2026年5月9日「秋田魁新報」掲載（「秋田遠景近景」日本銀行秋田支店長コラム）

秋田遠景近景

日銀秋田支店長コラム

県内の酒蔵

観光客呼び込む起爆剤に

4月初旬に、2年ぶりの開催となった「秋田の酒を楽しむ会in東京」に参加した。恵比寿ガーデンプレイスでは開場前から行列ができ、場内は立すいの余地もないほどの混雑ぶり。目当ての試飲だけでなく、おつまみやグッズ、各蔵の日本酒も飛ぶように売れており、文句のつけようのない大成功の企画だった。

「日本酒どころ」と聞くと多くの方が灘や伏見を連想するだろうが、本県の名も上位に並ぶのは間違いない。豊かな水資源に県独自の酒造好適米の開発と盛んな栽培、山内杜氏組合や県総合食品研究センター醸造試験場を中心とした高度な醸造知識の蓄積、全国的にも珍しい種こうじの老舗会社などの集積も相まって、美酒王国の看板はだてではない。実際、県内の酒蔵は多士済々だ。首都圏で高い知名度と伝統を誇ってきた蔵もあれば、数百年もの歴史におごらず絶え間なく技術を磨いている蔵や、若い造り手が蔵元杜氏となり経営を立て直すとともに新たな味やブランディングで熱狂的なファンを獲得している蔵もある。原料となる酒米の高騰に翻弄されながらも、どの蔵も酒質の向上に努め時代の変化に対応しようとしている。

しかしながら、日本酒業界全体を見ると長期低迷を余儀なくされている。1973年のピーク時には150万キロリットル程度あった生産量は、消費者の好みの多様化やアルコール離れ、そして人口減少による需要低迷もあり、2024年には28万6千キロリットルまで落ち込んでいる。酒蔵数もこの50年で半減し、全国に100蔵程度になっている。まだ千以上蔵が残っているというべきかもしれないが、生産量で見ると上位15社で6割近くを占め、寡占状態だともいえる。需要減を理由に新規の酒造免許も実に70年にわたって交付されず、はた目からはまごうことなき衰退産業のようにみえる。

また、飲酒量の減少は他の先進国でも見られる現象だ。ワインの産地フランスですら、1960年代のピークに比べると、現在の1人当たり消費量は3分の1以下に落ち込んでおり、米国でも健康志向や若い世代のアルコール離れは顕著だという。それでも、欧米ではもともとの消費量が多いことや、世界的ブームの和食に合う醸造酒であること、そして、経済成長とともに有望な市場になりつつある中国をはじめとしたアジア圏での需要増加といった好条件とも相まって、日本酒の輸出量は増加傾向にある。人口減少という内需の落ち込みへの対応として、さまざまな酒蔵が輸出に目を向けるのは当然の成り行きだ。

一方、有名なワイナリーやウイスキー醸造所への見学ツアーが世界的にも人気を博す中で、本県の酒蔵は観光面の起爆剤となる可能性も大いにある。インバウンド（訪日客）の数で東北6県中最下位の本県だが、歴史と革新の共存する酒蔵は、間違いなく内外の観光客を引きつける重要コンテンツだ。県南の大手蔵が新たにミュージアムを開設したのも、そうした展望に基づいての一手といえよう。

もちろん、類似の戦略を練っているのは本県の酒蔵にとどまらず、ライバルは国内外ともに多い。米国中心に海外における日本酒製造は伸びており、制約がない分自由な発想が逆輸入され、洋食により合うサケが海外で醸されるかもしれない。競争は厳しいが、本県の日本酒にはそうした環境に打ち勝つ潜在能力があると信じている。

また、この場を借りて、日本酒や焼酎の業界発展のためご活躍された酒造会社・大納川の田中文悟社長の功績をしのびたい。同郷でもあった私が知己を得た期間は短かったが、さまざまな蔵を立て直し、地域に貢献する蔵の在り方を模索されていた方だった。もっともっとその活躍を間近で拝見したかったし、ご本人も日本酒業界の発展を見たかったろうと推察している。田中社長の情熱がこれからも本県の造り手に引き継がれていくことを願っている。

（種村知樹・日本銀行秋田支店長）

〈随時掲載〉