

宮崎県域における飲酒嗜好にみる地域性

時 吉 修*・中 村 周 作**

I. はじめに

1. 研究の目的

飲食物は、人類が生きていく上で欠かせない重要なものである。これに関する地理学における既存研究をみると、食材と調理法を分析指標として日本各地にみられる郷土料理の展開を論じた木村¹⁾や、北関東の郷土料理‘シモツカレ’の分布展開を究明した朝倉²⁾、日本全域における食文化の地域性とその変化を多変量解析によって明らかにした山下³⁾、食文化の持つ多様な側面から文化地理学的アプローチを行った徳久⁴⁾らの成果をあげることができる。

食に関しては、以上のような特徴的な研究がみられるのに対して、‘飲’研究、特に酒類に関しては、世界各地に根付いた主要な酒文化を概観した水津⁵⁾、ワインの消費に関する多田⁶⁾、ビール消費に関する日野⁷⁾など断片的な研究がみられるのみである。一方で、酒類製造に関連する地理学の既存研究には多様な蓄積がみられる。たとえば、酒造業の生産構造とその展開過程に関する甲府盆地におけるワイン製造業研究⁸⁾、関東地方の清酒業に関する青木の一連の研究⁹⁾、宮崎県他の焼

酎産業に関する研究¹⁰⁾などがある。また、酒造労働力に関しては、日本各地の出稼ぎ杜氏の動向・実態を明らかにした松田の成果¹¹⁾が得られた。この他、酒類の流通に関して、情報ネットワーク化に基づく近年のビール流通体制の変化を究明した箸本¹²⁾がある。

このように既存研究をみると、酒類嗜好の地域的差異に関する検討が、十分になされていないことが理解される。この点について、宮崎県域に関しては、県域を二分して北が雑穀焼酎圏、南がイモ焼酎圏とする小川らの研究¹³⁾がみられるのみである。

飲酒嗜好に関する研究が少ない理由としては、酒類流通が高度に発達した今日では、日本にあっても世界中の主だった酒類を購入、嗜好することが可能になったこと、個人の趣味に基づき、一般に変動性の大きいと考えられる飲酒嗜好を地域性として捉えることの難しさ、さらに、具体的なデータを得るための調査の難しさなどがある。このような状況ゆえに、逆に飲酒嗜好に関する具体例を示しうるならば、その研究意義は大きいといえよう。

以上のことから、本稿では、飲酒嗜好にみられる地域性の解明とその形成過程について考察することを目的とする。

2. 研究の方法

本稿では、具体的な研究対象地域として、沖縄県・鹿児島県・熊本県南部とともに、泡

* 宮崎市役所

** 宮崎大学教育文化学部

盛やイモ・コメ焼酎に代表される乙類焼酎消費卓越地域に含まれるものの、多様な歴史的・文化的背景のもとに、独自の飲酒嗜好がみとめられる宮崎県域を設定する。当地区の飲酒嗜好の総体的特色を描き出すために、まず、わが国全域における飲酒嗜好の地域的特色を国税庁の都道府県別酒類消費データをもとに明らかにする。

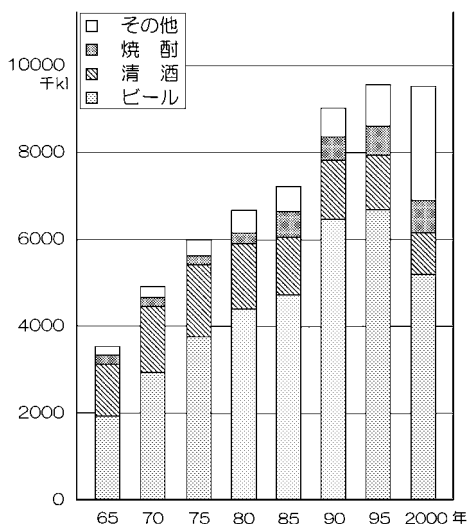
次に、宮崎県域における飲酒嗜好地域の展開を解明する具体的な方法として、NTT『タウンページ』掲載の県内 44 市町村の酒類小売店舗 1,181 のうちから、市町村人口の割合に基づいて割り振って得られた無作為抽出の 95 の酒類小売店に対してアンケート、および聴取り調査を実施し、廃業 4 店舗を除く 91 の有効回答を得ることができた¹⁴⁾。

アンケートの主な項目は、乙類焼酎、清酒、甲類焼酎の 3 酒類の販売量の割合、酒類ごとの売れ筋銘柄とその割合などであり、小売店に対する聴取り調査によって、当該地域における酒類消費の状況、特定の銘柄が地域住民に支持されている理由などに関する情報を得ることができた。

II. わが国における飲酒嗜好の地域的展開

1. 酒類消費の動向

わが国における酒類消費量の推移をみると(第 1 図)、総量としては 1990 年代半ばまで順調に増加してきたことがわかる¹⁵⁾。この背景として、所得の増加によって飲食費にゆとりが生じてきたこと、かつて、「ハレ」を中心に展開してきた飲酒機会の「ケ(日常)」化の進行、食生活の欧米化、マスコミによる



第 1 図 わが国における酒類消費数量の推移
(資料：国税庁『酒のしおり』、2002 他による)

飲酒に関する宣伝効果、女性による飲酒量の増加などがあるといえよう。しかしながら、1990 年代半ば以降は、酒類市場が飽和状態になり、消費量は横ばいとなっている。

品目別にみると、最も消費量の多いビールは、年々消費量を伸ばしてきたが、90 年代半ば以降減少に転じ、全酒類消費量に占める割合が、1994 年の 73.2%から 2002 年には 41.1%となった。これは、味覚的にビールに近く、より安価な発泡酒にそのシェアを奪われたためであり、発泡酒を加えた消費割合で見ると、69.8%と微減に止まっている。

「清酒離れ」が叫ばれて久しい。その消費量の割合も、1981 年の 22.2%から 2002 年に 8.8%と大幅に減少している。清酒メーカーでは 1970 年代前半に、大量生産を目的とした中小メーカーからの「桶買い」が進み、集められた酒の調合、風味の統一、総甘口化と称される現象が生じた。その反省から、1980 年以降は、バイオテクノロジー技術を駆使す

るなどして、消費嗜好の多様化に対応する特徴的な新商品の開発に努めている¹⁶⁾。

焼酎は、もともと特定地域酒であり、低級酒のイメージもあって消費量が少なかったが、戦後、数度にわたる「焼酎ブーム」に乗って、その消費も全国展開をみせるようになった。「焼酎ブーム」の第1期は、1970年代前半の「さつま白波」（「薩摩酒造」）が福岡市場に展開した「白波ブーム」であり、第2期が70年代後半に中央進出した「雲海酒造」などの「ソバ焼酎ブーム」、さらに第3期が80年以降の大分産「ムギ焼酎ブーム」であった¹⁷⁾。この第3期と期を同じくして「チューハイブーム」も起きている。さらに現在は、第4期焼酎ブームといえる消費拡大期にあり、産地では原料不足が深刻化するほどの状況にある¹⁸⁾。ちなみに、全酒類消費量に占める焼酎の割合は、1981年の3.6%から2002年には8.3%と清酒と並ぶまでになった。焼酎には、酒税法上甲類と乙類の別があるが¹⁹⁾、チューハイなどの甲類だけでなく、乙類消費量も近年増加し、甲類消費量にせまりつつある。

以上のように、近年の酒類消費動向は、消費嗜好の多様化、女性の消費拡大に伴う消費構造の変容、それと関連する低アルコール酒類指向、および景気動向とも関連する低価格酒類指向の進行を指摘することができる。

2. 酒類別にみた飲酒嗜好の地域的展開

酒類消費は、品目による嗜好の地域的差異がみとめられる。そこで本節では、品目ごとの飲酒嗜好の展開について述べる（第2図）。

(a) ビール・発泡酒

ビール・発泡酒は、最も消費量の多い酒類である。これに関する既存研究として、日野は、東京、大阪を始めとする大都市圏が消費

中心であると述べている²⁰⁾。確かに飲酒機会が多く、他からの通勤・出張者、観光客などによる飲酒量も加わる都市部で、ビール消費絶対量が多いのは当然である。しかしながら、より好まれる酒類を析出する観点からは、絶対量よりも消費割合でみる方が適切である。分析の結果、2002年時点での全酒類消費量に占めるビール・発泡酒の割合を都道府県別にみると、最高が高知県の75.4%、次いで大阪府の75.0%、以下順に愛知、京都、愛媛、福井、香川、徳島、熊本、広島、山口の11府県が72%を越えており、北陸・東海以西の西日本に明確な消費中心がみとめられた²¹⁾。

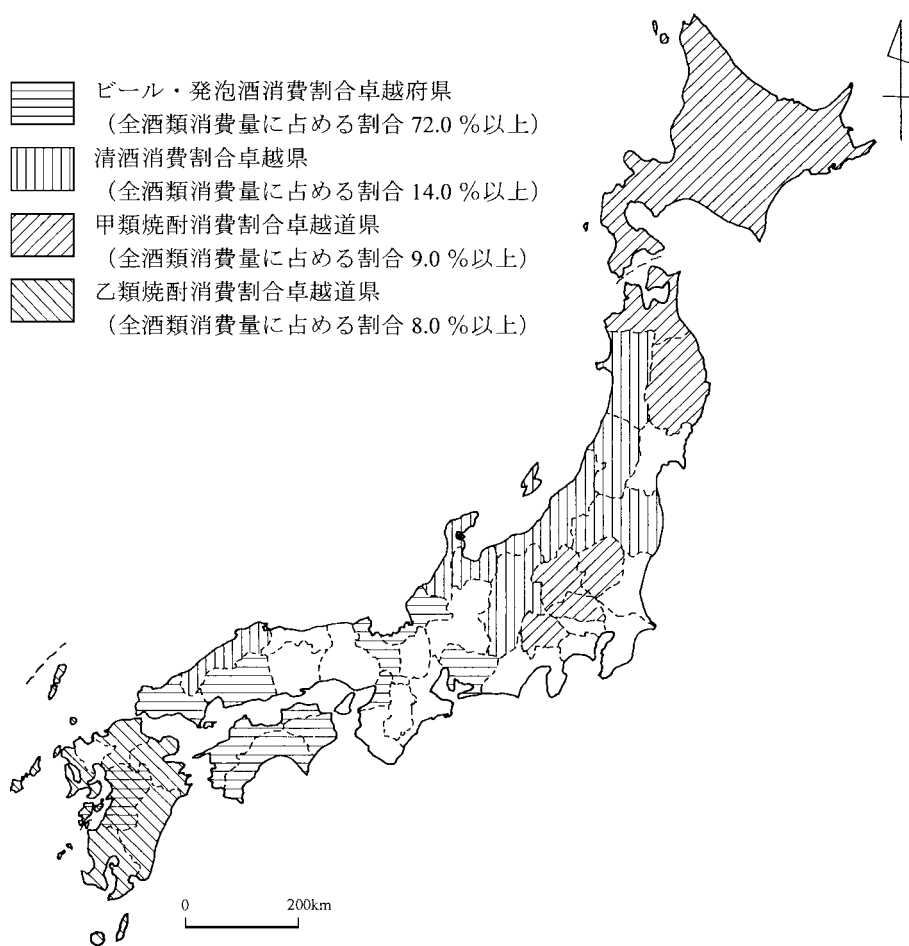
全国小売酒販組合によると²²⁾、当該地域がビール・発泡酒消費の中心となっている背景として、「都市部を中心に多種類の酒類を楽しむ飲酒文化が展開し、中でもビールが最も愛飲されている。」「ビールは、自動販売機で購入される割合が最も大きい酒類であり、自動販売機台数の多いこの地域で消費量が大きい²³⁾。」との意見があった。

なお、ビール・発泡酒消費量の多い西日本の中でも宮崎県(66.0%)は、鹿児島県(65.5%)と並んでその消費量が格段に少ない。

(b) 清酒

2002年時点での全酒類消費量に占める清酒消費量の割合を都道府県別にみると、最高が新潟県の19.2%、次いで秋田県の15.4%、以下順に富山、石川、島根、福島、長野、山形の8県が14%を越えており、日本海側およびその周辺諸県に消費中心がみとめられる。

秋田・新潟両県酒造組合によると²⁴⁾、日本海側諸県は、気候的に冬季寒冷、かつ豪雪地でもある。寒冷な気候は、酒仕込みの好適な条件となり、豊富な融雪水は、ミネラル分の



第2図 酒類別消費割合卓越地域の分布 (2002年)
 (資料：国税庁『酒のしおり』、<http://www.nta.go.jp/category/sake/10/siori/h16/siori.htm>)

少ない軟水を供給する。水中のミネラル分は、発酵時に酵母菌のはたらきを促すが、これの少ない軟水では発酵が緩やかに進み、まるやかできめ細かい酒ができる。古来酒造りが盛んなこの地区には、秋田「山内杜氏」や新潟「越後杜氏」、石川「能登杜氏」、島根「出雲杜氏」らによって優れた酒造技術の伝承と研鑽が継続されてきた²⁵⁾。このように良質な地酒の存在が、この地域における清酒消費量の卓越する理由となっている。

なお、南九州は、清酒消費量が最も少ない

地方であるが、鹿児島県 (1.4%) に比べると宮崎県 (2.7%) の方が多く飲まれている。

(c) 甲類焼酎

甲類焼酎の生産は、1895年にイギリスから連続蒸留機が輸入され、1910年に新式焼酎として発売されたことに始まる。甲類焼酎は、穀類などを原料にしたモロミを連続蒸留することにより、96%程度の純粋アルコールにし、これに割り水を加えて造られる²⁶⁾。

2002年時点での全酒類消費量に占める甲類

焼酎消費量の割合を都道府県別にみると、最高が群馬県の11.6%、次いで北海道の10.4%、以下順に青森、岩手、山梨、栃木、埼玉の7道県が9%を越えており、東日本、特に北海道・北東北と北関東の2地域に明確な消費中心がみとめられる。

日本蒸留酒酒造組合北海道・東北支部によると²⁷⁾、当地方は、農・漁業やかつての炭鉱業など肉体的に厳しい産業が盛んであり、労働者は、安価で二日酔いが少なく仕事に響かないという点で甲類焼酎を好む傾向があった。また、この地域は、冬季特に寒冷となり、暖をとる意味でも速効性のある高アルコール酒が必要とされたこと、低アルコール酒では、冬季に凍結するなどの理由により甲類焼酎が好まれるとのことであった。

なお、九州では大分県の消費割合が5.3%と極端に多く、宮崎県は1.6%と少ない。

(d) 乙類焼酎

2002年時点での全酒類消費量に占める乙類焼酎消費量の割合を都道府県別にみると、最高が鹿児島県の26.7%、次いで宮崎県の23.8%、以下順に熊本、大分、福岡、長崎各県が8%を越えており、九州、とりわけ南九州地方が消費中心となっていることが明白である。

乙類焼酎は、生産・消費の現状から南九州地方、および沖縄県を含む地域の地酒といえる。当地方で乙類焼酎の消費量が卓越する理由は、その地理的環境とともに、15世紀後半に伝えられたとされる蒸留酒製造技術にかかわる歴史的経緯が関係している。

小川らによると²⁸⁾、タイのラオロン酒の系譜を引くとされる沖縄の泡盛は、タイからの輸入砕米を黒麹カビを使って糖化した後、酵

素によるアルコール発酵の生成物であるモロミにし、これを単式蒸留機にかけて造られる。これに対し、南九州地方の焼酎は、当初、コメを原料としていたとされるが、17世紀以降サツマイモの栽培が始まり、これを主原料とするようになった。また、明治末まで清酒醸造と同じ黄麹カビが使われていたが、腐敗しやすく、沖縄からクエン酸を派生させて雑菌の繁殖を防ぐ黒麹カビが導入された。さらに、昭和20年代からその突然変異種である白麹カビの利用が広く一般化した。

なお、イモ焼酎消費が大半を占める鹿児島県と違って、宮崎県域では、イモの生産が少ない北部山間地帯を中心に、コメ焼酎や雑穀焼酎がみとめられる。また、熊本県南部の人吉地方で生産・消費される球磨焼酎(コメ焼酎)は、昭和40年代に減圧蒸留法を用いてマイルドな風味を創出するなどの技術革新を経て独自のシェアを保っている²⁹⁾。

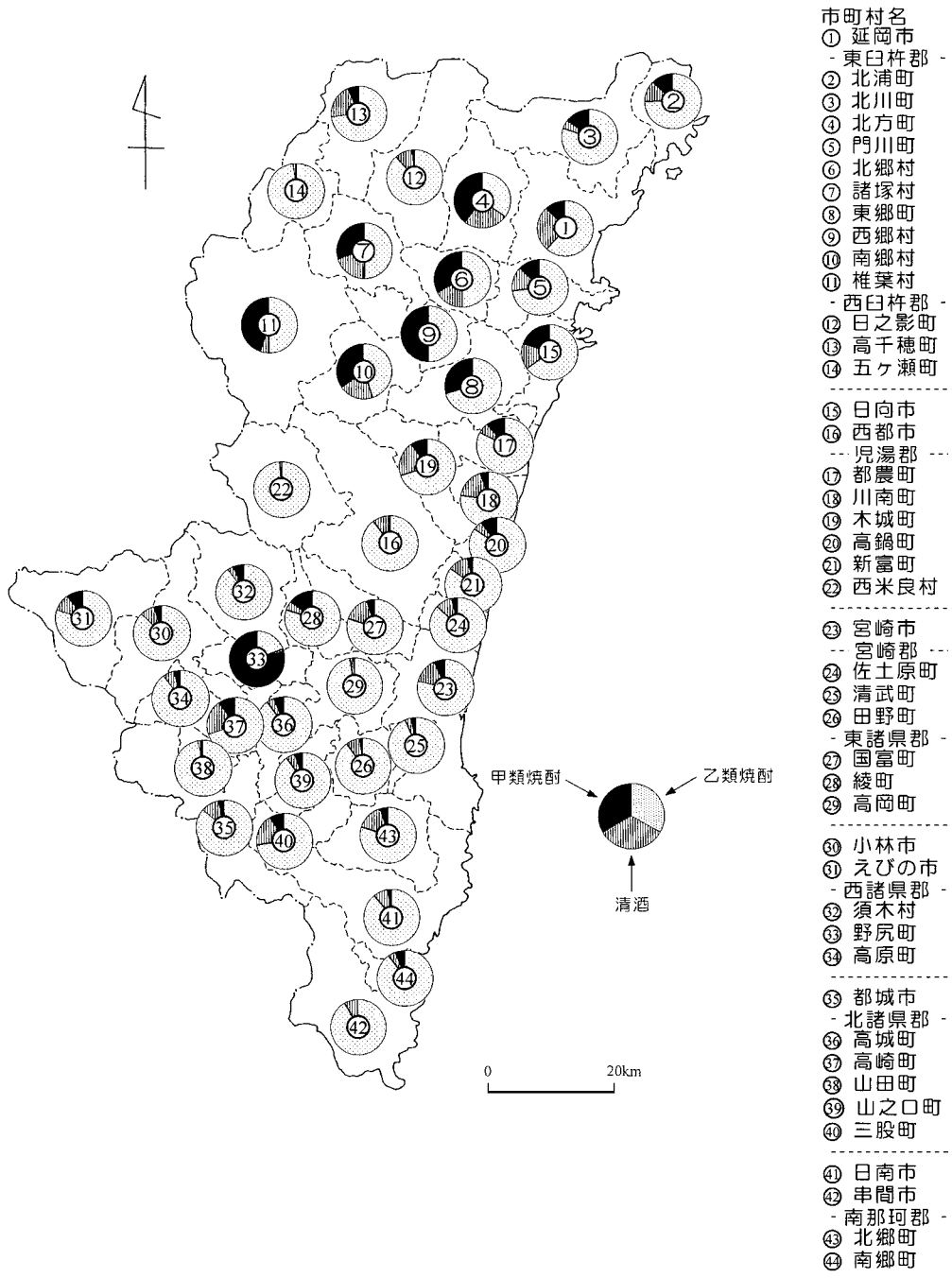
III. 宮崎県域における飲酒嗜好の地域的展開

本章では、宮崎県で嗜好される主要な酒類のうち、地域的特性の見出しにくいビール・発泡酒を除く、乙類焼酎、清酒、甲類焼酎の飲酒嗜好の展開について市町村レベルで明らかにする。

1. 乙類焼酎

(a) 飲酒嗜好の展開

第3図は、宮崎県各市町村の調査店舗にみる乙類焼酎、清酒、甲類焼酎の3酒類売上量の割合を示したものである。これによると、県内全域的に乙類焼酎の消費割合が大きいことがわかる。この3酒類の中で乙類焼酎の割合



第3図 宮崎県の市町村別にみた主要酒類の消費割合
(資料：酒販店に対するアンケート調査)

をみると、全市町村平均で76.9%となる。そのうち、西米良村(99%)や五ヶ瀬町(98%)などのように、乙類焼酎が90%を越える市町村が13、80%以上では全市町村の約6割に当たる26市町村に上っている。分布上の偏りは小さいが、極端に少ない地域として、県西の野尻町(19%)、県北の北方町(35%)や南郷村(45%)などがある。

(b) 主要銘柄

宮崎県の焼酎最大手メーカーが、都城市に本拠を置く「霧島酒造」である。その代表銘柄である「霧島」が、乙類焼酎の銘柄別消費割合において、44市町村平均で62.7%を占めており、広く愛飲されていることがわかる。しかしながら、地元メーカーの製品が優先的に愛飲されている地域もある。たとえば、「雲海酒造」の「日向木挽」は、44市町村平均のシェアは9.7%に過ぎないが、本社と工場のある五ヶ瀬町(消費割合の90%)と綾町(同70%)では圧倒的なシェアを誇っている。同様に「松の露」が日南市(同76%)と北郷町(同75%)、「飢肥杉」が南郷町(同90%)、「松露」が串間市(同50%)、「明月」がえびの市(同78%)、「くろうま」が高千穂町(同57%)など地元において大きなシェアを有している。なお、熊本県境に位置する西米良村では、球磨焼酎「白岳」が持ち込まれ、乙類焼酎消費量の90%を占めている。

(c) 乙類焼酎の属性

現在、乙類焼酎は、ほぼ県全域でサツマイモを主原料とするいわゆるイモ焼酎が圧倒的生産・消費量を占めている。特に県南地方は、サツマイモの主産地の一つであり、地元原料を使ったイモ焼酎が造られてきた。例外的に西米良村では、コメを原料とする球磨焼酎が、

県北山間部では、ムギヤソバ、トウモロコシなどの雑穀焼酎が愛飲されている。

南九州の乙類焼酎消費卓越地域を形成する鹿児島県と熊本県では、度数25度の製品が生産、消費ともに大半を占めるのに対して、宮崎県では20度のものが圧倒的なシェアを占めている³⁰⁾。例外的に県境沿いのえびの市、串間市、高千穂町、西米良村では、隣県の影響もあって25度焼酎の消費量が多い。

2. 清酒

(a) 飲酒嗜好の展開

第3図から清酒の消費は、量的には少ないものの、ほぼ全域的な展開が理解される。乙類焼酎、清酒、甲類焼酎の3酒類の中で、清酒の消費割合は、全市町村平均で10.0%となる。地域的には、3酒類の消費量に占める割合が最も大きいのが延岡市(26%)、次いで北方町(25%)であり、この他、シェア20%を越えているのが高千穂町、諸塚村、南郷村の県北地方と県央の木城町、県西の高崎町である。逆に清酒消費量0となっている地域が、これも県北の東郷町と西郷村である。この2町村は、清酒嗜好地域に割って入るような地域展開をなす点が興味深い。

(b) 主要銘柄

宮崎県内で消費される清酒は、県内産では延岡市の「千徳」と雲海酒造の「綾錦」のみであり、中央メーカーの「月桂冠」や「松竹梅」が好まれる地域もある。このうち、「千徳」は、延岡市およびその周辺地域である日向市、門川町、北浦町、北川町などで愛飲され、「綾錦」は、五ヶ瀬町が消費中心となっている。一方、中央メーカーの清酒嗜好地域は、県央の西都市、佐土原町、川南町、県北の諸塚村、南郷村、椎葉村、県西の三股町、

高城町、高崎町の3地域に分かれている。

(c) 清酒の属性

県内産の清酒が県北地方を中心に愛飲されているのは、清酒メーカーの地元ということもある。「千徳」では、遠く丹波から杜氏を雇い入れて品質の向上を図っている³¹⁾。なお、県北地方では日常的に清酒が消費されるのに対し、中央メーカーの清酒が嗜好される県央・県西地方では、正月など「ハレ」時に清酒が集中的に消費される³²⁾。つまり、日常酒としての乙類焼酎と、御神酒としての清酒の使い分け（飲み分け）がなされる地域といえる。

3. 甲類焼酎

(a) 飲酒嗜好の展開

第3図をみると、甲類焼酎の消費割合が大きい地域には若干の偏りがみとめられる。3酒類の中で甲類焼酎の占める割合は、全市町村平均で13.1%となる。地域的に3酒類の消費量に占める割合が最も大きいのは野尻町であり、消費量の80%までが甲類焼酎という特殊な状況にある。これに次ぐのが西郷村（50%）、椎葉村（45%）、北方町（40%）などの県北地方となっている。逆に甲類焼酎の消費が0となっているのが、串間市、西都市、五ヶ瀬町、西米良村の4市町村であり、いずれも乙類焼酎の消費が卓越する地域である。

(b) 主要銘柄

宮崎県内で消費される甲類焼酎は、「寶星」、
「寶」、「巴」、「千石」の4銘柄である。そのうち、最も広く愛飲されているのが「寶星」であり、甲類焼酎消費量の多い野尻町を始めとする県西地方の他、消費中心である県北地方でも、北方町や北郷村など合計16市町村で消費されている。これに対し、「寶」や「千石」

は、高鍋町、都農町、木城町などの県央沿岸に消費中心がみとめられる。また、「巴」は、北浦町、南郷村などの県北地域での消費が多くなっている。

(c) 甲類焼酎の属性

宮崎県で消費される甲類焼酎も、乙類焼酎と同様に消費の大半が度数20度である。甲類焼酎は、乙類焼酎に比べて消費地域が限定されているだけでなく、消費者の高齢化、減少が著しく進んでおり、それに伴う消費量の減少が顕著となっている。

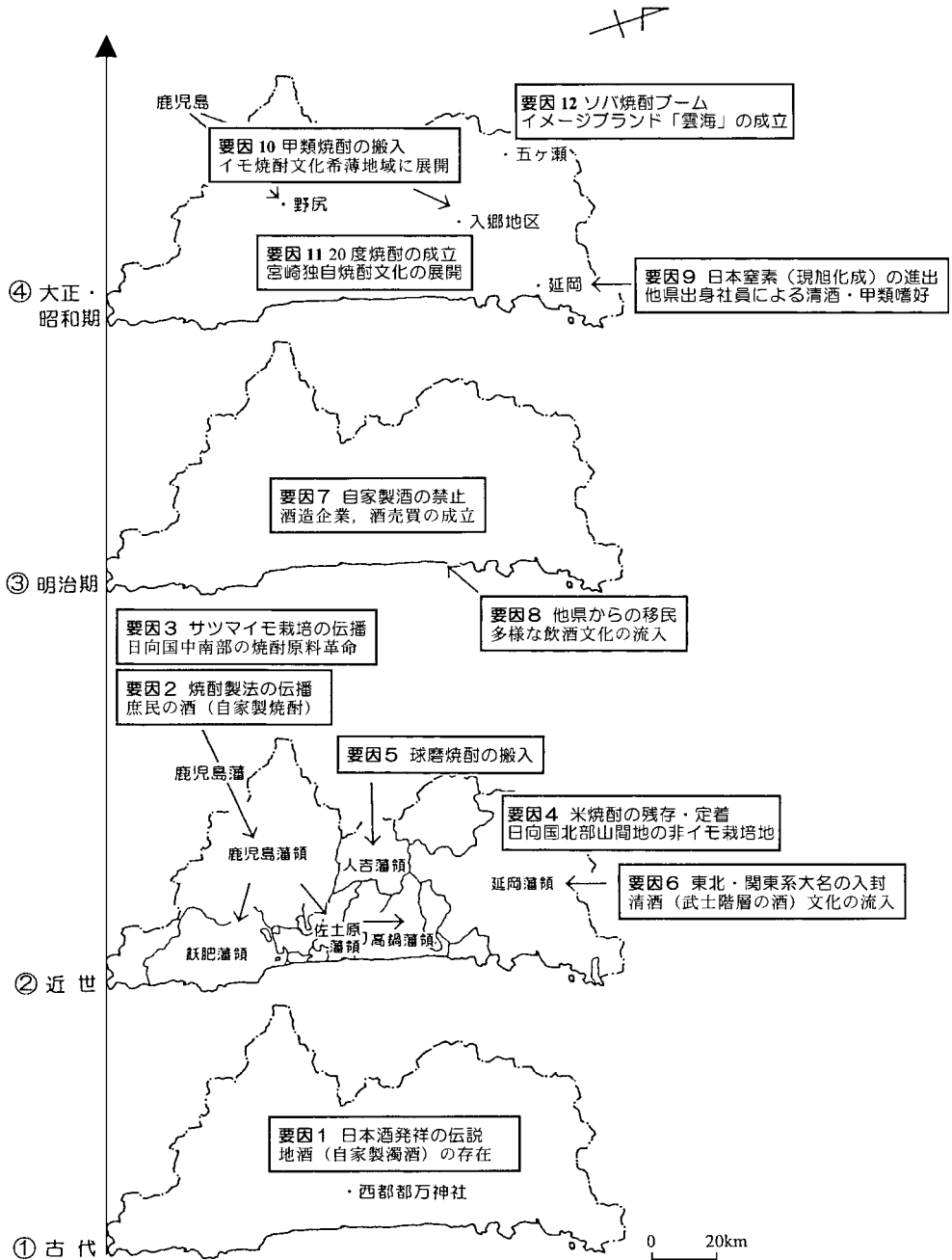
IV. 宮崎県域における飲酒嗜好地域の形成に関する考察

1. 飲酒嗜好地域の形成過程

飲酒嗜好地域の形成過程を示した第4図をもとに論を進める。

現西都市にある都万神社境内には、「日本酒発祥の地」の碑があり、古来、日向の地には自家製濁酒の飲酒嗜好があった³³⁾（飲酒嗜好地域形成要因1；第4図①）。

近世になると、乙類焼酎が日向国にも伝えられる（形成要因2）。先述のように、琉球の泡盛が16世紀初頭薩摩に伝えられ、コメ焼酎が造られ始めた。17世紀初頭にはサツマイモが伝えられ、これを原料とするイモ焼酎が生み出される（形成要因3）。当時日向国は、複雑な藩領関係が錯綜し、文化的にも藩領関係に基づく複雑な展開がみられた。その中で17世紀中頃には、鹿児島藩領であった都城や佐土原島津藩領にいち早くイモ焼酎の製法が伝えられ、さらに、伊東飴肥藩領や秋月高鍋藩領へと伝えられて、自家製イモ焼酎が日向国中南部の地酒として飲酒嗜好地域を形成する



第4図 宮崎県域における飲酒嗜好地域の形成過程

注) 近世の各藩領域は、坂上康俊・長津宗重・福島金治・大賀郁夫・西川 誠『宮崎県の歴史』、山川出版社、1999、236頁による。

に至った³⁴⁾。これに対し、山間地の多い日向国北部では、耕地の狭さもあってサツマイモ栽培が定着せず、伝統的にコメ焼酎が生産、愛飲されてきた³⁵⁾（形成要因4）。

熊本県境に位置する西米良村は、西都市東米良地区とともに、近世には相良人吉藩に属し、経済上でも人吉地区との結び付きが強く、早期から球磨焼酎が搬入されてきたと考えられる（形成要因5）。経済的な結び付きは今日でも続いており、焼酎も球磨焼酎の代表的銘柄の一つである「白岳」（多良木町、25度コメ焼酎）が愛飲されている。

宮崎県内で、清酒が日常的に消費されるのは主に県北地方であった。当地方で清酒が好まれるのは、生産工場の立地以外に、特に歴史的要因が大きい³⁶⁾。すなわち、近世延岡藩では、数度の藩主交代の後、1747年（延享4）に、幕末まで藩主を務めた内藤氏が陸奥国磐城平藩から入封している。入封に当たって、東北・関東出身者を多勢引き連れてきたとされ、彼ら武士階層の酒として清酒が嗜好されてきた（形成要因6；第4図②）。

なお、県北地方以外でも、宮崎県のほぼ全域に清酒消費嗜好の展開がみとめられた。これについて、明治初期（9～17年）に書かれ

た『日向地誌』によると³⁷⁾、当時、宮崎県内352村のうち、県北を中心に79村で清酒が製造され、石高も17,603石と、当時の焼酎生産の6.4倍の生産を誇っていた（第1表）。ただ、当時は、自家製焼酎が認められており、表に出ない莫大な焼酎生産量あったと推測されるので、単純な数量比較はできないが、少なくとも当時、地酒的な清酒が県内各地で製造・消費されていたことは事実である。

明治中頃には、酒税取り立てを目的に自家製清酒製造禁止（1886年）や自家製焼酎製造禁止（1899年）が実施された。これにより、酒造企業の成立と酒売買が開始されることになり、その結果、県内の乙類焼酎や中央メーカーの清酒との競争に敗れて、県内産清酒製造は壊滅的状況となる（形成要因7）。

明治期には農業開拓や商売を目的に県外からの移民があり、彼らが多様な飲酒嗜好を持ち込んだことが推測される（形成要因8；第4図③）。

1923年には、「日本窒素（現旭化成）」が延岡に進出し、以後、延岡市は、企業城下町として発展する。「旭化成」には、自社系列の清酒（灘地方産「富久娘」）があり、社員も関東地方など県外出身者が多い。彼らの影響で、

第1表 明治初期（9～17年頃）の宮崎県における郡別酒類製造村数と生産量

郡名	村数	清酒製造村数	焼酎製造村数	清酒生産量	焼酎生産量
白杵郡	76	38	23	11,563.0	527.5
児湯郡	52	12	10	2,330.0	214.0
宮崎郡	31	4	5	590.0	165.0
那珂郡	74	12	11	1,880.0	721.0
諸県郡	119	13	25	1,240.0	1,102.0
合計	352	79	74	17,603.0	2,729.5

注）清酒、および焼酎生産量の単位は石。

（資料：平部嶺南『日向地誌（復刻版）』、新潮社、1976、1～1550頁）

延岡周辺地域にまで清酒飲酒嗜好が広められたと考えられる³⁸⁾(形成要因 9)。一方で、「ハレ」の御神酒として、特に中央メーカーの清酒嗜好が、県内各地に残っている。

大正期に消費が始まる甲類焼酎には、県西、県央、県北の3地方に消費中心がみとめられた。野尻町を中心とする県西地方で愛飲されている甲類焼酎は、鹿児島県の「本坊酒造」製の「寶星」である。県西地方と「本坊酒造」との関わりをみると、小林市に分工場が立地している。小林工場では「寶星」は製造されないが、加世田津貫工場の製品が搬入され、流通してきた。ただし、小林は、乙類焼酎嗜好地域に属しており、隣接する野尻町に販路を見出して集中出荷することで、当地区に甲類焼酎飲酒嗜好地域が形成された³⁹⁾。

県北地方で甲類焼酎と清酒の嗜好地域が重合する要因として、先述のように、大正期に進出してきた「日本窒素(現旭化成)」の社員に、関東方面出身者が多かったことがある。当地方で愛飲される甲類焼酎は、「寶星」と京都市伏見区、「宝酒造」製の「巴」である。「巴」は、もともと「中央酒類(株)鹿児島工場」で生産され、地元卸問屋「新小松屋」を通じて当地方に流通していた。1952年には、中央酒類が宝酒造に合併されたが、「巴」ブランドは京都工場が生産が継続され、引き続き県北地方に搬入されて、甲類焼酎飲酒嗜好地域が維持されてきた。

県央で愛飲される甲類焼酎は、宝酒造製の「寶」である。1952年に高鍋町の国営アルコール工場が宝酒造に移管された。当工場では、甲類焼酎の原酒が生産され、千葉、京都、三重工場で製品化されているが、同工場の立地に起因して地元で根強い甲類焼酎飲酒嗜好地

域が形成されてきた⁴⁰⁾(形成要因 10)。

鹿児島県や熊本県産の乙類焼酎の大半が度数 25 度であるのに対し、宮崎県産の大半は、20 度となっている。20 度焼酎が生まれたのは、太平洋戦争直後の混乱期であった。当時、密造焼酎の横行に対し、政府は特別措置法によって、これの取り締まりを図った。酒類は全て度数に応じた課税方式を採っているが、税率を下げた 20 度焼酎を許可することで、密造焼酎の生産拠点であった宮崎県において、合法的に安価な焼酎の生産を認めることになった⁴¹⁾(形成要因 11)。

五ヶ瀬地区では、1973 年にソバ焼酎「雲海」が開発・販売され、福岡市場、さらに中央市場で爆発的な売れ行きをみせた。そしてこれが、全国的な「ソバ焼酎ブーム」を牽引するとともに⁴²⁾、当地区でかつて好まれたコメ焼酎に代わる雑穀焼酎のイメージブランドとなった(形成要因 12; 第 4 図④)。

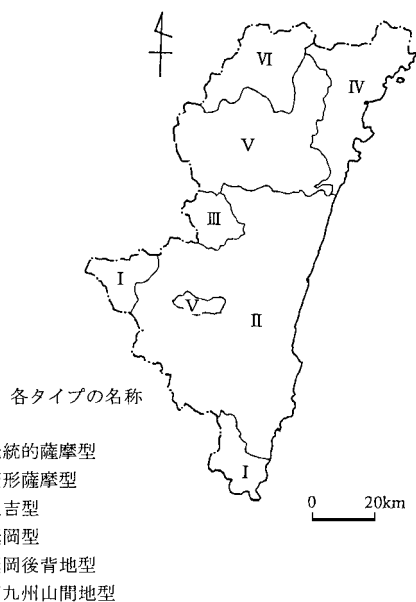
2. 飲酒嗜好地域の設定

前節では、宮崎県域における飲酒嗜好地域の形成過程について 12 の形成要因をあげて説明した。その結果を受けて、本節では、今日、宮崎県域にみとめられる飲酒嗜好地域の設定を試みる(第 5 図)。

①鹿児島県境に近い串間、えびの両市は、25 度イモ焼酎が愛飲される「伝統的薩摩型」飲酒嗜好地域(第 5 図中の I)といえよう。

②都城市から宮崎市、さらに県央にかけての地域は、大小のイモ焼酎企業が乱立している。その点で「薩摩型」であるが、戦後、20 度焼酎が市場を席卷するという独自の道を歩んだ。したがってここは、「変形薩摩型」飲酒嗜好地域(同 II)といえよう。

③西米良村は、歴史・経済的関係が深い人



第5図 宮崎県域における飲酒嗜好地域の展開

吉地区から球磨焼酎（25度コメ焼酎）が持ち込まれ、愛飲されてきた。したがってここは、「人吉型」飲酒嗜好地域（同Ⅲ）である。

④延岡を中心とする県北東部地区は、乙類焼酎の伝播が遅れたこともあって、そのシェアが小さい。東北・関東方面からの移入者が多いという土地柄から、伝統的に清酒、甲類焼酎が好まれてきた地域といえる。これを「延岡型」飲酒嗜好地域（同Ⅳ）とする。

⑤県北南部山間地は、旧延岡藩領ということでⅣに似るが、清酒よりも甲類焼酎が好まれる。県西の野尻町も甲類焼酎嗜好地域ということで類似した性格を持つ。これを「延岡後背地型」飲酒嗜好地域（同Ⅴ）と名付ける。

⑥県北西部、高千穂・五ヶ瀬・日之影地区は、山間地が広がり、かつてはコメ、現在はムギ、ソバ、トウモロコシなどを原料とする焼酎が愛飲されてきた。清酒、甲類焼酎の消費量が少ない点で、旧延岡藩領の中でも際

立っている。当地区を「南九州山間地型」飲酒嗜好地域（同Ⅵ）と名付ける。

V. 結び

本稿の目的は、宮崎県域における飲酒嗜好にみられる地域性を明らかにし、その形成過程について考察することであった。分析の結果を要約すると、以下のようになる。

1. わが国の酒類消費量は、1990年代半ばまで増加してきたが、以後横ばいとなっている。近年の消費動向は、消費の多様化、低アルコールと低価格酒類指向が進行している。

2. 酒類別に消費中心をみると、ビール・発泡酒は北陸、東海以西、清酒は日本海側およびその周辺諸県、甲類焼酎は北海道・北東北と北関東、乙類焼酎は南九州となっている。

3. 宮崎県内各市町村では、乙類焼酎はほぼ全県域で愛飲され、大手メーカーの他、小規模メーカーも地元シェアを有している。

4. 清酒の消費中心は、地元酒が愛飲される延岡など県北東部地方と中央メーカー製が好まれる県央・県西地方である。ただし、消費の時季的傾向として、前者が「ケ」、後者が「ハレ」のみという明確な違いがみられた。

5. 甲類焼酎が好まれるのは、県西の野尻町と県央・県北地方である。県西・県北地方には、鹿児島県で製造された甲類焼酎の流通ルートがあり、県央では、関連工場の存在が地域的嗜好の背景となっていた。

6. 当県の飲酒嗜好地域は、①伝統的薩摩型：串間・えびの地区、②変形薩摩型：県央以南、③人吉型：西米良村、④延岡型：県北東部地区、⑤延岡後背地型：県北南部地区、⑥南九州山間地型：西臼杵郡に分かれていた。

本研究では、調査上の制約から市町村域を

最小単位として飲酒嗜好地域の把握を試みた。行政域をもって文化的領域の実質地域たりえるかという点については、十分な検証結果を得ていない。今後、より実質的な飲酒嗜好地域の析出を図りたい。また、飲酒嗜好地域については、隣接する熊本県や大分県でも特徴的な展開がみとめられる。九州地方、さらにわが国全域へと研究対象地域を広げ、内容の深化を図ることも今後の課題としたい。

〔付記〕本研究は、時吉が2001年度に宮崎大学教育学部に提出した卒業論文を中村が全面的に加筆修正したものである。本稿の作成に当たり、ご指導を賜った宮崎大学横山淳一先生、大平明夫先生、多くのご教示をいただいた南九州大学小川喜八郎先生、宮崎県酒造組合連合会専務永山久春氏、アンケート、および聴取り調査にご協力いただいた酒類小売店の皆様に厚くお礼申し上げます。

注

- 1) 木村ムツ子「郷土料理の地理的分布」、地理学評論 47、1974、394～401頁。
 - 2) 朝倉隆太郎「郷土料理シモツカレの地理的分布」、宇都宮大学教育学部紀要 27、1977、77～87頁。
 - 3) 山下宗利「わが国における食文化の地域性とその変容」、佐賀大学教育学部研究論文集 39、1992、115～133頁。
 - 4) 徳久球雄編『食文化の地理学』、学文社、1995。
 - 5) 水津一郎「酒と文化圏」、地理 21、1976、19～28頁。
 - 6) 多田統一「統計にみる日本の果実酒類—ワインを中心として—」、地理 33、1988、22～28頁。
 - 7) 日野正輝「ビールの生産と流通」、地理 33、1988、46～55頁。
 - 8) ①菊地俊夫「甲府盆地におけるワインの生産形態と生産組織」、経済地理学年報 29、1983、88～105頁。②多田統一「ブドウ酒醸造業の勝沼」、地理 28、1983、78～84頁。
 - 9) ①青木隆浩「近世・近代における埼玉県清酒業の形成過程」、経済地理学年報 43、1997、36～50頁。②青木隆浩「近代における埼玉県清酒業者の立地選択と酒造技術」、地学雑誌 107、1998、659～673頁。③青木隆浩「戦時統制下の清酒業における生産統制と企業整備—埼玉
- 県、栃木県の事例を中心に—」、歴史地理学 41、1999、1～22頁。④青木隆浩「明治期における酒造組合の形成と組織の変容—埼玉県を中心として—」、人文地理 52、2000、425～446頁。
 - 10) ①坂元敏則「宮崎の焼酎」、大分県地理 14、1981、60～67頁。②八久保厚志「焼酎産地における若干の問題—焼酎産地の現状と宮崎県の場合—」、法政大学地理学集報 11、1982、27～38頁。③八久保厚志「球磨焼酎産地の形成と市場変化—近在型工業の成長と存立基盤変化—」、法政地理 24、1996、36～50頁。
 - 11) 松田松男『戦後日本における酒造出稼ぎの変貌』、古今書院、1999。
 - 12) 箸本健二「情報ネットワーク化とビール工業における生産・物流体制の変化—キリンビールを事例として—」、経済地理学年報 42、1996、1～19頁。
 - 13) 小川喜八郎・永山久春・守谷健吉『宮崎の食文化誌—照葉樹林と黒潮の恵み—』、鉱脈社、2000、146頁。
 - 14) 市町村別調査店舗数は、宮崎市 10、日向・日南市 6、延岡・都城市 5、西都・小林・串間・えびの市・佐土原・高千穂町 3、国富・高鍋・清武・川南・門川・三股・新富・都農町 2、他 25 町村各 1 の計 91 である。
 - 15) 統計は、国税庁「酒のしおり」、2004、<http://www.nta.go.jp/category/sake/10/siori/h16/siori.htm> による。なお、沖縄は、県の特殊事情により、酒類の移出入量、および販売量が把握されていない（沖縄国税事務所に対する聴取りによる）ので、分析対象から割愛した。
 - 16) 窪寺紘一『酒の民俗文化誌』、世界聖典刊行協会、1998、96～99頁による。
 - 17) 中野 元「人吉・球磨の焼酎」、山中 進・鈴木康夫編『肥後・熊本の地域研究』、大明堂、1992、157～170頁。
 - 18) 宮崎日日新聞 2004 年 4 月 1 日～13 日付け特集記事「みやざき焼酎進化論 時代が醸す」。
 - 19) 酒税法の規定によると、甲類焼酎は、アルコール含有物を連続式蒸留機で蒸留したもの（アルコール分 36 度未満）、乙類焼酎は、アルコール含有物を単式蒸留機などで蒸留したもの（アルコール分 45 度未満）とされる。前掲 15)。
 - 20) 前掲 7)。
 - 21) ビール消費について、栗山は、昭和 48～58 年にかけて、北陸以西の地域で急増したことを示している（栗山一秀「清酒市場の変化とこれからのマーケティング」、食の科学 213、1995、46～49頁。
 - 22) 調査は、2000 年にウェブページ、および電話による聴取り調査を実施した。
 - 23) 国税庁管轄区ごとの酒類自動販売機 1 台当た

- り人口を算出すると、大阪・名古屋・金沢・高松管内（2府15県）で551.1人/台であり、それ以外の地区（1都1道28県）の764.3人/台を大きく上回っている（酒類自動販売機は1996年、管内人口は1995年、前掲15）および国勢調査結果による。
- 24) ①秋田県酒造組合「秋田旨酒物語」、2002、<http://www.osake.or.jp/>。②新潟県酒造組合「新潟県酒造組合」、2003、<http://www.niigata-sake.or.jp/home.html>。
- 25) 前掲16)、109～111頁。
- 26) 日本蒸留酒酒造組合「甲類焼酎のすべて、焼酎SQUARE」、2003、<http://www.shochu.or.jp/top.html>。
- 27) 調査は、2000年にウェブページ、および電話による聴取り調査を実施した。
- 28) 小川喜八郎・外山信男『焼酎読本—南国飲酒文化の過去・現在・未来—』、鉾脈社、1983、34～49頁。
- 29) 前掲10) ③。
- 30) 南九州地方では、乙類焼酎は、お湯などで割って飲むことが多い。ただ、度数の低い宮崎県の焼酎は、生で飲む場合もあるなど、地域によって飲酒方法の違いもある。
- 31) 宮崎日日新聞1999年12月6日付け記事による。
- 32) 宮崎県酒造組合連合会専務永山久春氏に対する聴取りによる。
- 33) 前掲28)、14～20頁。
- 34) 宮崎県における乙類焼酎の歴史については、①前掲28)、50～68頁。②別府俊紘・末永和孝・杉尾良也『宮崎県の百年』、山川出版社、1992、115～118頁などによる。
- 35) 宮崎日日新聞2004年6月9日付け記事「風土が醸す—食文化の境界線—」による。
- 36) 前掲28)、53～55頁。
- 37) 平部崎南『日向地誌（復刻版）』、青潮社、1976、1～1550頁。
- 38) 宮崎県酒造組合連合会専務永山久春氏に対する聴取りによる。
- 39) 宮崎県酒造組合連合会専務永山久春氏、および本坊酒造（株）に対する聴取りによる。
- 40) 県北・県央地方の甲類焼酎嗜好については、宝酒造（株）に対する聴取りによる。
- 41) 小川喜八郎・永山久春『みやぎきの本格焼酎』、鉾脈社、1993、32～38頁。
- 42) 前掲10) ②、35頁。

Regional Distribution of Alcohol Preferences in Miyazaki Prefecture

TOKIYOSHI Shu* and NAKAMURA Shusaku**

Key words: alcohol preference, *sake* (*Seishu*), *korui shochu*, *otsurui shochu*, Miyazaki Prefecture

The aim of the present study is to analyze the distribution of alcohol preferences in Miyazaki Prefecture, and consider the processes through which these preferences have been formed. The results are summarized as follows.

The consumption of alcohol in Japan had increased until the mid-1990s, after which it has remained steady. In recent years, consumption has become more diverse, with a trend toward low alcohol contained and low price alcoholic beverages.

Nationwidely, beer consumption is observed heavily in the area ranging from the Hokuriku to the Tokai, the Kinki, and the Shikoku districts; *sake* in the regions along the Japan Sea; *korui shochu* in Eastern Japan; and *otsurui shochu* in the southern Kyushu district.

Otsurui shochu is a popular drink in nearly all parts of Miyazaki Prefecture, and in addition to the large-scale makers small-scale makers also command a share of the local market. The preference for *otsurui shochu* has historical and economic background such as the introduction of the manufacturing process from Satsuma in the Edo era, and the introduction of *Kuma shochu*.

Sake consumption differs with the part of the Prefecture. Locally produced *sake* is preferred in the Nobeoka district, and *sake* produced by central makers is more preferred in the northern, central, and western areas of the Prefecture. However, a difference was seen in the times of consumption, with daily (*ke*) consumption in the former area, and consumption at the time of unusual events (*hare*) in the latter areas. The *sake* preference in Nobeoka district has been greatly influenced by people moving into the area in modern times. Other areas also have had locally produced *sake* since earlier times. Thus there is a historical background for the *sake* preference.

Korui shochu is popular in the town of Nojiri in the western part of the Prefecture, as well as in the central and northern districts. The northern and western districts are connected with distribution routes from Kagoshima Prefecture, and the central district is the home of *korui shochu* distilleries, which partly accounts for the local preferences.

The area of alcohol preferences in Miyazaki Prefecture may be classified as the following 6 types of areas: (1) traditional Satsuma type, (2) transformed Satsuma type, (3) Hitoyoshi type, (4) Nobeoka type, (5) the areas around Nobeoka type, and (6) southern Kyushu type of the mountain areas.

* Miyazaki Municipal Office

** Faculty of Education and Culture, University of Miyazaki