	189,473	146,277	125,331	42.3	31.5	24.7	22.5	17.8	14.9
D-F 第2次産業	147,816	173,750	205,855	202,822	205,890	208,381	17.8	21.8	24.4	24.1	25.1	24.7
G-M 第3次産業	332,343	370,471	428,727	448,201	467,366	508,321	39.9	46.4	50.8	53.3	57.0	60.3

（各年度版 国勢調査最終報告書より作成）

が出現し、コンビニエンスストアでも焼酎を販売するようになった（鹿児島県本格焼酎技術研究会〔2000：172-177〕）。こうした流通の変化は、産業構造の変化に対応するばかりでなく、作り手の生き残りにおける商品の差別化や、ブランドイメージの斬新さなどの取り組みなどにみられるように、戦略上の方向転換にその影響を与えている。

(1) 焼酎製成量の推移

ここでは鹿児島県酒造組合連合会の資料をもとに、鹿児島県内の焼酎生産の実態を数値上で簡単に確認しておくことにする。図表で用いられる用語は、「製成」が生産量、「移出」が売り上げをそれぞれ意味している。さらに「移出」は「課税移出（県内・県外）」と「県外未納税移出」とに区別され、前者が瓶詰めされた後、小売りされた売り上げを指し、後者は「桶売り」による他県への移出分を指す。「桶売り」とは、芋焼酎の生産時期（9月～1月：醸造所によって前後）以外に、麦など芋以外の材料で焼酎の生産をおこない、それを瓶詰めせずにタンクから直接移し替えるかたちで他県の業者に販売することを指す。いわば他県の醸造業者の「下請け」的な生産分を意味すると考えてよい。ここではそうした「桶売り」分の移出量は扱わない⁵⁾。

鹿児島県内で生産されている焼酎の原料は米とサツマイモである。米は麹菌を植え付ける触媒であり、おおむね工業用に販売される「他用途利用米（タイ米などの破碎米）」が用いられる。芋は県内産の「黄金千貫」が広く使われる。これは外見が乳白色の芋でデンプン価が他の品種と比べ高いため、アルコールの効率よい発酵に適しているからである。ゆえに焼酎の製成量はそうした原料の作柄や品質にも影響される。（図2）は1985年（昭和60年）から1998年（平成10年）までの課税移出量（県内・県外）の推移である。売り上げの総計と考えてもよい。また資料に表されている年度は7月～翌年6月を区切りになっているが、これは焼酎の生産が9月～2月位の期間におこなわれるためである。

(2) 売り上げの推移

売り上げは、酒造組合では「課税移出量」の名称で記載されている。上述の製成量と同時期での落ち込みが見られるが、会社によっては一年寝かせて出荷したりするところもあり、完全に同じような推移を描いていない。また「製成分」のうち他県に「桶売り」される分は、課税の対象となる「売り上げ」に該当しないため、両方のグラフが一致していない。1989年から3年にかけて若干の落ち込み

近藤：鹿児島焼酎醸造業の現状



(鹿児島県酒造組合連合会資料より作成)

図2：焼酎製成量と移出量の推移（1985年～1998年）

が見られるが、10万キロリットル以上で推移している。1997年では1985年（134,725）1994年（131,794）に次ぐ125,456キロリットルを製成した。課税移出量に関しては、1994年に若干の落ち込みを見せているが、以降上昇向きに回復している。1996年で39,093キロリットルと1985年を上回る数値となっている。

(3) 地域別特性

県内での焼酎醸造は、上述のように県内消費分と県外消費分とに分けられる。これを地域別（各酒造組管轄別）に見ると、前者にウエイトをおいた地域と、後者も視野に入れて販売を展開している地域とに分けられる（表2）。もちろんこれは当該地域にある醸造所の規模や、個々の醸造所の販売戦略が反映された数値であるため、「地域別特性」という表現は適切ではない。だが地域発の「特産品」として、県内よりむしろ県外に販路を拡大し存続の活路を見いだしているメーカーと県内消費を中心とした酒造メーカーの立地別傾向が見て取れる。

表2：地域別生産量・課税移出量

区分	製品数量(生産量)kl			県内課税移出(県内出荷量)kl			県外移出kl		
	H7.7-H8.6	H8.7-H9.6	%	H7.7-H8.6	H8.7-H9.6	%	H7.7-H8.6	H8.7-H9.6	%
鹿児島	287.6	492.4	171.2%	878.4	826.4	94.1%	2681.7	2223.3	82.9%
伊集院	13,495.8	15,156.7	112.3%	7076.3	6146.8	86.9%	9978.8	10432.7	104.5%
知覧	13,254.0	10,976.9	82.8%	4386.8	4417.2	100.7%	16218.2	16909.3	104.3%
指宿	16,003.1	18,162.2	113.5%	1246.8	1241.3	99.6%	17.7	19.5	110.2%
川内	16,918.5	16,579.8	98.0%	2422.1	2339.6	96.6%	3264.8	3944	120.8%
出水	6,251.9	6,476.9	103.6%	3444.9	3695.2	107.3%	773	866.5	112.1%
加治木	11,838.3	12,636.9	106.7%	5894.6	6146.7	104.3%	1403.6	1670.3	119.0%
大隅	22,127.5	22,347.5	101.0%	2164.6	2521.2	116.5%	284.7	103.4	36.3%
鹿屋	12,021.4	12,084.3	100.5%	2700.2	2944.6	109.1%	1293.6	1359.7	105.1%
種子島	1,537.5	1,508.6	98.1%	1122	1194.8	106.5%	43.2	52.9	122.5%
合計	113,735.6	116,422.1	102.4%	31336.6	31473.8	100.4%	35959.3	37581.5	104.5%
奄美大島	5,814.7	6,531.9	112.3%	3258.1	3515.5	107.9%	1431.5	1511.9	105.6%
合計	119,550.4	122,954.0	102.8%	34594.7	34989.3	101.1%	37390.8	39093.4	104.6%

(鹿児島県酒造組合連合会資料より作成)

4 県内焼酎醸造業の苦悩

1999年現在で県下の焼酎醸造所は120場(うち黒糖焼酎醸造所が27場)あり、それらの大半は、20人未満の従業員、生産量にして1,000キロリットル以下の規模の醸造所が占めている(鹿児島県本格焼酎技術研究会[2000:165],都築他[1984:87])。県産焼酎の大半はこうした中小規模の醸造所で生産されているのが現状である。

今回の調査対象に設定した中小規模の醸造所において、作り手の高齢化や後継者問題・販路拡大・廃棄物処理など抱える苦悩は数知れない。これらの「障害」をどのように乗り越えていくかが、今後の鹿児島焼酎産業の命運を決定づけるといえよう。以下では、聞き取り中で、こうした鹿児島の焼酎業界をとりまく状況に各醸造所がどのように対応しているか、販路拡大を含む存続のためにいかに布心しているかを確認していきたい。

今回の調査は、志學館大学文学部人間関係学科社会学専攻に設置されている科

目である「社会調査実習」の課題として実施された。また、学生を調査員として充てたため、大学近隣の加治木町・隼人町・国分市の醸造所を対象に選択されたという制限がついていることを断っておく。調査地域は加治木酒造組合の管轄下（全部で15醸造所）にある7醸造所で、経営規模は中小企業規模から家内工業規模の醸造所まで含んでいる。今回の聞き取りにおいて設定した質問項目は以下の通りである。

●酒税法関連

- ・出荷量、生産量への影響
→新しい酒造や新製品開発構想の有無

●労働・雇用関連

- ・従業員の平均年齢
- ・季節労働者採用のメリット
- ・常勤で抱えないことによる弊害の有無
- ・杜氏の人数（年齢構成）・必要性（最後に機械化できない部分）
- ・杜氏を含め酒造プロセスの根幹を担う労働力の後継者問題

●酒造プロセス

- ・市場のニーズに合わせた新商品開発に対する姿勢
→黒麹の使用や別の原料での酒造開拓
- ・酒造における独自の方法
- ・熟成期間、保存法
- ・蒸留方式
- ・原材料の確保は潤沢であるか

●販売・出荷

- ・貴社のお荷・販売領域（県内・県外（九州・本州・海外））
→売り上げ・シェアはどこが多く占めているか
- ・CMを流していない場合、どのような販売戦略をたてているか
- ・市場に広く受け入れられるために行っていること（販売戦略上）
- ・新商品開発の企画

●その他

- ・蒸留かす処理の問題
- ・協業組合のような組織的な産業保護へ向けての方策

聞き取り対象が企業であるため、質問の中には回答しにくいものもあり表中では「不明」としておいた。また差し障りを考慮して醸造所名は伏せて表記する。以下に聞き取りに協力して頂いた各醸造所の概要を示しておく（表3）。

(1) 各醸造所の概要

ここでは表で示された各醸造所の概要について補足しておく。原材料は地元産の黄金千貫を使用しており、芋の購入形態は多少違いはあるが、契約栽培先から納入しているか、産地指定して納入している。従業員は多いところで20名を超えるが（A酒造）、他はおおむね10名内外である。そうした規模の小さい醸造所では、芋焼酎の生産時期のみパートタイマーやアルバイトを雇い入れ、洗ビンやラベル貼り⁽⁶⁾や箱詰めなどの作業に従事させることもある（C酒造・E酒造）。すべての醸造所で芋以外の焼酎を生産している。これは先述のように「桶売り」の商品も含まれるが、中には「B酒造」や「E酒造」のように自社で銘柄を作って他県に卸している醸造所もある。これは、鹿児島県では芋焼酎の嗜好が強く圧倒

表3：調査対象7醸造所の概要

醸造所名	A 酒 造	B 酒 造	C 酒 造	D 酒 造	E 酒 造	F 醸 造	G 酒 造
創 業 時 期	1870年	1906年 (明治39年)	1889年	1955年	1954年→ 1997年名称 変更	1919年	1970年協業 化→ 1986年再協 業化
従業員数	20～25名	14～15名	3名	11名	4人	15名	25名
生産量	1,000kℓ	9,000kℓ	90kℓ	1,000kℓ (地元向け は180kℓ)	不明	450kℓ	1,800kℓ
操 業 期 間	9月下旬 ～4月 (芋+麦)	9ヶ月 (6～8月 は休業)	9月～ 12月	9月～ 翌年6月	年中生産可 能	9月下旬～ 翌年2月 (芋焼酎は 12月まで)	10ヶ月 (芋焼酎は 100日)
県外移出 (未納税)	あり	あり	なし	あり	不明	不明	不明
杜 氏	黒瀬杜氏 4名 地元 3名	黒瀬杜氏 1名 70歳代	阿多杜氏 65歳	おいていな い	おいていな い	工場長兼務	工場長兼務

的に芋焼酎の需要が高いため、麦焼酎など他の原料を用いた焼酎は売れないからである。

「D酒造」は県外に本社を置く大手酒類メーカーの経営傘下に入っており、生産される焼酎の一部は県外に出荷している。この大手メーカーは大工場（門司・土浦）と子会社（鹿児島の他に広島・京都・静岡・北海道）を傘下に持ち、清酒や甲類焼酎も生産している。「D酒造」はそうしたグループのいわば「芋焼酎製造工場」的な性格を持つ。地元出荷分以外は県外に提供されている。

「E酒造」は独自の技術を酒造に応用し、他社と一線を画した製品を生産している。こうした技術を導入するまでは従来の製法で醸造をおこなっていたが、「経験と勘」に左右される醸造技法の「不安定さ」の克服と健康を志向した新技術を導入した結果、風味がまろやかになり、伝統的な醸造技法ではまねのできない製品を作り出すことで生き残りを果たすことができたという。

「G酒造」は、1970年に隼人町や国分市内の小規模の醸造所10社が合併し、「協業組合」として出発した沿革を持っている¹⁷⁾。当初は隼人町を拠点としており、各醸造所が原酒醸造を受け持ちそれを持ち寄って、一カ所で瓶詰めをおこない共通の銘柄で出荷していた。1986年に分離していた醸造部門を統合し国分市に工場を建設して再協業化をはかり、製造から瓶詰めまでを一カ所で行えるようにして現在に至っている。

以上、経営規模の面から各醸造所の特徴を列記した。それぞれの醸造所で従業員の確保や、沿革、製品作りの工夫を凝らしていることがうかがえる。これらは、中小の醸造所が愛好者に自信を持って製品を作り出すためのいわば「プライド」と、自社の「生存」を賭けるための努力の結果である。次に各醸造所がその「プライド」と「生存」を保つべく、直面している諸問題への対処のありかたをしてみることにする。

(2) 酒税法と売り上げの関係

酒税法の改正に伴う値上げについては前述の通りであるが、中小規模の醸造所にとって、こうした影響がどの程度及んでいるかを質問してみた。おおむね「負担ではあるが愛好者を裏切らない製品作りをしていけば、離れることはない」という意見が聞かれた。

A酒造：新商品を考慮中。また焼酎の魅力を広く知ってもらうため、パンフレットなどの宣伝材料を使っでの紹介をおこなっている。

B 酒造：明確な回答なし。

C 酒造：高付加価値商品（プライベート・ブランド）を作って品質の良い焼酎を限定生産することで消費者を引きつけたい。

D 酒造：酒税法改正（1998年10月現在）で全般的に影響はなし。ただ芋焼酎は多少の影響があったようであるが、これは酒税引き上げの影響のみならず「飲み会」や「接待」の自粛・減少の影響もあるのではないか。

E 酒造：従来の製法で製造している銘柄は値上げしたが、独自製法を用いて作られた銘柄は値上げはしない。

F 醸造：売り上げは確実に落ちている。従来、焼酎二本セットの値段と中元・歳暮の平均予算額とがほぼ一致していたためよく購入されていたが、税率引き上げで焼酎の価格が予算を超えると他の酒類に乗り換えられてしまう。

G 酒造：今年（1998年）はあまり売れないのではと危惧している。それは、税率引き上げ以前の焼酎は「買いだめ」によって購入されることが多かったが、税率引き上げ後はお客さんが「買いだめ」をしなくなった。

それぞれの醸造所で酒税に関する影響を語ってもらったが、「F 醸造」を除いて「値上げされても食生活や文化に根付いているため、すぐに売り上げが激減することはない」という意見が多数であった。しかし、従来通りの販売戦略では限界があることも承知の上で、「高付加価値商品」や後述するような「県外出荷」に活路を見いだそうとしているという意見も聞くことができた。加えて、明確な根拠はないものの、「官官接待」の自粛ムードで宴会やパーティなど規模の大きい飲食が控えられ、これが飲食店や居酒屋での焼酎の消費に影響を落としているという意見も聞かれた。

(3) 焼酎醸造を支える労働者

酒造りの重要な担い手である「杜氏」の存在は、醸造所の製品作りに欠かせない存在である。杜氏とは、酵母の出来不出来や仕込みの際の温度など、どれをとっても微妙な酒の味わいを決定するノウハウを所有する熟練技能者である。鹿児島焼酎醸造を支える杜氏は大半が、阿多（加世田市金峰町）や黒瀬（川辺郡笠沙町）出身であるといわれている（鹿児島県本格焼酎技術研究会 [2000：66-70]）。由来は諸説あるが、これら杜氏の出身地が、鹿児島に焼酎酒造の製法を伝えたとされる渡来人が多く居住した地域であり、酒造に関する技法が伝えられそれを受

け継ぐ者が多いとする説が多い。

また杜氏の大半は農業に従事しており、酒造りがおこなわれる8月～翌年3月にかけて蔵子と呼ばれる、いわばアシスタントをつれて各地の醸造所に赴く出稼ぎの形態をとっていた。現在でもこうした阿多・黒瀬出身の杜氏を頼りにしている醸造所も存在するが、コンピュータを用いた生産工程に取って代わっているところもある。これはコンピュータがすぐれているという意味合いだけでなく、そうした杜氏が高齢化を迎え、あわせて次代の杜氏の補充がままならないという理由にもよるところが大きい。

- A酒造：現在7名の杜氏を季節雇で雇い入れている。出身地は黒瀬が4人、地元が3人である。年々杜氏の数も減ってきている。従業員数20～25名で、操業時期によって常雇と季節雇が季節ごとに変化するため一定数ではない。かつては100名近くいたが機械化と後継者不足で年々減少しつつある。
- B酒造：70歳代の男性黒瀬杜氏1名が全銘柄の責任を負っている。年間通して6月から8月を除く9ヶ月間休みなしで働いている。コンピュータ制御の温度管理で四六時中監視する必要はなくなったが、微妙な気温の変化や湿度を考慮に入れた微調整が絶えず必要で、主な業務はそれに費やされる。従業員数は14～15名で平均年齢は35～40歳。
- C酒造：杜氏は阿多出身の65歳の男性。蔵子を帯同し操業時期（9月～12月）のみ働いている。従業員は社長と社長夫人、常雇の従業員が1名、パート2名。
- D酒造：伝統的な意味での杜氏はいない。麴作りなどは「自動製麴機」やコンピュータによる温度管理が徹底しているため誰にでもできる作業になった。従業員数は11名で男性8名、女性3名。製造に5名の男性、瓶詰め・ラベル貼りに女性3名、男性1名の配置。
- E酒造：杜氏はおいていない。杜氏はそれまで積み重ねた経験により酒造をおこなうので、新しい試みに手をつけることが難しい。ここで採用している手法を容易には受入れ難いだろうから。常時雇用している従業員は4名で人手が必要な場合は他から人を雇うこともある。
- F醸造：工場長が兼任している。はじめボイラー技士として入社したが、製造の方に回されて事務を経由した後、また製造に戻り杜氏としての技術を学んだ。現在は社内の製造を担当する従業員にそれなりに教えている。製

造に携われれば身体で覚えるから誰にでもできる。従業員数は15名で、常雇3名、事務1名、季節雇2名、アルバイト1名。全員地元出身者である。

G酒造：工場長が兼任。1986年の工場開設時に阿多から1人の杜氏を招いて、8年間その杜氏について仕事を身につけ、杜氏が65歳で引退した後、引き継いで現在に至っている。社員は実質8時間労働で工場も17時には閉める。夜間はコンピュータで管理している。従業員数は25名（20歳代・30歳代・40歳代で構成）。他に季節雇が5名。

焼酎醸造の近代化は機械化にはじまり、鹿児島焼酎醸造の功労者である河内源一郎による白麹菌の発見と焼酎醸造への応用、回転式製麹機（河内式回転ドラム）の開発、その後大型蒸留器やステンレスタンクなど、さまざまな技術革新を経て、各種センサーとコンピュータの導入による温度管理によってかなりの程度「自動化」が可能になっている（鹿児島県本格焼酎技術研究会 [2000：60-64]）。そのため、伝統的な「杜氏」の勘と経験に依存した酒造から、最低限の監視と品質の吟味ができれば、いわば誰でも「杜氏」の役割を果たせるという酒造へとシフトしているのが現状である。アルバイトやパート、季節雇といった従業員は繁忙期のみの製造補助で雇い入れる。後継者不足の問題へは自社内での人材育成によって対処している醸造所もある。

(4) 商品開発・販売戦略

前にも触れたが、存続の方策としては、ほとんどが中小規模での製造なので、大量生産・大量販売という手法が不可能な代わりに、「高付加価値商品」の少量生産によってブランドイメージを上げる戦略がとられている（A酒造、C酒造、F醸造）。ほかには「テレビやラジオを用いた宣伝を活用している」（A酒造）、「他県を対象にツアーを企画し工場見学も兼ねた商品の紹介をおこなっている」（A酒造）、「村おこしのイベントや祭りのときに町の特産品として出品している」（D酒造）といった認知度をあげるための工夫もおこなわれている。G酒造は、「くさみ」を消し風味をまろやかにするため、麦焼酎と芋焼酎をブレンドした焼酎を県外（紹介された銘柄は東京向け）に販売する戦略を考慮中とのことである。東京に「かごしま遊楽館（県産品のアンテナショップ）」が開設されたのを機に、東京の嗜好を調査して、県外でも特に消費効果が大きい大都市で好まれる商品開発に活路を見いだそうという試みである。

また販売に関しては、すべての醸造所が自社の商品は地元で消費されるのがほとんどであると答えている。もちろん麦焼酎などは、消費地の嗜好を考慮して県外に出荷しているが、芋焼酎でもディスカウントストアよりも卸売り店を経由して地元の酒屋や飲食店に販売されている。理由としては、一つに地元で作り地元で愛飲されるという焼酎の伝統的な流通を現代にも保守している、二つにディスカウントストアでの販売は「薄利多売」で、大量に納品して販売できない限り利益が少ないという二点があげられた。そこで聞き取り対象の醸造所で採られていた商品開発の戦略が、高付加価値商品の開発、県外を対象にした商品の販売、嗜好ニーズにあわせた大都市向けの商品開発に向けられるわけである。高付加価値商品や麦焼酎などを生産しているといっても、それは地元以外を対象にした商品で、あくまで醸造所発祥の銘柄は地元の愛好者を対象に販売されるという、二重の商品（開発）販売戦略こそが、目下中小規模の醸造所が存続のために採用している戦略であるといえよう。

(5) 廃棄物処理、業界の生存にむけての取り組み

焼酎の製造はその過程でやむをえず廃棄物を生成する。中小規模の醸造所にとって、焼酎の絞りかすなどの廃棄物の処理はコストのかかる難問である。前述のように、2001年には海洋投棄の禁止に伴う陸上処理が義務づけられようとしている中、間近に迫るこの問題への対処の方向についての質問には、多くの醸造所が困惑を隠せない様子であった（2000年12月現在で日本は条約に批准せず）⁽⁸⁾。

実際の処理は業者に委託して、その業者が焼却、海洋投棄もしくは肥料として活用するといった方策がとられている。しかし、いずれの方法にも欠点がある。焼却は、「絞りかす」に含まれる有機成分がガスとなって空气中に放出されるため好ましくない、肥料として活用するにも水分の除去など処理の前段階でかなりの手間とコストがかかるなど、どれも未だ手練り状態で処理されているのが現状である。

「肥料化の研究にも力を注いでいる」（G酒造）「北九州の農場で肥料化することを考えている」（D酒造）といった将来構想も持つてはいるが、「水分を含んだ焼酎かすは重量もかさみ輸送コストが高くつく」（D酒造）といった問題点もあり、すぐに現行の処理法を変更できるほどには至っていない。加治木酒造組合で処理施設を共有して建造するなどの方法は採れないか、という質問に対しては、「処理施設は数千万単位の建設費がかかる。また（個々の醸造所の）立地状況も異なるので輸送費にばらつきが大きくなる。どの工場からも等しい距離に施設を

つくることはできないのではないか。また焼酎の醸造自体時期が限られており稼働時期が短い。(中小の醸造所は)大企業のように年間通じて稼働しているわけではないので、処理施設も稼働時期は短くなる。大金をかけて施設を造っても効率が悪いだけ」(F醸造)。こうした意見に象徴されるように、地域でまとまって廃棄物の処理に対処することに対しても難点があるということだ⁽⁹⁾。

こうしたさまざまな問題に対処すべく業界全体でどういう取り組みがなされているかを質問したところ、「特に具体的なプランはない」という意見が趨勢であった。ある業者は「毎年11月1日が「本格焼酎の日」ということになっているが、表面的な広告に過ぎない」とこぼした。地場産業という点、これまでの中央主導の政策に象徴されるような「保護的な政策」という発想を思い浮かべてしまうが、実際は中小企業の各自の努力の結晶と、それを支える文化や習慣への伝統の浸透との相互作用において業界が存続しているのが現実である。しかし、それはかえって個々の商品を生産している「企業」が抱える問題を見えにくくし、その解決法も「企業努力」の領域に委ねられているところに、現代の地場産業の抱える「矛盾」がかいま見える。「歴史・伝統」・「生活」・「文化」・「企業経営」・「経済構造」、それらの結節点に「地場産業」は辛うじて存続しているといえよう。

5 おわりに

近代化の歩みは、さまざまな可視的な発展・発達・進歩を可能にすると同時に、諸要素の再編成を促し社会の構造を根底から変容させてきた。われわれが日頃慣れ親しんでいる対象ですら、そうした近代化の影響を受けた結果を目の当たりにしているに過ぎない。否、われわれ自身がすでにそうした時代を生きざるをえない存在になっている。

本論は、鹿児島県の焼酎醸造業の抱える現状の紹介を通じて、近代化が徹底する中で地場産業を支える現場が抱える諸問題を取りあげた。地域の産業は、地域の風土や文化に生まれ、歴史的な過程を経て日常に溶け込んでいる。しかし、それゆえにその「裏面」は見えにくいものでもある。他地域に対して「個性」や「独自性」のシンボルたりえても、その内実に迫るのは容易ならざることである。

今回実施した地場産業を支える生産現場への調査によって、外から感じられる印象やイメージには決して表象されない現実に、わずかばかりではあるが直面することができた。個々の企業が抱える苦悩の内実は決して当事者でしか感得できないし、こうした記述のみでその全貌を伝えることもできないのは十分承知して

いる。本論が果たすことのできる役目があるとすれば、現実の一端を「知る」ための「試み」でしかない。政治・経済などマクロな領域でも次々に新たな構造再編が相次ぐ中、将来的な地域経済の展望はそこから見えてこない。地場産業の行く末、特に鹿児島の誇る焼酎産業がどのような運命を辿るのかを考察するには、他業種との比較考量も含めたさらなるインテンシヴな調査研究が必要である。

【注】

- (1) 本論で用いる「近代化 (Modernization)」という語は、日本にとどまらず、地球規模で歴史上のある時点から、あらゆる水準に浸透した作用一般を指している。アンソニー・ギデنز (Giddens, Anthony) は、近代化とは、生産過程における物理的な力や機構の広範な使用にみる「産業化された世界」であり、また資本主義経済の発展による商品化やそれにとまなう社会的領域でのさまざまな変容 (人間関係や時空間の距離化、脱埋め込み化 (disembedding)) までも含む概念であると位置づけている (Giddens [1990] [1991])。ギデنزの近代化概念は、人類の歴史において不可避的に到来した、人間の生活の根底を一変させた作用であり、現在もその作用は止まることなく加速度的に進行している作用を分析するための枠組である (Giddens [1991])。本論の試みは、地球規模で進行している近代化の過程がもたらしたもの・もたらしつつあるものを地域経済の一側面から確認することである。
- (2) こうした影響は、経済のみならずさまざまな人間の生活の諸領域に及んだと考えられる。「近代が伝統を創る (創り変える)」という視点は、エリック・ホブズボウム (Hobsbawm, Eric) らによる『伝統の発明 (邦訳は『創られた伝統』)』(1992) が著名であり、その考えを踏まえ武道の伝統を論じたものに (井上 [1992]) がある。
- (3) 鹿児島県のでこうした拠点整備の実態は、上野原遺跡近隣の「国分テクノパーク」における情報関連企業の重点的な誘致策に見ることができる。
- (4) この中で奄美大島は、独自の歴史と文化によって培われた「黒糖焼酎」の産地である。鹿児島酒造組合提供の資料では、黒糖焼酎のみ別枠で記載されているが、以下の図表では併せて取り扱っている。醸造所の減少については、われわれの調査時 (1998年) でも、加治木酒造組合の名簿に記載された醸造所に調査依頼を打診したところ、焼酎は造っていないとお断りされた事実からもうかがえる。

- (5) 「桶売り」に関してここで触れずにおくのは、「桶売り」の実態についての詳細が聞き取り中で明確に語られなかった印象にもとづいて判断した。中小企業規模の経営が多数を占める醸造所が、経営努力と存続のためにとりうる手段として、県内では「特産品目」を生産する一方で、他県向けの他メーカーの銘柄で販売される商品を生産しているということを積極的に表明しにくい事情は考慮されてもよいだろう。
- (6) 経営規模の大きい醸造所では「自動洗ビン器」や「ラベラー」などの機械を用いて省力化を図っているが、中小規模の醸造所では、そうした設備投資が困難なため、仕込み時期のみ手作業（もしくは半自動の機械と人力補助により作業を行う）でこうした工程にあたることが多い。都築他 [1984] の調査結果では、年間生産量と設備投資の関連が扱われているが、生産量の少ない醸造所＝従業員が少ない＝機械に投資できないという図式がはっきり見て取れる。経営戦略上、こうした「手作り」であることを逆に「価値」としてアピールしている商品も存在する。
- (7) 協業組合とは、1社のみで工程のすべてを抱えるのではなく、同業種の企業がいくつかの工程部門を共用することでコストの削減や経営の合理化を図る目的で、2社以上で共同出資し組織される経営形態を指す。昭和39年の「中小企業近代化促進法」によって焼酎産業が指定業種に定められることで資金援助が受けられやすくなり、以後中小の醸造業が機械化をこぞって果たした経緯がある（都築他 [1984: 76-78]）。また協業組合は焼酎に限らず、鹿児島県での協業組合数は1998年現在55社にのぼり、業種は自動車分解整備業、液化石油ガス小売業、食肉小売業、印刷業など多様である。
- (8) 九州本格焼酎協議会は、当初予定していた2000年末までの海洋投棄全廃は不可能になり、2003年中の実現をめざす旨の見解を明らかにした（南日本新聞 2000 12月16日付）。
- (9) ここでは取り上げていないが、頰娃町の醸造業者に対する聞き取りでは、近隣にある大手の醸造業社主導で処理工場を立ち上げ、近隣の地域の廃棄物処理も引き受けられるような共同処理施設構想があるという話がうかがえた。

【参考・参照文献】

安東誠一 1993 「地域経済の展望－動向と政策」『都市問題』第84巻 第3号1993年3月号。

- Giddens, A. 1990 *The Consequences of Modernity*, Stanford University Press.
——— 1991 *Modernity and Self-Identity*, Stanford University Press.
- 井上 俊 1992 「『武道』の発明」『ソシオロジ』115号 第37巻2号 社会学研究会。
鹿児島県本格焼酎技術研究会 2000 『かごしま文庫62 鹿児島県の本格焼酎』春苑堂出版。
- 鹿児島県水産商工部 1971 『鹿児島県の地場産業（地場産業実態調査報告書）』。
鹿児島県酒造組合連合会 配付資料。
鹿児島新報 2000 10月1日付。
川越政則 1987 『焼酎文化図譜』鹿児島民芸館。
南日本新聞 2000 9月28日付 朝刊。
2000 12月16日付 朝刊。
長崎経済研究所 1998 「ながさき経済」11月号
(<http://www.18bank.co.jp/naga/bankno04/9811sake/>より参照)
日経流通新聞 1998 10月29日付。
野原敏雄 1993 「地場産業とまちづくり—美濃と瀬戸」『都市問題』第84巻 第3号 1993年3月号。
小原久治 1996 『地域経済を支える地場産業・産地の振興策』高文堂出版社。
酒田 哲 1993 「地方拠点都市地域の整備及び産業業務施設の再配置の促進に関する法律」について『都市問題』第84巻 第3号1993年3月号。
産経新聞 1996 6月2日付。
1996 12月3日付。
(以上2つとも <http://www.sankei.co.jp/databox> より参照)
- 下平尾勇 1996 『地場産業 地域からみた戦後日本経済分析』新評論。
総務庁統計局 1970 『昭和四十五年 国勢調査報告 第3巻 都道府県・市区町村編46 鹿児島県』日本統計協会。
——— 1977 『昭和五十年 国勢調査報告 第3巻 都道府県・市区町村編46 鹿児島県』日本統計協会。
——— 1980 『昭和五十五年 国勢調査報告 第2巻 都道府県・市区町村編46 鹿児島県』日本統計協会。
——— 1988 『昭和六十年 国勢調査報告 第6巻 都道府県・市区町村編46 鹿児島県』日本統計協会。
——— 1993 『平成五年 国勢調査報告 第6巻 その2 都道府県・市区町村編46 鹿児島県』日本統計協会。
——— 1997 『平成七年 国勢調査報告 第6巻 その2 都道府県・市区町村編46 鹿児島県』日本統計協会。

豊田謙二 1991 『薩摩焼酎紀行－民の生活と文化－』 高城書房出版。

都築耕生，豊田謙二，山本賢治 1984 「鹿児島県焼酎産業の構造と変動」『地域研究』鹿児島経済大学地域経済研究所。

インターネットホームページ

「工芸品指定条件の説明」ホームページ

<http://www.kougei.or.jp/outline/shitei.html> 2000年10月23日参照。

「かごしまブランドづくり」ホームページ

<http://www.pref.kagoshima.jp/home/e1010210.htm> 2000年10月15日参照。