

(報告書)

会津地方の“酒縁”にみる日本酒造りと消費を結ぶ関係

助成研究者 林 耕次 (総合地球環境学研究所・生態人類学)

共同研究者 太田 和彦 (総合地球環境学研究所・環境倫理)

共同研究者 嶋田 奈穂子 (総合地球環境学研究所・思想生態学)

1. 研究目的

日本酒製造業はピーク時の 1970 年代半ば以降、需要の減少に伴う事業者数の減少、従業員の高齢化、事業承継の問題などにより規模が縮小しつづけている (日本政策投資銀行 2013, 須藤 2017)。このなかで、特に近年の中小規模の酒蔵では、需要拡大策に複合的に取り組み、地域の食文化や風土と連環する「循環型地場産業」(熊坂 2019)として日本酒醸造をブランディングすることが多い。すでに国外での日本酒醸造・販売では、これに類するブランディング化は多く見られる (Yarrow 2009)。なお、地場産業を特徴づける要素として、①当該地域内に本社があること、②一次～三次産業を通じて事業が地域経済の循環に貢献していること、③地域内外の資源の効果的かつ持続的利用に資する形で多様な事業間・主体間の連携がなされていること、などがあげられる (林ほか 2013)。「循環型地場産業」としての日本酒も、同様の特徴を有するといえるだろう。

しかし、先述のような「地域内外の資源の効果的かつ持続的利用の具体的方法の模索」や「多様な事業間・主体間の連携」が何に仲介され、どのように展開するかについての事例研究や理論研究は十分になされていない。地場産業においては、これらの創意工夫ならびに連携の構築は、地場産品とその場所(地域)の結びつきを正当化し、付加価値を付与するうえで重要な要素といえる (田代 2002)。一般に農産物のブランディングは、産地のイメージや食文化、生産現場のあり方に沿って展開されるが (波積 2002)、これらの要素は、地場産品の生産・加工・流通における、その地域における特徴的な手法ならびに連携によって地場産品と結びつくと考えられるためである。そのため、「地域内外の資源の効果的かつ持続的利用の具体的方法の模索」、「多様な事業間・主体間の連携」を通じた展開の経緯についての事例・理論研究は、日本酒がどのような性質の地場産品たりえるかという理解の促進に寄与することが期待される。

そこで本研究では、福島県会津地域の酒造業者を中心とした聞き取り調査を行い、日本酒造りを通じて、原材料や技術の選択、流通から消費に至る各段階において、効果的かつ持続可能な資源活用の方法や、各段階における日本酒醸造を介した連携がどのように構築されたかについての経緯を分析・評価した。

なお、本研究では、酒造りや酒の流通・消費の過程などにおける偶発的な契機によっ

でもたらされる多様な事業間・主体間の連携を、地縁や血縁になぞらえて「酒縁^{しゅえん}」という造語で示す。

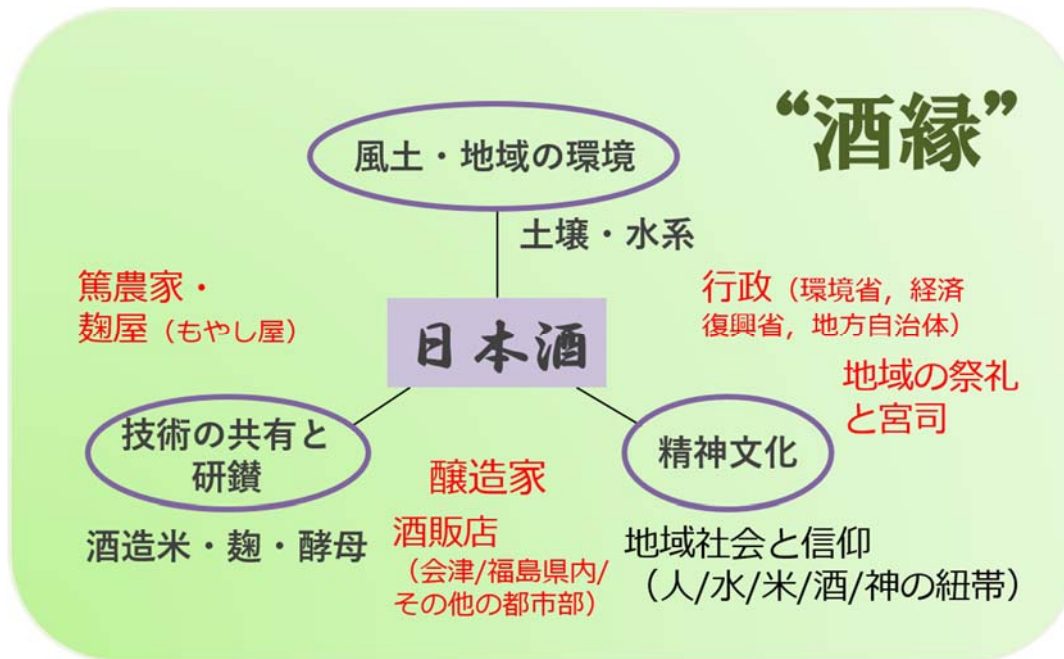


図 1. 日本酒をとりまく「酒縁」の射程

2. 研究方法

本研究での調査対象地は、福島県会津地域とした。主に聞き取りを行った酒蔵で、研究の中心に高橋庄作酒造店（主要銘柄「会津娘」：会津若松市）を位置づけた。そのうえで、その他の酒造関係者、原料米を栽培する有機農家、技術支援センター職員、酒販店、神社関係者、飲食店経営者、消費者等へのヒアリングを主とする現地調査、および資料収集の調査を複数回実施するなかで、本研究における「酒縁」の繋がりについて把握することに努めた。

3. 研究成果

本研究では、高橋庄作酒造店を中心に据えて、①酒造りに関する技術の共有、②原材料となる酒造好適米生産農家、③酒販店との繋がり、④地域内での消費などの視座より関係者からの聞き取り内容を記す。聞き取り調査結果の分析軸としては、1. 地域内外の資源の捉え方、2. 地域内の経済循環への寄与、3. 隣接事業への波及効果の3つを設けた。分析の結果、特に多様な事業間・主体間の連携の構築は、本研究で「酒縁」と提示した、ときに偶発的な契機によってもたらされることが明らかとなった。

3-1 酒造関係者：高橋庄作酒造店

高橋庄作酒造店（会津若松市）での聞き取り調査では、現蔵元の四代目高橋庄作氏（蔵元としては五代目）と杜氏（製造責任者）の高橋亘氏に、蔵のモットーとして「土産土法」を掲げるに至った経緯を中心に、1970年代半ばの圃場整備と日本酒製造における転換、それに伴う土着型の米作り、酒造りに至る決意について話を伺った。



写真 1. 高橋庄作酒造店・蔵元の四代目
高橋庄作氏



写真 2. 高橋庄作酒造店の目前にある田圃

四代目高橋庄作氏が蔵元を襲名した 1985 年（昭和 60 年）以降、それまで製品の主流であったアルコール添加率の高い三倍増醸酒を全廃し、品質にこだわった純米と本醸造酒の造りにシフトした。その後、会津地域以外でも評判となり、東京で著名な酒販店で 1988 年（昭和 63 年）より扱われるようになったという。平成に入ると、良質な原料米を追求するために、酒蔵前の田圃で完全無農薬の自家栽培米の生産を開始し、その後、酒造好適米である「五百万石」の栽培をすべての自社田で行うようになった。こうした試みの背景には、後述する地元・会津若松市で酒販店を営む、渡辺宗太商店の当時店主であった渡辺宗喜氏とのつきあいが大きかったという。

蔵のモットーである「土産土法」¹とは、その土地の原材料で、その土地の風土に培われた技術をもって酒造りをするということであるが、高橋庄作酒造店では所有する蔵周辺の田圃ごとに酒造りを行うなどの試みを始めており、いわゆるワイン造り表現される「ドメーヌ」や「テロワール」概念の実践を日本酒造りですすすめているとのことであった。

この「土産土法」という言葉は、四代目高橋庄作氏が蔵元に襲名する前後の時期に、会津の酒造組合の講習会で、国税庁醸造試験所から講師を招いた研修会の時に講演者の話をメモしたことがきっかけであったという。その後、安全な食品、原料にこだわっ

¹ 高橋庄作酒造店の定義によると、「その地域で産するものを用いてその地域の人がある地域の手法で造り上げること。昭和 60 年代から提唱されはじめた言葉で、いわゆる「地産地消」の「地産」の部分より深く掘り下げた取り組み。」（高橋庄作酒造店 2018）

た酒販店代表の渡辺宗喜氏と権利を分割して商標登録をおこなった。

現杜氏であり、醸造責任者である高橋亘氏は、東京農大醸造学科を卒業し、東京の酒販店、茨城県の酒蔵で勤めたあと、1996年（平成8年）より実家に戻り、酒造りとともに米作りを始める（石原 2004）。

高橋庄作、亘両氏から伺った話を軸に、地元・会津地方での酒造りに伴う人間関係、すなわち「酒縁」としての事例では、特に以下の4点に注目し、関係者による聞き取りに基づく情報を後述する。

- ① 酒造りに関する技術の共有：高橋庄作酒造店の酒質の特徴として、サーマルタンク²による一定した冷温での貯蔵によるものとの説明があったが、これは2003年（平成15年）の暖冬による影響で導入されて以降、高橋庄作酒造店の酒らしい雰囲気醸し出しているとのことであった。会津地方では、近隣の酒蔵同士の繋がりが強く、そうした新しい技術や原材料の情報共有が頻繁にされると示唆された。これは、福島県ハイテクプラザ会津若松技術支援センターの尽力や、その背景となる会津地域の酒造関係者の懐の深さにも拠るところが大きいといえる。
- ② 原材料となる酒造好適米生産農家：自社田での酒造好適米の栽培には、地縁に基づく信頼できる近隣農家との関わりが不可欠であるという。本研究では、象徴的な事例として、「春泥」という銘柄の存在について言及する。
- ③ 酒販店との繋がり：決して年間の生産量が多いとは言えない高橋庄作酒造店であるが、実際の酒の販路である全国の酒販店との関係が密であることが伺える。ここでは、会津若松市の渡辺宗太商店と、大阪・茨木市の角屋酒店との酒縁についてとりあげる。
- ④ 地域内での消費：高橋庄作酒造店の商品店は、「土産土法」のモットーに伴い、消費においても生産量の約七割が地元会津で購入・消費されるところである。会津若松市での飲食店における捉えられ方について、高橋庄作酒造店がおこなってきた「田植え・稲刈り体験」の話も交えて検証する。

3-2 技術支援関係者：福島県ハイテクプラザ会津若松技術支援センター

1992年（平成4年）に開講した福島県酒造組合が運営する「県清酒アカデミー」（県清酒アカデミー職業能力開発校）で、講師として技術指導を行う福島県ハイテクプラザ会津若松技術支援センター醸造・食品科長（当時³）の鈴木賢二氏に会津地域の酒の特徴や近年の傾向、酒に関わる人々の縁について聞き取り調査をおこなった。

² 温度調整機能を持つ醸造・貯蔵用タンクで、名称は新洋技研工業株式会社（新潟市）の商標登録である。

³ 現在、副所長、兼、醸造・食品科長。



写真 3. 福島県ハイテクプラザ会津若松
技術支援センターの入り口



写真 4. 技術支援センターの鈴木賢二氏（左）

会津の風土と気候、水質が清酒造りに適していることを前提としつつ、アカデミーの開講当初に懸念された後継者不足に伴う若手育成や優れた醸造技術の普及に至った経緯では、会津に特徴的ともいえる垣根を越えた人付き合いによる、情報交換を伴う技術の切磋琢磨が大きな礎となっているという。また、会津という立地が近年の醸造技術の向上に影響してきた背景（越後杜氏に代表される新潟側と、南部杜氏に代表される岩手側の合流地という地理的歴史的背景から、今日的な会津杜氏の台頭）とともに、会津杜氏を名乗る高橋庄作酒造店・高橋亘氏のように、東京農業大学醸造学科出身の新世代の醸造家が現在では酒造りを牽引する世代になり、会津のみならず他県の酒造関係者同士で刺激し合い、地域を越えた良い酒造りを目指す動きも顕著であるとの指摘があった。鈴木氏によると、会津地域のこうした人的交流の礎には、会津若松市内で酒造業を営む末廣酒造株式会社で、長年、会津杜氏を束ねてきた佐藤寿一氏の功績が大きかったという。県清酒アカデミーの開講当初の時期において、新たな技術を推奨し広める際に、佐藤氏が酒造りの経験値が浅い受講生に対して、率先して惜しげもなく技術・方法を伝授することに助力したことでアカデミーの意義が大いに高まったとのことである。こうした、「自社のみならず、会津地域全体の底上げのために尽力する」という姿勢は、末廣酒造の社是、あるいは経営理念とも伺える。昭和 50 年代後半に、高品質で入手が難しいとされる兵庫県産の酒造好適米「山田錦」を使用した吟醸酒造りで成功を収めた末廣酒造は、当時六代目蔵元が苦勞して手に入れた山田錦を自社で独占することなく、会津若松の他の酒蔵にも分けるように手配したという。曰く、「うちだけ良くなっても、ほかと切磋琢磨してやらなければ、会津の酒は向上しない」（石原 2004; 23 より抜粋）との信念で、その後、会津若松市内の酒蔵に「山田錦」は行き渡るようになり、吟醸酒造りが盛んになるきっかけになったという。

一例として記した末廣酒造の功績などを礎に、平成 30 年度で 27 期生を迎える福島県清酒アカデミーでは、講師として支援センターの職員に加え、より実践的な酒造り、および経営のあり方などの科目において清酒アカデミーの卒業生を含む福島県内の酒

蔵関係者を講師として迎えている。2001年（平成13年）4月に、現在の施設が開所してからは、醸造設備が充実したことにより、吟醸仕込みの実習などが可能になったことが大きな利点となった。また、実際の酒造りの実習としておもに会津若松市近郊の酒蔵に赴くカリキュラム⁴が組まれているが、これは、会津地方のみならず、福島県の清酒造りのスキルアップ、レベルアップに大きく貢献⁵しうる取り組みといえよう。

3-3 有機農業関係者：会津春泥

調査の際に訪れた会津若松市内の飲食店で、「春泥」という見慣れない銘柄の酒を紹介され、ラベル情報をみたところ、高橋庄作酒造店で造られたお酒ということを知った。その後、地元の自然栽培米の生産グループメンバーである高階博利氏に聞き取りをおこなった。日本酒「春泥（しゅんでい）」は、高橋庄作酒造店と地元の自然栽培米農家が提携して企画・醸造されたもので、使用される酒造好適米・五百万石の生産の発端は、2011年（平成23年）に発生した東日本大震災と放射能汚染による風評被害に基づく、会津の自然栽培米農家が苦境に陥っている状況を打開するものとして始められたものであるという⁶。「春泥」に携わる酒造好適米の生産農家の一人が、たまたま高橋庄作酒造店と地縁的な繋がりがあったこと、高橋庄作酒造店が実践していた自然農法の仲間としての繋がりと、何かと縁があり、2015年（平成27年）から提携することになったという。「春泥」銘柄の酒は、生産量が限られ販売ルートも極めて限定的であるが、会津の米や酒を媒介として、3.11後の影響を踏まえた地域発信型の事例と捉えることができる。

3-4 酒販店：酒造と消費社を繋ぐ① ～渡辺宗太商店、角屋酒店

会津若松市の酒販店・渡辺宗太商店では、会長の渡辺宗喜氏より聞き取りをおこな

⁴ 初級・中級・上級のコースに分かれ、「酒造総論」「醸造総論」「酒造史」「微生物学」「原料水」「醪管理」「酒母管理」「火入れ貯蔵管理」といった清酒の製造過程に関すること、「酒税法」や「公害対策（排水処理）」、「マーケティング概論」など経営に関する科目、さらに「きき酒の実習」、「機器分析」「支援センター内での試験醸造（仕込実習）」を経て、酒造りが本格化する時期（1～3月）には、酒造に赴いての「実習」などが組み込まれている。なお、各級とも年間を通じた訓練総時間数104時間のうち、80%以上の出席がなければ、進級および酒造士認定ができない。また、全80のカリキュラムにおいて、会津地方を含む福島県内の酒蔵関係者が35科目の講師を務め、6カ所で酒造りの実習を担当している。（平成29年度、30年度の清酒アカデミーカリキュラムより抜粋）

⁵ あくまでもひとつの基準であるが、全国新酒鑑評会で、福島県は平成30酒造年度まで7年連続の金賞受賞数日本一を記録しており、技術力の高さが知れ渡っている。

⁶ 「自然栽培米 会津春泥」のパンフレットには、「自然豊で歴史の重要な拠点だった会津は、風評被害などで泥中にあるような状況にあります。「会津春泥」は、泥から稲が稔り、蓮の花が咲くように、苦境にあっても必ず春は来るといった思いが込められています。」との記載がある。

った。高橋庄作酒造店でも伺ったように、「土産土法」の商標登録権は、渡辺宗太商店と共有しており、店の頒布会の特別商品として、高橋庄作酒造店が醸したオリジナル銘柄酒「土産土法」を扱っている。蔵の転換期において高橋庄作氏が良い酒を造り、渡辺宗喜氏が地元の良い酒を売るという関係で互いに支え合い、励まし合ってきた経緯があるという。その後を継ぐ、現在の世代である高橋亘氏と渡辺宗太郎両氏も、良い酒造りと、会津の良酒を売る広告塔としての関係が世代を跨いで続いている。

高橋庄作酒造店の酒は、すでに記したように会津若松市内、福島県内での販売・消費の割合が高く、それ以外の地域での販売は限られるが、大阪・茨木市の酒販店「角屋酒店」で扱うようになったきっかけは、1998年（平成10年）頃に『世界の名酒事典』（講談社）に掲載されていたのが目にとまり、蔵に直接サンプルを送ってもらうように依頼したことであったという。角屋酒店・店主の角本稔氏は、それまで会津地方、福島県の酒を扱ってこなかったが、大学時代の友人のひとりが会津出身であったということも影響されたようである。現在、高橋庄作酒造店で製造責任者である高橋亘氏とは同い年であり、また、角本氏の友人と高橋亘氏が、会津で高校時代の同級生という縁もあったという。さらに、高橋庄作酒造店との取り引きをはじめめる前に、角本氏がすでに知り合いであり、当時関西の酒造で勤めていた福島県出身の蔵人 S 氏が、東京農大で高橋亘氏と同期であり、現在でも酒造りに関して切磋琢磨し合う仲の良い友人である関係だということも伺った。角本氏は、こうした縁をきっかけとして高橋庄作酒造店との取り引きを開始するが、ちょうど正規の取り引きをはじめた頃より、高橋亘氏が酒造りの中核を担うようになり、それ伴って年ごとの品質の向上を実感してきたとのことである。

3-5 飲食店ほか：酒造と消費者を繋ぐ②

会津若松市内の飲食店「M」（仮名）は、会津地域ならではの食材と料理を提供しつつ、とくに地元で根ざした日本酒を中心に取り揃える。相性を踏まえた料理や酒の説明にも余念がなく、例えば季節に応じた限定酒に関する情報も熟知している。Mには観光客の来店もあるが、地元客や酒造関係者の利用も頻繁であるようで、とくに地元で馴染みがあり、かつ、評判の酒に関しては、その造りの背景や造り手の人物像なども踏まえて客に紹介されることもある。もともと地元でも大手の数銘柄くらいしか日本酒への認識がなかったそうだが、2003年（平成15年）に開店した当初に会津地域で銘酒としてよく知られる「飛露喜」（廣木酒造：会津坂下町）」との出会いで、日本酒への魅力に開眼し、世界が広がったという。

同じく、会津若松市内の飲食店「B」（仮名）では、会津地域の銘柄に留まらず、広く日本各地の銘酒を取り揃えているという特徴がある。そんななかでも、店名にも由来する会津地域出身の店主の、地元酒への思い入れは格別で、料理との相性はもちろん

のこと、年ごとの造りや季節ごとの細やかな品質の違いなどに通じている。

4. 考察

以下では、研究成果において、研究の分析軸として設けた三点に関連させて考察する。

4-1 地域内外の資源の捉え方

本研究で扱った日本酒造りとその背景には、酒造りに不可欠な水資源の確保といった自然環境や風土のほかに、地域内における他の業種である農業に支えられた「循環型地場産業」としての性質が備わっており、それらを象徴する産業・産物として捉えることができる。3-1 でとりあげた高橋庄作酒造店では、2011年（平成23年）の震災を挟んで計11年、田植えと稲刈りの時期に蔵を開放して作業を手伝うひとを募集するという企画が続けられ、毎年120～130人ほどが集まり、農作業を通じて酒造りに繋がる体験を経てもらったようだ。酒造側としても、普段あまり接することのない、自分たちが造った酒を飲む人々との交流を通じて、酒造りへの大きな励みとなったそうである。

また、地域から発信する試みとしての一例を紹介したい。会津若松市に隣接する郡山市に拠点を置く、株式会社エフライフの代表である小笠原隼人氏は県外出身者であるが、福島県在住のメンバーとともに福島県産の酒と食を扱った企画を立ち上げた。2016年（平成28年）より毎月福島県内にある酒蔵を1カ所訪ね、インタビュー記事やその酒にまつわる物語り掲載した冊子『fukunomo』を刊行している。2016年（平成28年）3月より毎月発行されるこの冊子は、記事として取り上げた酒とともに、訪れた酒造関係者が奨める地域の食材（おつまみ）とともにパッケージされ、全国に定期販売されている。もともとは、3.11以後の、福島県における食に携わる産業やそれらに従事する人々の支援という意味合いもあったというが、この企画を通じて福島県産の酒、食文化の魅力を伝えつつ、人々の繋がりに呼応しながら展開しているという⁷。

⁷ 小笠原氏は、郡山市内で「ローカスナック」と称した地域の「食」と「職」を結び、発信する店を開いており、ここでは福島県産の日本酒が多数置かれている。
<https://www.shokushoku.net/>



写真 5. 『fukunomo』末廣酒造（2016年7月）と高橋庄作酒造店（2018年6月）

4-2 地域内の経済循環への寄与

先述『fukunomo』の企画は、酒や食を通じた地場産品の経済的循環にも貢献を果たしているといえるが、酒造業を介した地域内の経済循環寄与の礎として、西会津で毎年11月に開催される醸造祈願の祭礼についても言及したい。西会津町の松尾神社は、京都の松尾大社の神を勧請して811年（弘仁2年）建立された⁸。境内に湧き水があり、地元住民だけでなく酒造関係者からも信仰を集める聖地である。暦のうえで毎年11月の「卯の日」には、醸造祈願の祭礼「上卯祭」が開催される。戦後までは、新潟からの酒造りのために会津を訪れる出稼ぎの人々が酒造りの前に松尾神社へ立ち寄り、お参りをすることが慣わしだったという。その後、上卯祭は長く途絶えていたが、1998年（平成10年）に現在の宮司である沼澤文彦氏の呼びかけによって復活した。



写真 6～8. 西会津町・松尾神社での上卯祭（2018年11月）

沼澤氏の思いに賛同した会津や喜多方の酒造関係者は、社殿の近くに湧く水を酒造りの際に混ぜることで酒が腐敗しないという言い伝えから、神事の際に奉納された湧

⁸ 「西会津町観光ガイドブック じぶんいろ。」（西会津町商工観光課発行）より。

水を受け取り、それぞれ持ち帰るといふ風習が残っている。

日本酒は、水と米と麴によって醸される飲料であるが、一方で、土地の神やその信仰、それを支える人々を結ぶ文化的な核であるとも捉えられる。祭礼のあとには参列者が集まり、直会を通じて交流が深められる。

また、会津若松市内においても毎年12月中旬に、市内の八角神社境内に祀られた松尾神社の前に酒造関係者（会津若松酒造組合関係者ら）が集い、醸造安全祈願が執り行われている。地域の経済的活性に繋がる紐帯として、酒造業では祭礼を通じた縁も重要な要素であるといえよう。

4-3 隣接事業への波及効果

日本酒醸造は、原材料である米の確保や技術革新に伴い、隣接する事業に少なからず通じており、単に酒の売り買い以上の波及効果が展開・構築されている。それは地域内のみならず、地域文化を象徴する産物としての意味合いもあり、他の地域との差異を示す観光資源や地域活性化の重要な要素になり得るものである。

また、地域内における人の縁に物語性が加わることで、更なる波及効果が期待される。3-4で紹介した大阪の酒販店店主・角本氏のように、毎年のように会津に足を運び、酒造関係者や地元の酒販店などとの交流を通じて、酒造りに伴う酒の品質向上の要因などを探り、買い手である消費者にそれらを還元している。そこで培われたひと同士のつきあいから発する縁に惹かれて、以降は会津をはじめとする福島県の酒造と取り引きをすることが多くなったという。同じく、3-5に記載したいずれの飲食店では、酒の入手先である酒販店との信頼関係に基づき、銘柄ごとの特徴を知ること尽力していることが窺える。さらに、取引先の酒販店のみならず、直接酒造関係者などの来店に伴い、店で扱っている酒への思い入れが増し、得られた情報を来店する客に付加価値として提供しているのである。

5. 結論

これまでの調査結果と考察から得られた知見を整理すると、下記の結論を導くことができる。まず、日本酒醸造は、地域内外の産業や他の事業を巻き込むものとして今後とも多くの可能性を含んでいる。アルコール飲料であり、嗜好品でもある日本酒であるが、酒造りに不可欠である水や米の確保や流通、消費に至る経緯で発生する人と人の縁（酒縁）、またそれらの物語性を通じた要素は、日本酒の選択や個々の嗜好性に寄与するものであると考えられよう。

今後の課題としては、本研究では着手しなかった、他地域における日本酒醸造業の動向比較・検討することで日本酒醸造業の多様な可能性について明らかにし、それらがもたらす文化的・経済的な波及効果を評価する必要がある。

6. 引用文献

- あいづふるさと市町村圏協議会、『会津酒蔵図鑑』、2016。
- 石原信一、『会津地酒紀行』、歴史春秋出版、2004。
- 株式会社エフライフ、「大七酒造」(応援感謝号)、『fukunomo』2016. 3、2016。
- 株式会社エフライフ、「末廣酒造」、『fukunomo』2016. 7、2016。
- 株式会社エフライフ、「高橋庄作酒造店」、『fukunomo』2018. 6、2018。
- 株式会社日本政策投資銀行地域企画部、『清酒業界の現状と成長戦略－「國酒」の未来－』、株式会社日本政策投資銀行、2013、9-12 頁。
- 熊坂敏彦、「「循環型地場産業」形成を促す観光振興の役割と可能性－地場産業産地の「観光まちづくり」による「地域活性化」事例を中心に－」、『現代ビジネス研究所紀要』2019、4。
- 須藤鉄也、「日本酒の消費量減少の規定要因分析に基づく販売戦略の考察」(菊池壯藏教授退職記念号)、『商学論集』、2017、85(4)、87-105 頁。
- 高橋庄作酒造店 (撮影 押山智良)、『土産土法の酒造り』、2011。
- 高橋庄作酒造店、『穰 chronicle 会津娘』、2018。
- 田代 亨、「地域中小企業と地域内資本循環」、『経済地理学年報』、2002、48(1)、60-70 頁。
- 波積真理、「一次産品におけるブランド理論の本質-成立過程の理論的検討と実証的考察」白桃書房、2002。
- 林丈雄, 中島正裕, 大里耕司, 千賀裕太郎、「地方都市部の地場産業と中山間地域の農業による農商工連携」『農村計画学会誌』、2012、31、219-224 頁。
- Yarrow, P. “Here’s Looking at You”: Re-imagining Saké Locally and Globally. *Sophia*. 2009.

7. 英文アブストラクト

The Connection with Sake Brewing and Consumptions based on “Shu-en” (Sake world) in the Aizu Region

HAYASHI Koji, OTA Kazuhiko, SHIMADA Nahoko
(Research Institute for Humanity and Nature)

Sake production has had many challenges against the decline in demand since the peak of the 1970s. Recently, small and medium-sized sake breweries have been working to expand demand as a new brand by linking sake to the local food culture, local industry and so on.

At Takahashi Shosaku Sake Brewery in the Aizu area of Fukushima Prefecture, they have been working on quality improvement, and the uniqueness is accepted after

the policy change of sake brewing since 1985.

It can be pointed out that the background is the support and “Shu-en (their Sake world)” of local Sake stores, farmers of raw material rice, nearby Sake Brewery professionals and technical support centers.

In addition, the narrative of "Shu-en" as an element linking sake brewing. Sake stores and consumers inside and outside the area will contribute to the understanding of local culture and preference for Sake.