

日本酒文化の進化に関する一考察

渡部 茂

古来、日本人にとって米は神から与えられた神聖なものであり、その米を原料とする日本酒も特別なものとして珍重されてきた。多くの日本人にとって、とりわけ日本酒は日常的なものではなく、神事、祭事、儀礼などの特別な日にふるまわれるご馳走であった。このご馳走をたらふく飲んだ後の「酔い」は神様から与えられたものであり、神聖な力を宿ったものとみなされ、いつのころからか、「酔うための酒」文化が定着し、日本の長い歴史の中でその地歩を固めていったのである。ごく近年のことではあるが、これまでハレの日のご馳走であった米を原料とする日本酒が日常的に飲めることができるようになると共に、ビールやワインなどの日本酒以外のお酒も日常的になるにつれ、日本酒文化は「酔うための酒」文化から、本当に日本酒が好きで好みの酒を好みの形で飲む愛飲家たちの「楽しむための酒」文化へと進化していった。本論文は、この進化の過程をたどることによって、日本酒の文化的進化の本質を探ろうとする一試論である。

1. 日本酒の非日常性

1. 酒と神

多くの日本人にとって、神とは人知を超えた絶対的・超越的なものとして畏怖の念を感じさせるすべての存在であり、いわゆる八百万の神を意味している。そのような神を祀ってあるあらゆる神社仏閣に日常的に参拝し、自然と頭を垂れる日本人にとって、まさに神は恐れ多い存在であるとはいえ、同時に、いつも身近にいて自分を守ってくれる守護神として、信仰対象となってきた。この大切な神に供える最高の食事がいわゆる御神饌であり、その中心にあるのが常に日本酒であった⁽¹⁾。もちろん、今なおそうである。

まさに、日本人にとって神と酒は切り離して論じることのできない一体のものなのである⁽²⁾。一般的に「御神酒上がらぬ神はない」と言われるが、お酒は神事や祭祀で神様に供えられる御神饌のなかで、米、水、塩と並び、最も重要視されてきたものである。お酒は古来より穀物などの自然の恵みに感謝し、さらに翌年の豊穡を祈願するために供えられてきた。実際、今日でも多くの神社（さらに仏閣）にはお酒が中心的な存在として供えられている。

このように神様に供えられて「御神霊」が宿った御神酒は神事や祭祀の後に、他の御神饌と共に参列者にふるまわれる。これが「直会」（なおらい）であり、神様と御神饌を共食することで、

神様と一体となり、神様とコミュニケーションする絶好の機会となる⁽³⁾。まさに御神酒は神様の霊力をいただく神聖なものであり、神事や祭祀に欠かせない重要な飲み物なのである。

無論、こうしてふるまわれる御神酒はアルコールであり、飲めば酔うのは必定で、古来から、日本人の多くは、この「酔い」こそ、神様から与えられる神聖な霊力であると考えてきたようである。だからこそ、この酔いによって神様に近づき、神様と交信できると信じていたと思われるのである。このような見方が定着するにつれ、お酒について今日でも多くの日本人に見られるのが、特に外国人からも奇異に思われている「酔い」に対する寛容な心ではないだろうか⁽⁴⁾。

このように人と神をつなぐお酒は、やがて人と人、家と家をつなぐ手段としての役割を担うようになっていくのである。酒を飲みあうことで、酔いが仲間意識や共通の価値意識を生み出し、スムーズなコミュニケーションや信頼関係を築き上げていくことができるようになる。

こうして、お酒は神社を通して行われる神事や祭祀だけでなく、上司、仲人、先生への挨拶、引越、冠婚葬祭、時候の挨拶などでの挨拶品や贈答品に加えて、歓送迎会、結婚式、暑気払い、仕事帰りの一杯、ゼミやサークルのコンパ、といった一般的な社交の場でも、重要なコミュニケーション・ツールとなっていったのである⁽⁵⁾。

2. 米は日常的な主食？

米がすべての日本人の需要を満たすという意味で日常的な食べ物となったのは、少なくとも第二次世界大戦後の高度成長期の時期からであり、日本の長い歴史から見れば、ごく最近のことである。その意味では日本人の主食は米であるという言い方は二重の意味で正確ではない。

まず第一に、過去の長い時代では、大半の日本人は米を主食にして常に食べたいと思っていたかもしれないが、実際には全人口の需要を満たすには全く足りなかったということである。無論、米に対する需要がどれほど満たされるかは、例えば秋田、山形、新潟、富山、石川などの米どころとそれ以外の地域の間で見られる地域格差によって、また、一部の特権階級や富裕層と一般の人々との間に見られる資産格差や所得格差によって左右されるだろう。さらに古来から「五公五民」とか、「六公四民」と言われているように、農民は収穫した米の半分以上を、すなわち「六公四民」ならば、6割を領主に供出し、4割しか手元に残すことができなかつた（地域や時代によってはさらにひどい年貢率が見られた）ことも事実である。その結果として、多くの人々にとって米は不足し、地方によってその構成は異なるが、ヒエ、粟、コーリャン、麦、サツマイモ、大根、山菜、木の実などが米にとって代わったり、米に加えられたりしたのである。むしろ、米はさまざまな祭礼、年中行事、儀礼などの非日常的なハレの日⁽⁶⁾や、「ふり米」の話とされているもので、死期に臨んだ病人の耳元で米粒の入った竹筒を振り、白いご飯を食べさせてやるから頑張りなさい、という話の状況の時に限られていた⁽⁷⁾。この意味で、「常食できなかつた米」を日本人の主食とするには無理があると言わざるを得ない。

また、今日では供給量が需要量を上回るコメ余り現象が起り、米は日本人の全需要を満たすに、すなわち日本人が主食とするに、十分あると言われているが、それだけをもってして、日本人の主食が米だなどというのも正確ではない。なぜなら、今や食生活も大きく様変わりして、米

よりもパン、パスタ、うどん、ソバなどを常食する人や機会が大幅に増えたからである⁽⁸⁾。「常食しない米」を主食だなどというのは無理があるというのがもう一つの意味である。

3. 酒の非日常性

このように日本の長い歴史の中で、多くの日本人にとって米が非日常的な食べ物であったということは、その米を原料とする日本酒も非日常的な飲み物であったと言わざるを得ない。米が十分に食べられない時代に、その米の大半をお酒の生産に回すということなど到底考えられないからである。無論、一部の特権階級や富裕層などでは日常的な飲み物であったかもしれないが、多くの日本人にとっては非日常的なハレの日の飲み物であった。そのことはすでに述べたように、酒がいつの時代にも主として神事や慶事・祝事などの特別な機会に飲まれてきた、ということからもわかることである。

このハレの日の食事とはまさにご馳走である。それはまずその材料が日常的には使われない貴重な食材であり、同時に、調理の過程で手の込んだ料理であるということの意味する。その意味で、酒は材料が貴重な米であると同時に、最も手の込んだ飲み物であり、まさにハレの日にふさわしいご馳走であると言えよう。それは神事、婚礼、お祭りなど非日常的な行事で最高のご馳走であった⁽⁹⁾。

4. 酔うための酒文化

このようにハレの日だけに飲める酒だけに、飲む側からすれば少しでも多く飲みたくなるのが人の常だろうし、飲めばアルコールであるだけに、必然的に酔うことになる。ましてその酔いは神様から与えられた特別な力だと信じられるようになるにつれて、酔いが必然化され、正当化されていくのである。酒を飲むことで、酔いが共通の価値観や仲間意識を醸成し、人と神、人と人、家と家をつなぐ大切な役割を果たすのである。そこに、ハレの日の飲酒文化と「酔うための酒」文化が形成されることになる⁽¹⁰⁾。

時として、飲酒が日常かつ大量に飲まれていたという記述が見られることもあるが、それは一部の地域や特権階級の間で短期的に見られたかもしれない現象に過ぎず、酒が日本中いたるところで長期にわたって日常的に飲まれていたというのは現実的ではない。「年に一度、あるいは何年かに一度の行事であるからこそ、そこに集まる人たちが痛飲できたのである。、、、江戸などの都市部においてさえ、酒は料理茶屋、あるいは居酒屋にでかけて行ってあらたまて飲むものであった。、、、まして、地方の、とくに農村漁村では、日常的に酒を飲むことは、ほとんどありえないことであった⁽¹¹⁾」。だからこそ、そこに「酔うための酒」文化が生まれたのである。

II. 日本酒の物理的・文化的進化

1. 暗黒の時代と酒の衰退

図表1⁽¹²⁾から読み取れるように、清酒に対する需要は1970年～1980年をピークに減少の一

図表1 酒類販売（消費）数量の推移

品目		(単位:千ℓ)													
年度	清酒	合成清酒	連続式蒸留焼酎	単式蒸留焼酎	みりん	ビール	果実酒	甘味果実酒	ウイスキー	ブランデー	発泡酒	リキュール	スピリッツ等	その他の醸造酒等	合計
昭和 45	1,532	39	151	51	30	2,910	6	27	132		0	15	8	1	4,901
50	1,675	22	125	64	44	3,736	27	23	238		0	16	6	1	5,978
55	1,504	21	146	92	64	4,383	44	20	360		0	17	8	2	6,660
60	1,335	21	367	226	76	4,725	62	18	293		4	80	31	5	7,244
平成 元	1,345	21	287	205	85	6,060	113	17	233	43	0	89	35	7	8,540
5	1,362	37	340	248	88	6,756	108	13	186	44	2	149	36	10	9,380
6	1,257	43	358	249	85	7,057	123	13	165	40	17	193	33	11	9,642
7	1,262	51	381	267	87	6,744	144	13	153	38	194	222	32	16	9,603
8	1,213	52	403	286	89	6,697	159	12	139	34	289	236	30	17	9,657
9	1,122	51	401	291	93	6,330	225	14	134	29	431	244	27	17	9,410
10	1,052	52	393	296	96	5,857	298	15	138	27	926	262	24	19	9,456
11	1,030	55	405	317	126	5,508	278	15	132	25	1,278	344	23	19	9,554
12	977	58	411	324	138	5,185	266	16	124	22	1,574	381	27	16	9,520
13	933	60	453	338	103	4,622	253	13	116	19	2,157	447	27	15	9,556
14	888	62	468	364	100	4,132	259	12	106	16	2,465	541	26	15	9,455
15	826	63	487	435	104	3,783	237	10	98	14	2,403	580	38	43	9,120
16	746	63	497	486	103	3,617	226	8	88	12	2,213	692	59	232	9,042
17	719	63	497	502	107	3,408	238	9	83	11	1,679	736	62	898	9,012
18	688	57	480	520	105	3,305	229	10	80	10	1,516	745	79	1,032	8,856
19	664	53	465	540	105	3,215	230	10	76	9	1,473	945	93	884	8,761
20	632	51	457	516	105	2,986	227	10	75	9	1,307	1,161	146	838	8,519
21	617	46	461	500	103	2,844	240	8	84	8	1,117	1,495	192	824	8,537
22	589	43	443	480	100	2,764	262	8	94	8	948	1,754	212	808	8,515
23	601	40	433	484	98	2,690	290	8	97	7	838	1,871	233	809	8,501
24	593	40	427	481	105	2,685	321	9	99	7	781	1,974	248	769	8,538
25	581	37	425	486	105	2,665	332	9	108	7	748	2,103	276	710	8,591
26	557	34	400	462	101	2,596	351	10	118	7	765	1,979	319	632	8,331
27	556	33	391	467	107	2,666	370	9	135	7	751	2,034	353	596	8,476
28	537	30	374	457	106	2,637	353	9	145	7	732	2,057	401	565	8,412
29	526	30	371	445	106	2,540	364	11	160	6	678	2,181	459	496	8,374
30	489	28	355	424	99	2,386	352	10	175	6	620	2,292	541	468	8,246
令和 元	451	24	342	412	93	2,244	352	10	186	6	576	2,400	614	418	8,128
2	417	20	328	397	92	1,794	348	11	170	5	591	2,561	709	385	7,828
3	406	16	312	383	90	1,866	355	8	168	5	591	2,426	770	321	7,721

(注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)によった。
 2 品目は、平成18年度改正後の酒税法の品目によった。
 3 平成17年度以前の品目別販売(消費)数量は、現行の品目に対応する平成18年度改正前の酒税法の種類又は品目の販売(消費)数量である。
 4 スピリッツ等には原料用アルコールを含み、その他の醸造酒等には粉末酒及び雑酒を含む。
 5 沖崎炭分は含まない。

途をたどり、ここにきてやっと落ち着きを見せ始めたという状況である。言うまでもなく、日本の長い歴史を通じて、お酒に対する需要は少なくとも長期的には増加してきた。それではなぜ近年になって日本酒離れがこれほどまでに進んだのだろうか。

日本酒の原材料である米や水はいわば自然の恵みであることから、その生産量や品質が天候などに左右されることも短期的にはあったかもしれない。しかしながら、日本の長い歴史全体を通じて、日本酒の品質はその造り手たちのたゆまぬ努力によって改善され、現代のそれとは相当の違いがあるとはいえ、時代ごとにそれなりにうまい酒が出回ってきたことも確かである。したがって、長期的に見れば、こうした日本酒の物理的進化に伴って、お酒に対する需要が増加し続けてきたというのも当然のことであろう。それにもかかわらず、近年になって、日本酒の需要がなぜこれほどまでに衰退してきたのだろうか。それは主に二つの要因が重なったことによると考えられる。第一の要因は日本酒それ自体の品質の悪化であり、第二の要因は日本酒以外の美味しい多様なお酒が手に入るようになったということである。

お酒にとって不幸な暗黒の時代があったことが先の品質悪化の要因であった。つまり、酒蔵全体がうまい酒を造りたくても造れないジレンマを抱えていた時代である。すなわち、戦争の時代がそれである。とりわけ第二次世界大戦は日本酒にとって不幸な時代であった。昭和12年の日

中戦争から第二次大戦が終結する昭和20年まで、日本は激しい戦禍に見舞われた。戦時体制のもと、酒造業界を含むあらゆる産業は各種の統制を強いられ、厳しい時代を迎えていた。非常事態下、何よりも食料の確保が最重要視されたことにより、嗜好品であるお酒の生産よりも食料としての米の確保が優先されたのである。酒造米が削減され、例えば昭和14年の清酒生産は昭和12年に比べ約半減することになった。こうした状況はさらに進み、昭和22年には、清酒精製数量で昭和12年の11.6パーセントにまで落ち込んだのである⁽¹³⁾。

それにもかかわらず、お酒に対する需要は依然として大きいことから、必然的にヤミ取引が横行し、さらには割水などをして増量したお酒も広く出回るようになった。ちなみに金魚でも泳げるほど薄いお酒と揶揄された「金魚酒」、あるいは散々飲んでも村はずれにきたら酔いがさめてしまうほど薄い酒という意味の「村醒め酒」が公然と売られたのもこの時代である。しかしながら、こうした劣悪な酒は酒税法の制定（昭和15年4月1日施行）によってやがて市場から消えることになる。

とはいえ、米不足は続き、酒造米も不足するなかにあつて、依然として旺盛なお酒に対する需要に応じて、さまざまなお酒が造られていった。まず、アワやヒエなどの雑穀を米に代用（あるいは混入）して作られた「雑穀酒」が挙げられるが、その多くは密造であったようである。さらに昭和18年になると、酒不足解消のため、政府は清酒醪へのアルコール添加を認めた。いわゆる「アル添酒」の誕生である。このアルコールは、主にサトウキビから砂糖を精製した後に残る廃糖蜜を発酵させ、さらに蒸留を重ねてできた醸造アルコールのことであるが、時にはサツマイモやドングリの実からアルコールが精製されることもあった。さらに、戦中・戦後の酒需要に応えるために、醪に清酒と同濃度に水で希釈した二倍量のアルコール、糖類、酸味料、グルタミン酸ソーダなどを加えて、約3倍に増量した「三倍増醸清酒」（三増酒）なるものが認められた⁽¹⁴⁾。この措置は当時の米不足に対応したやむを得ない措置であるとはいえ、高度成長期からの清酒需要の大幅な後退の一因になったともいわれている。

無論、アル添酒は純米酒に比べすっきりした味わいになるともいわれ、他に安価なお酒もない戦後も、復員兵や引揚者からの需要もあつて、しばらくは飛ぶように売れていた。とはいえ、そうしたアル添酒は本来の清酒に比べ品質においてはるかに劣るし、添加物が多く甘みが強いというえに雑味が感じられ、悪酔いや二日酔いを招くとの評判が立ち始め、やがて清酒需要にも陰りが見られるようになっていった。

この清酒需要の減少に追い打ちをかけたのが、第二の要因である日本酒以外のお酒が容易に手に入るようになったことであつた。江戸末期からすでにごく一部の地域や人々の間で出回っていたものであるが、高度成長期に一般化した清酒以外のお酒の存在である。ビール、ワイン、ウイスキー、焼酎など、美味しく安価なアルコールが大量に入荷できるようになると、それまでにかなり評判を落としていた清酒の需要に、さらに輪をかけた低下現象が見られるようになったのである。図表1がこの間の状況を端的に表している。酒類全体の消費量は昭和50年の597万8千klに比べると、令和2年では782万8千klで、約1.3倍の増加を示している。これに対して、清酒の消費量は同じ期間でおよそ4分の一にまで大幅に減少していることがわかる。他方、焼酎は連

統式蒸留焼酎（2006年の酒税法改正までは甲類焼酎と呼称され、いまでも通称ではそう呼ばれている）で約3倍に、また単式蒸留焼酎（同じく2006年までは乙類焼酎と呼称され、いまでも通称ではそう呼ばれている）で約6倍に、ワインやシードルなどの果実酒は約13倍、リキュールやスピリッツなどは数100倍にも増加しており、清酒に比べ、他の酒類は若干の減少を示しているものもあるが、軒並み大幅な増加が見られる。

2. 蘇える日本酒

お酒といえば、ほぼ清酒しかなかった日本の長い歴史を通じて、品質の劣るまずい清酒であったとしても清酒が売れてきたのは当然のことであり、また、特に昭和50年代以降に見られる清酒以外の酒類の普及に見られるように、清酒以外の美味しいアルコールが安価で手に入るとなれば、清酒の需要が清酒以外のアルコールに向かうというのもごく自然なことである。その意味でも、第二次大戦後の復興期や高度成長期というのは酒類一般の需要が大きく変わる転換期であった。すなわち、酒類一般の消費量がさほど変わらないにもかかわらず、清酒需要が大幅に減少してきたということは、それまで清酒を飲んでいた人々が清酒以外の酒類に鞍替えしたか、あるいは少なくとも清酒に対する需要の一部を他の酒類に代えたということの意味している。とはいえ、清酒需要には依然として根強いものがあることも確かである。このことはとりもなおさず、そういう時代にあっても、なお清酒を愛好する人々がいるということをも物語っている。

無論、一般的に神事や祭礼などで供され、スーパーや居酒屋などでも普通に売られている一部大手メーカーによる全国的な単一化した味の安定的な品質の清酒に対する需要が依然として清酒全体の需要の多くを占めていることは事実であろう。だが、その単一化した味や品質よりも多様性や個性を求める日本酒愛飲家が近年ますます増えていることも確かである。いずれにせよ、美味しいお酒を求める愛飲家の嗜好が日本酒の物理的進化を促すと共に、他方で地酒ブームや吟醸酒ブームを後押しし、大手だけでなく、地方に多く見られる中小の酒蔵の生き残りや発展をかけた差別化戦略を促進してきたのである。その結果、品質、風味、価格など、さまざまな面において个性的で多様な日本酒が店頭に並ぶようになってきた。また、こうした日本酒愛好家の存在が近年の日本酒販売量の落込みに対する歯止めとなっていることも事実であり、日本酒の蘇りの基盤ともなっている。

3. 日本酒の物理的進化

(1) 特定名称酒の誕生

酒税が日清・日露戦争の財政的支柱であったことは言うまでもないが、その後も紆余曲折はあったものの、より多くの酒税を安定的に確保するために、政府は1940年に酒税法を改正した。その時に同時に制定された「価格等統制法」による日本酒分類をもとに生まれた日本酒の等級制度（等級ごとに酒税の割合が変わる）は、その等級数を時代とともに変化させていったが、最も一般的なのが1949年以降の特級、一級、二級の区別である。無論、等級が高くなるにつれ、品質も高くなると定められており、それに応じて酒税の額も価格も高くなる、ということ

はいうまでもない。

しかし、この等級は税務上の分類であり、必ずしも日本酒の品質と対応していないのではないか、という疑問の声が次第に生産者・消費者の双方から高まり⁽¹⁵⁾、やがて、等級システムは形骸化していった。その後、製造技術や品質の異なるさまざまなタイプの清酒が出回るようになるにつれ、生産者・消費者の双方から表示の統一を求める声が高まり、1989年に国税庁の告示として「清酒の製法品質表示基準」が定められ、翌年から適用されることになった。これにより、従来の等級制度に代わる新しい分類システムである特定名称酒制度が生まれたのである⁽¹⁶⁾。

この特定名称酒は、吟醸酒、純米酒、本醸造酒の3つの系統からなっており、さらに、使用原料、製造方法、精米歩合などの違いによって、図表2⁽¹⁷⁾のように8種類に分類されている。

もちろん、この分類に入らないもの、すなわち特定名称酒の条件を満たさない清酒もあり、それらは一般的に普通酒と呼ばれる。名称酒の条件を満たさないからといって、普通酒は特定名称酒よりも品質が劣り、美味しくなく、あまり人々に好まれていないということではない。むしろ、日本酒全体でいえば、普通酒のほうが特定名称酒よりも流通量は多く、特定名称酒は全体の約3割ぐらいである。とはいえ、普通酒に比べ、特定名称酒は個性的で、多様性があり、手間暇をかけている分、美味しく、価格も割高になっているものが多いといえるだろう。それでは、特定名称酒を名乗る条件とは一体どのようなものだろうか。

まず、こうじ米の使用割合から考えてみよう。こうじ米とは米こうじの製造に用いられる白米のことである。特定名称酒は、このこうじ米の使用割合、すなわち酒造りに使用される白米の総重量に対するこうじ米の重量の割合、が15%以上のものだけに限られる。

図表2 特定名称酒

3つの系統	特定名称酒	使用原料	精米歩合	こうじ米 使用割合	香味等の要件
吟醸酒	吟醸酒	米、米こうじ、 醸造アルコール	60%以下	15%以上	吟醸造り、 固有の香味 色沢が良好
	大吟醸酒	米、米こうじ、 醸造アルコール	50%以下	15%以上	吟醸造り、 固有の香味 色沢が良好
純米酒	純米酒	米、米こうじ		15%以上	香味、色沢が良好
	純米吟醸酒	米、米こうじ	60%以下	15%以上	吟醸造り、 固有の香味、色沢が良好
	純米大吟醸酒	米、米こうじ	50%以下	15%以上	吟醸造り、 固有の香味、色沢が特に良好
	特別純米酒	米、米こうじ	60%以下 又は特別な製造方法 (要説明指示)	15%以上	香味、色沢が特に良好
本醸造酒	本醸造酒	米、米こうじ、 醸造アルコール	70%以下	15%以上	香味、色沢が良好
	特別本醸造酒	米、米こうじ、 醸造アルコール	60%以下 又は特別な製造方法 (要説明指示)	15%以上	香味、色沢が特に良好

醸造アルコールは、すでに述べたように、例えばサトウキビから砂糖を精製した後に残る廃糖蜜などを発酵させ、さらにそれを何度も蒸留させて得られるもので、ほぼ無味無臭の高濃度の醸造アルコールのことである。これを水で薄めて貯蔵したもの（度数約30%）が日本酒造りの途中で使用されるのである。しかも、その量は厳しく制限されていて、特定名称酒の場合、白米重量の10%以下に抑えられている。この点が前述した「三増酒」とは全く異なる点である。三増酒が酒の量を増やすために醸造アルコールを加えたのに対して、特定名称酒は酒の香りや味わいを良くするために醸造アルコールを加えるのである。すなわち、醸造アルコールは香りを引き出すとともに、すっきりとした味わいを生み出し、飲みやすくするという利点を持っている。

精米歩合とは玄米を磨く割合のことで、例えば精米歩合60%とは、玄米の表層を40%削って、元の玄米が60%になるまで磨くということを意味している。われわれが普段食べている食用米は精米歩合約90%であるから、特定名称酒の多くは玄米を相当磨くことになる。米の表面に近い部分は日本酒にとって雑味になるタンパク質を多く含んでいることから、精米は日本酒造りになくてはならない必要な工程であるといえよう。とはいえ、近年、製造技術の発達や酒米の品質向上などにより、精米歩合があまり高くなくても、美味しいお酒ができるようになったため、図表2にも示されているように、例えば純米酒には精米歩合が求められなくなったのである。

さらに、吟醸造りとは専用の酵母やよく吟味して精米した白米を使って、低温でゆっくり発酵させて造る手法で、高度に洗練された技術である。通常、低温になると菌の活動は低下し、発酵が遅くなる。したがって、吟醸造りだと同じ量のお酒を造るのに、より多くの時間がかかることになる。とはいえ、この間に、吟醸香と呼ばれる独特なフルーティな香りが醸し出されるのである。

(2) 製品差別化

このように、特定名称酒制度は多様な日本酒を生産者・消費者の双方にとって分かりやすく分類した統一的な基準として定められたものであるが、あくまでもそれは一つの基準でしかなく、その基準に触れないで、その枠内でさらに多様な日本酒が造られていることも確かである。また、このことは特定名称酒だけでなく、普通酒と呼ばれる日本酒一般にもあてはまる。実際、原材料から製造技術に至るまで実に多種多様なものが見られ、それによって、大手メーカーはもとより、中小・零細メーカーも自社製品の差別化とブランド化を図っており、今日では、実に多くの個性的な日本酒が巷にあふれている。ここで、その詳細を論ずることはできないが、その主なものだけを取り上げておこう。

①原材料

「米」

日本酒造りに欠かせない米は、一般的には、われわれが日常的に食べている食用米とは異なる酒造好適米（醸造用玄米）と呼ばれる米が使われている。無論、このことは酒造りに利用されるすべての米、すなわち麴造り、酒母造り、および醪造りに利用されるすべての米に酒造好適米が

使われているということではなく、醪造り（酒造りに使用されるコメ全体の約7割）などには食用米が使用されることもあるという意味である。

この酒造好適米は吸水性や保湿性に優れ、粒が比較的丈夫で大きく、芯の部分には「心拍」といわれる白く濁った部分がある。さらに、この心拍は小さな隙間をたくさんもっていて、米のデンプンを糖化させるのに必要な麹菌の菌糸を入りやすくしているため、良いこうじ米ができ、お酒造りに適した構造となっている。その代表的なものとしては「山田錦」、「五百万石」、「美山錦」、「雄町」、「亀の尾」、「渡船」、「八反錦」、「出羽燦々」、「越淡麗」、「愛山」、「吟風」などが挙げられ、今では100種類以上の酒造好適米⁽¹⁸⁾が生産されており、一般的に特定名称酒にはこうした酒造好適米が使用されている⁽¹⁹⁾。

もちろん、酒造好適米でなく、食用米でも日本酒を作ることはできる。ただし、食用米にはタンパク質や脂質などが多く含まれており、食べる分には旨味になるが、多すぎると酒造りにはかえって雑味の元となり、味や香りを損なってしまう。とはいえ、今日では製造技術もかなり高くなっており、値段も安いことから、普通酒では、食用米を使用した酒造りも多くなってきた⁽²⁰⁾。

「水」

酒造りには米と並んで水が欠かせない。特に良質の水は名酒を生み出すといわれてきた。水は洗米や浸漬など酒造りに直接関わるものから、瓶やタンクなどを洗浄するために使うものまで、実に大量に使われる。そのため、米は運ぶことができても、水は美味しい水だからといって産地からトラックなどで運ぶわけにはいかない。したがって、酒蔵自体が良質の水の出るところに居を構えることになる。

酒造りに使われる水で最もよく知られているのが「宮水」と呼ばれる、今の兵庫県西宮市の西宮神社の南東側一帯（旧海岸地帯）の浅井戸から湧出する醸造用水であり、「灘の生一本」で知られる国内最大の清酒生産地である西宮を含む灘五郷地域に湧き出る井戸水である。当然のことだが、日本酒は蒸留しない分だけ、水の良し悪しそのまま直接的に酒質に反映されてしまうため、酒蔵は少しでも良質の水を求めることになる。その意味で、この「宮水」は酒造りに適した水ということになる。

それでは具体的に酒造りに適した水とはどのようなものなのだろうか。よく言われるのは、有害な雑菌の侵入を防ぎ、酵母や醪の発酵を促すカリウム、リン酸、カルシウム、マグネシウムなどのミネラル成分を多く含んでいる水であり、酒の着色を早め香気を損なう有害成分である鉄分の少ない水だということである⁽²¹⁾。その意味で、「宮水」はカリウムやリン酸を多く含み鉄分が非常に少ないことが立証された良質の水ということになる⁽²²⁾。さらに、水にはカルシウムやマグネシウムの含有量で決められる硬度というものがある。その基準は国ごとに異なるが、一般的に硬度の高い水を硬水といい、低い水を軟水という。「宮水」は硬水でミネラル分を多く含んでおり、その意味でも名水の誉れ高かったことも頷けるところである。

とはいえ、日本全体ではヨーロッパなどと違って、硬水よりも軟水が多く、以上の議論からすると、酒造りには適さない水が多いのではといわれるかもしれないが、そうではない。硬水は軟

水に比べ、ミネラル分を多く含んでいるというだけであり、酒質に影響を与えるものの、酒の良し悪しそのものを決定するものではない。一般的に、硬水に多く含まれているミネラル分は醱などの発酵を促すことから、発酵期間が短くなり、他方で酸が相対的に多いために、辛口のすっきりとしたお酒になるが、それに比べて 軟水は硬水よりはミネラル分が少ないため、発酵期間が長くなり、酸の少ないまろやかな口当たりの淡麗な味のお酒になるといわれている⁽²³⁾。その意味で、水の硬度は酒の風味に影響を与えるかもしれないが、酒の良し悪しそのものを決定づけるものではない。だが、そのこと以上に、製造技術の発達した今日では、硬水、軟水にかかわらず、製造過程でのさまざまな工夫が水質の違いを飲み込んでいるように思われる⁽²⁴⁾。

「麴」

「一麴、二酛、三造り」と言われるように、米や水以上に、日本酒造りに欠かせない一番大事な要素が麴であり、カビの一種である麴菌が米に繁殖した米麴である。言うまでもなく、米はそれ自体でアルコール発酵することはない。米の主成分はデンプンであり、麴はそれに含まれる酵素がこのデンプンを分解し、アルコール発酵に必要なブドウ糖を作り出す。それだけでなく、麴は他方で米のタンパク質をアミノ酸に分解し、酒の風味を生み出す役割も演じている⁽²⁵⁾。

この麴菌の利用による麴酒の製造は日本だけのものではなく、中国、朝鮮半島、タイ、フィリピン、ネパール、ブータンなどにも及ぶ広いアジア地域で行われてきた、とはいえ、日本酒造りに使われる麴は他の麴酒文化圏とは全く異なるタイプのものである。日本の麴が蒸した米などによく繁殖するコウジカビ（アスペルギルス属）を使うバラ（散）麴型であるのに対し、他の国々の麴は生の米、麦、コウリヤンなどに繁殖するクモノスカビ（リゾープス属）を使ったモチ（餅）麴型である⁽²⁶⁾。

この日本の麴酒文化で使われてきた麴は色の違いで黄麴、黒麴、および白麴に分けられる。一般的に、黄麴は日本酒、黒麴は泡盛、そして黒麴の突然変異といわれる白麴は焼酎の発酵に使われる。一般的にといったのは、泡盛の生産には必ず黒麴が使用されるが、焼酎の発酵には黒麴や白麴、さらには黄麴を使ったものが見られるからである。例えば、「黒霧島」は黒麴を、「白霧島」は白麴を使っており、麴の色をそのまま冠して利用している⁽²⁷⁾。黒麴を使用した焼酎としてその他有名なものとしては「伊佐美」がある。また、日本酒でも黒麴で仕込んだものがあり、例えば池亀酒造の「黒兜」や福光屋の「福政宗」などが挙げられる。他方、白麴を使用した焼酎には前述した白霧島の他に、「森伊蔵」、「川越」、「佐藤 白」などがある。また、日本酒でも白麴を使用したものとして、西田酒造店の「田酒」、白龍酒造の「上善如水」などが挙げられる⁽²⁸⁾。その他、白麴と黒麴で仕込んだ日本酒として一時期話題になったのが、東鶴酒造の「東鶴BLACK」と「東鶴WHITE」である⁽²⁹⁾。さらに、黄麴は日本酒一般に使用されるが、近年では製造技術の向上により焼酎の生産にも利用されるようになり、フルーティでさわやかな味味の焼酎として名高い「富乃宝山」、「魔王」などが生み出されている。

② 製法

すでに述べた特定名称酒を区分する原料や製法の違いの他に、実際には、さらに多くの差異が酒造りに見られ、それが結果として日本酒の味わいに大きな影響を与えており、蔵元にとっては製品差別化などの重要な手段となっている。ここでは、その主なものを挙げておこう。

「生酛・山麩」

米麴に水と酵母と蒸米を加えて、日本酒発酵の元となる酒母を造り出す際に、雑菌を退治するために利用されるのが乳酸である。この乳酸を酒蔵のなかの壁や空気中などにある天然の乳酸菌を取り込み、時間と手間をかけて培養することで酒母を造り出す方法が「生酛造り」であり、天然ではなく人工の醸造用乳酸を加えて酒母を造り出す方法は「速酛造り」である。また、生酛造りの酒母は「生酛」、速酛造りの酒母は「速酛酛」と呼ばれる⁽³⁰⁾。

この生酛造りの工程には、蒸米と麴をすりつぶして乳酸菌を取り込みやすくし、麴の酵素作用を促す「山卸」という手間暇のかかる大変な作業が必要である。これが蔵人たちにとって過酷な重労働であることは言うまでもない。ところが、あらかじめ仕込み水に麴の酵素を溶かした「水麴」を使用することで、この山卸と同様の効果が得られることがわかり、山卸を排した酒母造りが生み出された。こうして造り出された酒母が山卸廃止酛、略して「山麩」である⁽³¹⁾。

「にごり酒・おりがらみ」

日本酒造りには米、米麴、酵母、仕込み水を一緒に投入し発酵させて醪を作るという工程がある。この醪には十分な発酵の段階を経てもなお溶け切らない米や米麴などの固体成分が含まれている。この固体成分をそのままにしたお酒は「どぶろく」と呼ばれるが、この「どぶろく」は「濾(こ)す」という過程を経ていないので、わが国の酒税法上では、清酒ではなく、「その他の醸造酒」として扱われることになる。そこで、清酒となるには、この固体成分を濾して取り除く「搾り」という作業が必要になってくる。この搾り方にも袋吊りや圧搾機によるものなどいろいろな方法があることは言うまでもない。

醪を目の細かな布などではなく、目の粗いザルのような網や布で搾ると、米などの粒子がそのまま残ってしまうが、これが「にごり酒」である。とはいえ、さらに細かな目の網や布で搾っても、細かな「澱(おり)」と呼ばれる粒子は残ってしまう。この澱が残った、わずかに白く濁ったお酒が「おりがらみ」である。この澱を除いて、さらに濾過機で澱や雑味を完全に濾過すると透明な日本酒が出来上がる。無論、この濾過の手順を踏まないお酒を「無濾過」という⁽³²⁾。

「原酒」

醪を搾った状態の日本酒のアルコール度数は高いもので20度前後になり、ワインやビールのような醸造酒のなかでもアルコール度数の高さは群を抜いている。これはまさに日本酒の醸造技術のレベルの高さを表わすものである。一般的には、これに割水と呼ばれる仕込み水を加えて、15度前後になるよう調整されて出荷される。この加水処理のなされていない、醪を搾ったまま

の状態の日本酒が「原酒」と呼ばれ、パワフルで濃厚な深い味わいとなっており、初心者やアルコールに強くない人にとっては多少飲みにくいかもしれないが、根強い愛好家がいることも確かである。

「生酒・生貯蔵酒・生詰め酒」

醪を搾った後でも酵素は生きており、瓶詰めしてからでも品質は変化してしまう。それだけでなく、特殊な乳酸菌の一種である「火落ち菌」によるお酒の腐造が生じる可能性がある。こうした事態を防ぐために、この酵素の働きを抑え、さらに火落ち菌などの菌を死滅させることを目的として、醪を搾った後と瓶詰め前に、60～65度で低温殺菌する「火入れ」という加熱処理を2回行うのが一般的である。

しかしながら、フレッシュなみずみずしさを味わうために、この火入れをしないお酒もある。製造から出荷まで一度も火入れをしていないお酒が「生酒」、火入れをしないまま低温貯蔵され、出荷前に一度だけ火入れされるお酒が「生貯蔵酒」、醪を搾った後に火入れを一回だけ行い、瓶詰めされ出荷される前には火入れをしないお酒が「生詰め酒」である。いずれも品質の劣化を防ぐために、酒蔵だけでなく、一般消費者も温度管理など適切な対応策が求められる。

「生一本」

「灘の生一本」などでよく知られている生一本とは、他の地域のお酒ではなく、自分のところだけで造ったお酒ということの意味するものであり、いわば原産地証明書のようなものである。かつてはいろいろな酒蔵のお酒をブレンドしたものを自社製品として出荷していたことがあったことを物語るものである。今では酒税法で定められた日本酒の品質表示基準の一つとなっており、「ひとつの製造場だけで醸造した純米酒」⁽³³⁾であることを指している。具体例としては「浦霞 特別純米生一本」、「真澄 純米吟醸辛口生一本」、「夜明け前 純米吟醸生一本」などがある⁽³⁴⁾。

「長期熟成（貯蔵）酒」

酒税法上の厳密な規定などはないが、ワインやウイスキーと同様に、日本酒にも古酒と呼ばれる長期間熟成したお酒がある。1985年に設立された長期熟成酒研究会は古酒を「満3年以上酒蔵で熟成させた、糖類添加酒を除く清酒⁽³⁵⁾」と定義している。実際には、熟成期間などの定義づけはそれを製造している酒蔵が独自に行っており、市場にはさまざまな熟成期間の古酒が出回っている。いずれにしても、古酒と呼ばれるには一般のお酒よりも長期にわたって熟成したお酒であることが必要である。その期間は2年ぐらいから10年以上にわたるものまで実に多様であり、色や香りや味わいに、古酒の間でも、また長期間熟成していないお酒との間でも、大きな違いが見られる。主な古酒としては「長生舞 長古大吟25」、「天狗舞 古古酒純米大吟醸」、「手取川 大吟醸古古酒」、「白山 大吟醸古酒」、「出羽桜 手作り大吟醸古酒 万禮」などが挙げられる。

以上の他にも、製造工程や製造方法などにはさまざまなバリエーションが考えられ、その無数にある組み合わせから、今日では実に多様な個性あふれる日本酒が製造されている。実際、製造工程や製造方法などに見られる生産者側の多様性だけでなく、消費者側に見られる嗜好の多様性などからも、このバリエーションの進化は今後もとどまることを知らないだろう。

(3) 日本酒の日常性

すでに述べたように、日本酒造りに欠かせない主原料である米がハレの日だけでなく、日常的に食べられるようになったのは、すなわち、一般的に米の供給が需要を上回るようになったのはごく最近のことである。したがって、米を主原料とする日本酒を日常的に飲めるようになってきたのも近年のことである。多くの日本人にとって、それまでは神事や祭事などの特別な行事の機会に飲めるものであり、その時とばかりに、飲める限り大量に飲酒したと考えられる。古来「酔い」は神様から与えられた神聖な霊力と考えられてきたため、「酔い」は正当化され、大量飲酒の原因になってきただけでなく、大量飲酒の当然の結果となり、「酔うための酒」文化が定着していったのである。日本の長い歴史を通じて、日本人の多くが飲めたアルコールは極端に言えば日本酒だけであった。ワイン、ビール、焼酎などは経済的な豊かさと流通網の整備を見てからのことであった。したがって、「酔うための酒」文化は日本酒文化そのものであった。そうした長い歴史を経て、近年になり、やっと多くの人が日本酒だけでなく、飲みたいお酒を、飲みたい時に飲めるようになったのである。

4. 日本酒の文化的進化と「楽しむための酒」文化

日本酒の日常化というのは、日本人の多くが飲みたい日本酒を飲みたい時に飲めるようになったということである。それは、かつてのように非日常的なハレの日にはかお酒が飲めなかったこと、あるいはお酒による酔いが寛容に受け止められてきたこと、などからつい痛飲してしまい、いわば酔うこと自体が目的化されてきた「酔うための酒」文化から解放され、飲みたいお酒を飲みたい時に飲むという「楽しむための酒」文化を享受できるようになったということの意味している。無論、お酒を飲むということは多かれ少なかれ結果として酔うことになることも確かである。また、酔うために酒を飲む機会があることも、酔うことが第一義の人もいることも確かである。「楽しむための酒」文化というのは、酔うこと自体が目的ではなく、楽しむことを目的として酒を飲む人や機会が相対的に増えてきたということの意味しているのである。

また、酔うための酒は酔えばいいのであるから、どうしても味や香りは二の次となる傾向があり、結果として「酔うための酒」文化の時代にはお酒の物理的進化はあまり望めないということになる。これに対して、楽しむために飲むお酒は味や香りが何よりも大切になることは言うまでもなく、また、そうした消費者の嗜好に副うことが生産者の利益になることから、「楽しむための酒」文化では日本酒の物理的進化が急速に進むことになる。この図式をそのまま受け入れるならば、日本酒の文化的進化、すなわち「酔うための酒」文化から「楽しむための酒」文化への文化的進化、が物理的進化を促進してきたということになるかもしれない。だが、それは進化の

一元的な見方でしかない。もっと美味しいお酒を造ろうという生産者側の努力が消費者の嗜好を刺激し、他方で、消費者側のお酒をもっと楽しみたいという文化的進化が生産者側の企業努力を促し、さらなる物理的進化を生み出してきた、というほうが正しいだろう。文化的進化と物理的進化は相互に作用するのであり、その作用は今後とも止まることを知らないだろう。

もちろん、「楽しむための酒」文化というのは、言うまでもなく、どんな銘柄のお酒を楽しむかという狭い範疇にとどまらず、冷で飲むか熱燗にするかという飲み方などから、食文化や酒器に合わせた味わい方などに至るまで、広い領域に渡っている。実に多種多様な個性あふれる楽しみ方があり、その意味でも「楽しむための酒」文化の進化は無限であり、日本酒文化の底知れぬ深さを物語っている。

III. 終わりに

高度成長期以降、とりわけ昭和から平成にかけて、表1からも推測できるように、お酒は日本酒が主であったそれまでの時代と違い、ビール、ワイン、焼酎、発泡酒、ウイスキー、ブランディ、リキュール、スピリッツなど、実に多種多様な、美味しい、しかも安価なお酒が手に入るようになり、それに応じて、当然のことながら、消費者も酒といえば日本酒しかなかった時代と異なり、自分の好みに合うお酒を選ぶことができるようになった。酒類全体の消費量にさほど変化がないとすれば、このように多様なお酒を選べるようになったこんにち、見方によるかもしれないが、日本酒はむしろ健闘していると考えられるだろう。とりわけ近年、日本酒に対する消費者需要の落ち込みに歯止めをかけてきた要因として、特定名称酒の製造をはじめとして原料や製法にさまざまな工夫を凝らしてきた企業努力による物理的進化と、その進化を促すと共にそれに促されてきた消費者側の文化的進化が何よりも大きな役割を担ってきたといえる。

それに加えて、近年目覚ましい伸びを見せている日本酒の輸出も見逃せない⁽³⁶⁾。世界的に見て、日本酒ほど、どのような食文化にも、どのような飲み方にも、どんな風土にも、そしてどんな酒器にも似合うお酒は見当たらない⁽³⁷⁾。すでに「楽しむための酒」文化の定着しているところでは、その伸びは顕著であり、今後とも日本酒の物理的進化がさらに輸出を促進するだろう。

注

- (1) 神崎宣武『酒の日本文化』角川ソフィア文庫、2022年、20頁参照。
- (2) 酒と神については、例えば井上順孝編著『図解雑学 神道』ナツメ社、2006年、110-113頁；大浦春堂『神様が宿る御神酒』神宮館、2017年、8-15頁を参照せよ。
- (3) この点については、<https://suzenshuzo.jp/special/kamisama.htm/>（2023年7月24日閲覧）；<https://www.sakekaitori.com/knowledge/20211006-god/>（2023年7月24日閲覧）を参照せよ。
- (4) この酔いと日本人の関係については、<https://www.mugishochu-iki.com/ikibiyori/sake/1349>（2023年11月5日閲覧）が興味深い。
- (5) 詳細については、渡部茂「日本酒と日本文化」『経済研究36号』大東文化大学経済研究所、2023年3月、81-82頁を参照せよ。
- (6) ハレ（非日常）とケ（日常）の日の食事については、例えば<https://japanknowledge.com/contents/>

- nipponica/sample-koumoku.html?entryid=58 (2023年11月6日閲覧)を参照せよ。
- (7) <https://shinryourimonogatari.com/what-are-the-staple-foods-of-japan/> (2023年7月25日閲覧)
 - (8) この米の需給と日本人の食生活については、神崎宣武、前掲書、28-39頁を参照せよ。
 - (9) この点については、特に同書、38-39頁を参照せよ
 - (10) この日本酒文化とワイン文化との飲み方の違いについては、例えば麻井宇介『ブドウ畑と食卓の間』中公文庫、1995年、12-14頁、および343-344頁を参照せよ。
 - (11) 神崎宣武、前掲書、160-161頁。
 - (12) <https://www.nta.go.jp/taxes/sake/shiori-gaikyo/shiori/2023/pdf/0033.pdf> (2023年8月3日閲覧)
 - (13) この暗黒の時代については、とりわけ同書、224-231頁；吉田元『近代日本の酒づくり』岩波書店、2013年、207-210頁を参照せよ。
 - (14) ただし、この三増酒は平成18年の酒造法改正により清酒のカテゴリーから外され、リキュール類や雑酒に分類されている。
 - (15) その結果、生産者側の対応策の一例として「酒蔵のなかには等級制度を拒否するところも出はじめ、品質の高い酒でもあえて監査を受けずに税額の安い二級酒扱いとする『無鑑査酒』を販売しました。特に宮城県の一ノ蔵の商品で、現在もロングセラーとして販売されている『一ノ蔵 無鑑査』は有名で、『等級制度廃止のきっかけになった』商品として知られています。」<https://sakestreet.com/ja/media/what-is-ikkyuunikyuu-sake-rank> (2023年8月1日閲覧)。この等級制度の問題点については、さらに大島幸治「問題の酒 本物の酒」双葉社、2003年、34-35頁も参照せよ。
 - (16) 等級制度から特定名称酒制度への変遷については、例えば、<https://nihonsyu-yuraku.com/kyuubetu/> (2023年11月6日閲覧)を参照せよ。
 - (17) <https://www.nta.go.jp/taxes/sake/hypji/seishu/gaiyo/02.htm> (2023年8月2日閲覧)より作成。
 - (18) 『『農産物規格規定』(平成13年農林水産省告示第244号)によると、令和3年6月1日現在、46道府県で122品種の米が、醸造用玄米(酒造好適米)として産地品種銘柄に掲名されており、、、』調査報告「日本の伝統的なこうじ菌を使った酒造り」国税庁、2021年、43頁。
 - (19) ただし「特定名称酒を名乗るためには使用する白米は『3等以上に格付けされた玄米又はこれに相当する玄米を精米したものをいうものとする。』という条件があります。そのため、たとえ酒造好適米であったとしても、格付けされていないお米、つまり等外米と呼ばれるお米を使って造ると特定名称酒とは名乗れません。」杉村啓『白熱日本酒教室』星海社、2014年、75頁。
 - (20) 例えば、京都の白杉酒造は食用米(コシヒカリやササニシキなど)だけを使った日本酒造りをしている珍しい酒蔵である。詳細については、https://jp.sake-times.com/knowledge/sakagura/sake_g_kyoto_shirasugi (2023年8月29日閲覧)を参照せよ。
 - (21) 神崎宣武、前掲書、186頁参照。
 - (22) 吉田元、前掲書、177頁参照。
 - (23) 「灘の男酒、伏見の女酒」といわれる所以もここにある。前述した灘五郷一帯に湧出する宮水といわれる水はミネラル分が豊富な硬水であり、京都の伏見地方で使用されている水は灘で使われている水よりもミネラル分が少ない中硬水である。この点については、例えば杉村啓、前掲書、83-84頁；吉田元、前掲書、177-178頁；https://jp.sake-times.com/knowledge/word/sake_g_word_otokosake-onnasake (2023年11月7日閲覧)を参照せよ。
 - (24) この点については、例えば調査報告、前掲書、51-52頁を参照せよ。
 - (25) 同書、35-36頁；<https://magazine.asahi-shuzo.co.jp/know/99> (2023年10月24日閲覧)を参照せよ。
 - (26) 特に、堀江修二『日本酒の来た道』今井出版、2022年、83-85頁；調査報告、前掲書、31-32頁を参照せよ。また、このアジアの麴酒文化の違いを食文化、風土、歴史などの違いから詳細に分析したものとして、岡崎

- 直人「日本・中国・東南アジアの伝統的酒類と麴」『日本醸造協会誌104巻12号』、日本醸造協会、2009年951-957頁が挙げられる。
- (27) ただし、赤霧島の赤は麴の色ではなく、使われる芋（ムラサキマサリ）の醪の色が真っ赤になることから、そう命名されたようである。
- (28) これらについては、<https://www.nomooo.jp/article/2018/05/15/2093.html>（2023年8月31日閲覧）を参照せよ。
- (29) <https://neko-to-nihonsyu.jp/azumatsuru-white-black/>（2023年8月31日閲覧）
- (30) この「生酛」と「速醸元」の詳細については、例えば、佐藤淳『國酒の地域経済学』文真堂、2021年、33-35頁を参照せよ。
- (31) この点については、特に<https://sakestreet.com/ja/media/what-is-yamahai>（2023年11月4日閲覧）；<https://tanoshiosake.jp/8477>（2023年11月4日閲覧）を参照せよ。
- (32) これらについては、例えば<https://sakestreet.com/ja/media/what-are-doburoku-nigori-origami>（2023年11月15日閲覧）を参照せよ。
- (33) <https://www.nta.go.jp/about/organization/tokyo/sake/abc/abc-sake.htm>（2023年11月4日閲覧）。
- (34) 例えば、<https://tanoshiosake.jp/6660>（2023年11月10日閲覧）を参照せよ
- (35) www.vintagesake.gr.jp/aboutvintagesake（2023年10月14日閲覧）。
- (36) <https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000026.000083559.html>（2023年9月6日閲覧）参照。
- (37) 例えば、杉村啓、前掲書、9-16頁；佐藤淳、前掲書、36-38頁を参照せよ。

尚、本稿は大東文化大学経済研究所の研究プロジェクト「発酵産業と地域の経済、文化の関係性に関する研究」による研究成果の一つである。