

「地場産業」としての近代的酒造業

— 埼玉県秩父市における地ワインづくりと同県小川町における地ビールづくりを事例として —

深田 優
(民族植物学研究室)

Modern brewing industry as “a local industry” — Local winery in Chichibu-shi and local beer brewing in Ogawa-machi, Saitama prefecture —

Yu FUKADA, FSIFEE, Tokyo Gakugei University

日本における酒造業は、伝統的・近代的酒造業に分類される。近年、清酒を代表とする伝統的・近代的酒造業がその存立基盤である地域とのつながりが弱くなっているとの指摘がある一方、ワインやビールに代表される近代的酒造業はブームの時代からその後の淘汰の時代を経て、地域に根付いた酒づくりをしている事例が全国的に散見されるようになっている。

そこで本研究では、「地場産業」としての近代的酒造業の可能性に焦点を当て、埼玉県秩父市における地ワインづくりと同県小川町における地ビールづくりを事例として検証した。なお本稿での地場産業とは、矢野（2002）が「地域資源や地域消費と密接に関連して成立、発展した産業」と言及する、狭義の地場産業の定義に則った。

調査方法としては、各事例の主要関係者への聞き取り調査を行い、地ワインの交流イベントに際して参加者へのアンケート調査を行った。

まずアンケート調査から、消費者全体としてワインに対する親近性や地ワインの認知度はま

だ低い部分はあるが、地ワインに対する期待や地域を巻き込んだ取組に関する興味というものは一様に高いことがうかがえた。

両事例に共通する項目として、原材料を地域内で賄うことを志向している点、消費者と「顔が見える関係」を築こうとしている点、酒質として地域性と品質にこだわっている点があげられる。

また異なる点としては、地ワインではぶどう農家、酒造業者、小売店のネットワークで酒づくりが成り立っており、地ビールでは自立的な農業生活の延長上で酒づくりが成り立っている点である。

酒づくりの存立のあり方は違うが、両事例とも基盤としてはお互い地域との密接な関わりの中で存在しており、酒質として対外的にも認知、評価されることを目指している。地産地消を旨としながら、消費者が地域外にも誇れるような酒づくりは、地場とつながった産業であるといえるし、ひいては持続的な産業の基盤であるといえよう。

伝統的・近代的酒造業

- 恵まれた立地条件
- 酒造りの基盤の確立
- 地域とのつながりの弱まり
- 原材料の入手困難化
- 地域内消費の減少

近代的酒造業

- 消費者の嗜好と呼応
- 清酒が築いた酒造りの風土を生かした「地域に根付いた」酒造りの模索

表1. 埼玉県における酒造業の要点

地ワイン

- ぶどう農家、酒造業者、酒販小売店の綿密な三者関係＋消費者との「顔の見える」関係
 - 消費者からの認知度はまだ低い、取組に対する期待や興味は一様に高い
-

地ビール

- 自活的な農業生活の延長としてのビールづくり
 - 工房での提供・販売を基本とした地元に着した経営
-

共通点

- ① 地域内での原料確保
 - ② 消費者との「顔の見える」関係
 - ③ 品質（地域特性、味）へのこだわり
-



図1. 地ワイン用ぶどう畑（左）と地ビール工房内の様子（右）