

日本の酒の沿革と酒の器

～多治見・市之倉の盃を例に～

History of Sake in Japan and Cup of Sake

— As Case in Sakazuki of Tajimi · Ichinokura —

熊田喜三男

Kisao Kumada

はじめに

岐阜県多治見市市之倉は盃の産地として、他地域より群を抜く存在であり、上質の盃を創出した精神は、現在生産されている製品に広く継承されている。このような市之倉のシンボルである盃をテーマにした市之倉さかづき美術館がある。市之倉が盃の焼成をすることになったのは、地理的、時間的な条件と産地的判断があった。当時、市之倉の盃は市之倉から多治見・本郷へ出荷されているが、市之倉と本郷に通じる道は、コストが嵩む長い道程かつ交通不便で、最悪の狭い坂道であった。そこで、比較的成本が節約し得る小型製品、つまり盃を製造することで、市之倉の生きる道を図ってきたのである。それらについては本論で詳しく述べている。また、岐阜県では地元日本酒を観光ツーリズムや東京・大阪へ地酒を紹介するなど実施してきた。さらに地域振興に一層広がりを持たせるために、岐阜県版の日本酒乾杯条例を検討しては、如何かであろうかとのこと。そのためには、美濃焼の酒器（盃）や枡での乾杯を推奨するなど岐阜県らしさを前面にだすべきだろうとしている。これは、懇親会などの冒頭に岐阜の地酒で乾杯するなどを勧めるもので、京都などの自治体では成立している。ただ、他地域と同様では地域振興の誘い水としては不足であろう（『中日新聞』2015年9月2日、朝刊）。

そこで、本稿では「日本の酒の沿革と酒の器」（～多治見・市之倉の盃を例に～）というテーマをもとに、酒の概念と分類：酒の意味・種類および神様（酒税、酒の概念、酒祖…）、ビール、ウイスキー、ワインの酒類（ビールの変革、ウイスキーの産地、ワイナリー…）、日本酒の歩み：米を原料とした日本酒（日本酒のルーツ、並行複発酵、日本酒の香味…）、日本酒の種別と特質（特定名称酒、濁酒、甘酒…）、日本酒の製造方法：日本酒の酒造工程（酒好適米、酒と軟水、杜氏と蔵人…）、飲酒の器（土器、酒杯、酒器と味…）、市之倉の盃とさかづき美術館：多治見・市之倉の盃（市之倉街道、市之倉の盃、記念盃…）、市之倉さかづき美術館（美術館の意味、窯元巡り、さかづき美術館の内容…）などといった観点からアプローチし、整理・点検的に考察したものである。

1. 酒の概念と分類

(1) 酒の意味・種類および神様

世界の中には、数えきれない程多くの酒類（酒）があるが、それら酒類（酒）とはビール、ウイスキー、ワインや日本酒などアルコールを含む飲料のことを称している¹⁾。酒税法では、第1条①、酒類には酒税を課する。第2条②、酒類とはアルコール分1度以上の飲料および溶解してアルコール分1度以上とすることができる粉末状のものをいう。また、第22条①、酒税の課税標準は酒類の製造場から移出、または保税地域から引き取る酒類の数量とする。第23条①、酒税の税率は酒類の種類に応じて、1Kℓに付き定める金額で表示する。第6条①、酒類の製造者はその製造場から移行した酒類に付き、酒税を納める義務がある。②、酒類を保税地域から引き取る者（酒税引取者）は、その引き取る酒類に付き、酒税を納める義務があると規定されている（『六法全書〈平成26年版I〉』1281～1285ページ）。それによると、日常はあまり意識していないが、酒類（酒）には酒税という国税（間接税）が課せられている。酒税の納税義務者は、国内製造される酒類では製造者であり、輸入酒類では保税地域からの引き取り者である。製造場から移出したり、保税地域か

ら引き取る酒類数量が課税となる。税率は酒類の種類、アルコール等に応じて、1Kℓ当たりの金額で表示される。また、酒税は所得税に代替されるまで税制の中心であったし、明治時代後半から大正時代前半には、酒税は国税収入の約3~4割もあったとされている。何故、酒税が課せられているのか、それは一般的にいえば酒は嗜好品であり、その消費は担税力があること。酒の消費が担当量になるため税金を掛けると大きな税収が期待できること。対して、国民の健康を守るため税金を課すことにより、消費を抑制する目的もあるなどが上げられる²⁾。国民の福祉の視点から需要が不健全だと思われる場合、需要を抑える必要が生じる。これをカウンター・マーケティング（不健全重要）と称している。かつての禁酒運動などにその考えがみられる³⁾。厚生労働省の調査（2014年度）によると、飲酒習慣を有する女性の増加傾向が明確となった。女性は男性に比して飲酒（アルコール）の影響を受け易いことが判明した。飲酒習慣のある男性は10年前の36.8%から32.8%へと減少しているが、女性7.2%から8.7%に増加した。この背景には女性の社会進出が進み、飲酒に肯定的風潮が拡大しているとみる。だが、女性は男性に比べてアルコール分解が遅く脂肪が多いため、アルコールの血中濃度が上昇し易く、男性の半分の飲酒量で肝障害になり、短期間で脂肪肝などになる。また、肝硬変の発症は男性に比べて、平均11歳も若いなどが判明している。乳ガン、骨密度低下にも影響を与えるほか、妊娠中の飲酒は胎児性アルコール症候群と称される低体重児の出生、成長障害、脳障害などに繋がる。依存性患者調査でも男性は50代、女性は30代が最多となっており、しかも短期間で依存症になり易いのである（『中日新聞』2016年2月2日、朝刊）。

また、酒税法にいう酒類とは、第2条②に発泡性酒類、醸造種類、蒸留酒類および混成酒類の4つの種類に分類すると規定されている（前掲書『六法全書〈平成26年版I〉1281ページ）。それによると、酒の造る方法、その性質に着目して発泡性・醸造・蒸留・混成酒類などに分類し、さらにこれらを品目別に分けて税率を定めている。酒のラベルには酒類の表示が義務づけられている。また、酒類（酒）は造り方から（1）醸造酒、（2）蒸留酒、（3）混

成酒に分類している。(1)には日本酒、ワイン、ビールなどある。(2)にはウイスキー、ウォッカ、ジン、焼酎などがある。(3)には果実酒、みりん、リキュールなどがある⁴⁾。世間でいう清酒と焼酎の相違であるが、焼酎とは蒸留酒でアルコール分が45度以下の酒である。連続式蒸留機で蒸留した焼酎が甲類、単式蒸留機で蒸留した焼酎が乙類で、蒸留方法で味や香りなどが異なった製品となる。清酒は醸造酒でアルコールが20度止まり、焼酎は蒸留酒で平均25度ある。つまり、清酒と焼酎の違いは醸造酒と蒸留酒の差ということになる。沖縄の泡盛は平均40度前後、強いもので60度、奄美の黒糖酒は40度前後である。また、焼酎の日本伝来をみると、1つは琉球経由で鹿児島へ、2つは韓国から壱岐・対馬に入った。どちらも穀物を原料とした蒸留酒で、日本本島では白麹黴、黄麹黴で造り、沖縄では泡盛は黒麹黴で造る。米焼酎は米原料で造る正式方法以外に、清酒を蒸留して造る酒取焼酎、清酒の酒粕から造る粕取焼酎がある。また、麦から造る麦焼酎、薩摩芋から造る芋焼酎などがある⁵⁾。酒とは「①蒸した白米にこうじと水とを加えて醸造した飲料。清酒、濁酒がある。日本酒。②酒精分を含み、飲めば酔わす飲料の総称」(『広辞林〈第六版〉』765ページ)となっている。

政府は世界的な和食ブームに乗って、外国で人気の高まっている日本酒をスコットランド産のウイスキーであるスコッチ、フランスのボルドーワインのように、地名に関連付けてブランド価値を高め、日本酒(ジパニーズ・サケ)と再定義して、差別化を図ろうとしている。だが、日本酒はサケで世界的に認知されており、今更、ジパニーズ・サケと称さなくても問題ないといえよう。たとえば、アメリカでの清酒(酒・サケ)の人気度をみても、アメリカには約1万店の和食レストランがあり、数万店ある中華料理店などでも清酒(日本酒)が提供されている(『中日新聞』2015年6月13日、朝刊)。さけ〈酒〉は[一般に] liquor:[日本酒] Sake:[ぶどう酒] Wineと表している(『小学館プログレッシブ和英辞典』672ページ)。ブランド価値思考をみると、ブランドは土地や建物と同様に価値があり、企業などの資産の1つである。ブランド価値はブランド名やシンボルと結合した資産(または負債)で

あり、製品・サービスによって企業や顧客（消費者）に提供される価値の増大（減少）させるのである。このように企業等がブランド価値を資産として評価する傾向は、ブランドがマーケティング起点といった全社レベルのテーマとなったからであろう⁶⁾。そのマーケティングはアメリカを発祥地とするもので、その技術と理論は1950年代後半には、いち早く日本やヨーロッパ諸国に伝播・融合されて、今日では発展途上国や社会主義国を含めるなど世界的な拡大をみせている⁷⁾。

次いで、洋酒であるがそのルーツはイラク、イランの中央アジアであり、中でもワインは紀元前5000年頃、ビールは紀元前3000年頃とされている。中央アジアのワインとビールは、エジプトなどを経由してギリシャに入り、発展するがワインはイタリアへ、ビールはドイツに向った。ビールもイタリアにも入るがワインのみが普及した。ビールは人間の残食のパンから造られたが、ワインは葡萄から造った。ドイツには醸造用の葡萄はなかったので、ビールが受け入れられた。葡萄はヨーロッパだけでなく、東洋にも入ったが、中国人はすでに稲・麦などを原料とする酒を造っていた。また、中国に入った蒸留技術は、白酒の基礎となり、蒙古は中国に侵攻し蒸留技術を持ち帰り、乳酒を蒸留したアラク（蒸留酒）を造った。また、蒸留技術は韓国を経て壱岐・対馬へと渡り、日本にも伝えられた。日本への他のルートとして、タイや中国から琉球に入り、琉球貿易によって鹿児島に入ったとされている。いずれもすべて中国や韓国ルートから入ったものなので、同酒の感じもするが、天然の酵母菌や醸造の技術の相違から、日本独自の醸造酒である清酒（日本酒）が誕生したようである⁸⁾。醸造酒とは原料の米や果実などをアルコール発酵させることにより、生成される酒類のことであり、日本酒は米を原料とした醸造酒である。醸造酒に分類される酒には発酵方法は異なるが、ワインやビールなども属する。ワインの場合、原料となる葡萄の果実に糖分が含まれるので、そのまま発酵が可能である。日本酒やビールには穀物を糖分に変える糖化が必要となる。とくに、日本酒の場合、糖化と発酵が並行して実施される⁹⁾。このような方法で造られる酒は、世界中で日本だけである。日本

酒は杜氏を核とした蔵人たちが糖化と発酵の均衡を長年の経験と勘で管理・操作することにより、初めて可能になる、世界的に誇る自慢し得る醸造技術なのである¹⁰⁾。

さて、酒には神様がいますと称されているが、世界的に有名な酒の神様はバッカスで、別名デュオニユソスと呼ばれている。バッカスはワインの神様、ビールの神様はガンブリヌスと呼称している。日本での酒の神様は、外国のような特定できる酒の神様はいないが、日本には酒に関する神社が40社近くもある。中には、清酒の麴や酒水に関する神社もある。著名な神社として京都の梅宮大神、奈良の大神神社、島根の出雲大社、大津の日吉神社などあり、祀られている神様としては、大山咋命、少彦名神、大国主大神、大己貴神、木華佐久耶姫などが上げられる¹¹⁾。奈良の大神神社は奈良県桜井市にあり、その祭神は大物主神で農工業・商業など、すべての産業開発に関わる酒の神として、醸造家より崇敬の念を持たれてきた。毎年11月には酒祭り（醸造安全祈願祭）が実施される。また、大神神社境内にある活日神社には活日命が祀られているが、活日は元来は大物主神に捧げる神酒の醸造を司る掌酒（酒人）であった。大神神社と共に名高いのは、京都の松尾大社である。松尾大社の起源は、酒造りを得意とした渡来人の秦氏であり、この辺りに定住したのは5世紀頃からである。松尾大社の創建は大宝元年（701）とされている。この神は大山咋神で須佐之男神の子で大年神の子に当るが、元は弓矢の神で山を支配する山の神であった。その山の神は時代が下ると水の神、農耕の神、さらに酒の神へと変化していった。松尾神社の祭神は弓矢・国家・寿命・酒徳の神であり、酒が醸す者は酒福神として崇められるとされている。酒造りは卯の日に始まり酉の日に終わるとしているが、現在同社では11月初め卯の日に上卯祭と称する醸造安全祈願祭が、また酒造りが終わった4月の酉の日に中西祭という醸造感謝祭が実施され、沢山の酒造メーカーの関係者が参加・列席する¹²⁾。

かくて、世界中には多種多様な酒（種類）があり、酒とはビール、ウイスキー、ワイン、日本酒などアルコールを含む飲料のことである。その酒には

酒税が課せられている。それは、一般的に酒は嗜好品で、その消費は担税力があること、対して国民の健康を守るための税金（酒税）で、酒税を掛けることにより酒の消費を健全的に抑制する目的もある。

(2) ビール、ウィスキー、ワインの酒類

世界の中には色々な酒（蒸留酒）がある。たとえば、穀物を原料にした焼酎、ウィスキー、紹興酒など、果実を原料にしたコニャック、カルバドスなどがよく知られている。椰子を原料にしたアラック、ジャガ芋を原料にしたアクアビットなど、日本では馴染みのない珍酒もある。メキシコの代表的な酒であるテキーラは、リュウゼツランという植物を原料にした酒である。また、アカベ、アトロピレンスなどという種類のリュウゼツランの樹液を発酵させたプルケ、さらにプルケを蒸留したものをメスカルといっている¹³⁾。このように原材料の種類や製法の違いが、個性のある酒の源である。それでは、古代バビロニアや古代エジプトに端を発したとされるビールについてみてみよう。ビールは古い歴史を有するものだけに、その技術は世界各地に伝播し、各地域に根差した多種多様なビールが誕生した。これらは、穀物やそれ以外の原料の選択、ホップの種類や使用法、使用酵母の種類や発酵の方法、色の濃淡や色調、産地などによって分類ができる。たとえば、通常原料は大麦芽であるが、小麦麦芽を使用すると酸味の効いた清涼感のある味になるし、麦芽の使用量が沢山だと濃度の高い香味のビールになる。また、麦芽に米やトウモロコシなど使用すれば、さっぱり感がでる。麦芽製造時の焙燥方法を変化させると、淡色ビールから黒ビールまで多様な色調のビールができる。酵母についても下面酵母（低温発酵）や上面酵母（常温発酵）の使用あるいは酵母以外の乳酸菌の使用法によってビールは異なる。原料、酵母、ホップ、製法、ビールの歴史・文化・地域など考慮すると次のように分類できる。ビールの分類方法として、(1) 発酵の方法、(2) ビールのタイプ、(3) ビールの例を示すと、(1) は下面発酵：(2) は淡色ビール→(3) はビルスナービール（チェコ）、ドイツ淡色ビール、アメリカビール、日本のビール、(2) は

中等色ビール→ (3) はウィーンビール (オーストリア)、(2) は濃色ビール→ (3) はミュンヘンビール (ドイツ)、(1) は上面発酵：(2) はドイツ上面発酵ビール→ (3) はケルシュ (ケルン…)、アルト (デュッセルドルフ…)、ヴァイツェンビール (バイエルン)、ベルリーナヴァイセ (ベルリン)。(2) は英国上面発酵ビール→ (3) は黒ビール (ポーター、スタウト)、淡色ビール (ペールエール、ピターエール)、(2) はベルギー上面発酵ビール→ (3) はトラビスビール、(1) は自然発酵：(2) はベルギー自然発酵ビール→ (3) はランビック、ゲーズとなる。日本のビールはピルスナービールの範疇に入るが、どんな料理にも相性がよく高質で、香味のバランスが絶妙で繊細な味わいを有している¹⁴⁾。

このような国産ビールを日本で最初に造出した人は、山梨県甲府の野口正章である。野口は造酒屋に生れで酒に精通していて、同じ醸造酒であるビールやワインに興味を持ち、自醸しようとしていた。わざわざ京都の舎密局に赴いて、ドイツ技師らからビール醸造の手解きを受けるほどであった。その後、野口は山梨県知事・藤村柴朗からワイン事業を請負ってほしいという相談を受けたが、断って自業としてビール造りに専念した。明治5年 (1872)、三鱗ビールを創業して事業を続行したが、ビール税制定を機会に中止してしまった¹⁵⁾。このような中、明治20年 (1887) に外山脩造、鳥井駒吉などによってビール (麦酒) 会社が造られた。明治22年 (1889)、正式に大阪麦酒会社として、大阪に新しく設立されてスタートした。それは、近代的なビール産業の始まりであった。初代社長は鳥井駒吉で、鳥井は堺で酒造業を経営していた酒造業界きっての有力者であった。その後、大阪府吹田村 (現・吹田市) に膨大な醸造所用地を購入した。それは、当地が良質で豊富な湧水があり、大阪・京都間の鉄道開業等による交通の要衝であったからである¹⁶⁾。ビール [麦酒] とは「麦芽 (主として大麦) を粉碎して水とともに加熱し、糖化した汁にホップを加えて苦味と芳香をつけ、これに酵母を加えて発酵させて造る」(『広辞苑 (第二補訂版)』1847ページ) となっている。ビールや発泡酒、第3のビールは酒税法上の区分に沿った商品であるが、麦芽の使用率や製法

により、税額に違いがある。最も税額が高いビールは麦芽の使用率が3分の2以上などが条件で、ビール会社は低税額で安価な発泡酒や第3のビールを開発して、販売を伸ばしてきた。それらの合計は、ビール類全体数量の半分を占有するほどである。財務省はこのままでは酒税の減収になるとして、ビール類の税額一本化を検討し始めた（『中日新聞』2015年10月18日、朝刊）。

世界で最初にビールを製造したのはトルコ、イラク、イランに広がるクルディスタンと呼ばれる地域に暮らす新石器時代の人々であると推測される。それらの人々は、紀元前1万年頃にはすでに耕作を始め、大麦が麦芽になる工程を偶然的に発見し、ビール造りの技術を進歩させたと思われる。ビール造りの技術はアジアやアフリカ、南北アメリカの土地で獲れる穀物などを使用して、独自に発達したようである。遊牧民の中で最初に安住して穀物を栽培したのは、シュメール人といわれている。そして、栽培した穀物からパンを造り、それを水に浸して自然な酵母を促し、そして濾す前に蜂蜜などで風味付けした。飲酒はビール壺を囲んで座り、ストローを壺に差し込んで飲んだのである。紀元前2000年頃、バビロニア人がシュメール人を征服するともっぱら家庭内での仕事であったビール造りは、より組織的な事業となっていた。バビロニアのハンムラビ王は、ビール醸造に関する規則整備とビール分類などに尽力し、20種類のビールが特定されている。そのうち8種類は大麦のみを原料にし、12種類は他の穀物を原料にしていた。バビロニアのビールの中では、スペルト麦を原料にしたものが最高の評価を得ていた¹⁷⁾。次いで、ウィスキーであるが、最初にウィスキーを造ったのはスコットランド人であるとされている。アイルランド人が生産量ではスコットランド人を凌駕したものの、その後スコットランドの方が上昇調子となって、スコットランド産のウィスキーであるスコッチ・ウィスキーは世界中の好評を得て愛好された。しかし、スコットランド政府は、ウィスキー製造が国の穀物を過剰使用して、飢饉を招くのではないかと不安視した。そこで、政府は一時的に生産上限を決め、貴族・紳士階級以外のウィスキー製造を禁止した。ただし、自分で消費する分のみ許可した。だが、ウィスキー製造は拡大し続けたので、スコッ

トランド議会はウイスキーが富を産むのをみて課税を始めたのである¹⁸⁾。

ウイスキーは様々あるが、分類別にみると (1)：モルトウイスキー（大麦麦芽のみを原料にしたウイスキー）→①シングルモルトウイスキー（単一の蒸留所のモルトウイスキーのみを調合したもの）、②バンテッドモルトウイスキー（複数の蒸留所のモルトウイスキーを調合したもの）、(2)：グレンウイスキー（大麦麦芽以外の穀物を原料にしたウイスキーの総称）→①シングルグレンウイスキー（単一の蒸留所のグレンウイスキーのみを調合したもの）、②バンテッドグレンウイスキー（複数の蒸留所のグレンウイスキーを調合したもの）、(3)：ブレンデットウイスキー→①モルトウイスキーとグレンウイスキーをブレンドしたもの等である。また、産地的にみると、(1) スコットランド（スコッチウイスキー：ピートの香り、重厚な味わい）、(2) アイルランド（アイリッシュウイスキー：大麦の香り、スッキリと軽い）、(3) アメリカ（アメリカンウイスキー：新樽の香り、バーボンやテネシーウイスキーが有名）、(4) カナダ（カナディアンウイスキー：ライ麦を使う、軽くてマイルド）、(5) 日本（ジャパニーズウイスキー：風味は穏やか、コクのあるものから軽いものまで多種多様）が、世界的なウイスキーの5大生産地である¹⁹⁾。そこで、高い評価を得ているジパニーズウイスキーに関してみてみよう。ウイスキーが日本へ最初に来たのは嘉永6年（1853）、ペリー提督が徳川幕府に初めて献上した時とされている。やがて、明治4年（1871）、横浜の商會が販売目的にウイスキーを輸入し始めた。このウイスキーの名前は猫印ウイスキーだったそうである。当時の輸入ウイスキーは高価・高級品であったが、その一方で香料・色素を混ぜた安価な混成ウイスキーが市場に出回った。このような世流をみて本格的なウイスキー造りを決心したのが、サントリーの前身・寿屋の鳥井信治郎であった。ウイスキーの生産には莫大な初期費用（投資）を要したので、鳥井は比較的造り易い赤玉ポートワインを生産・販売し、その得た財力を基礎にウイスキー造りに挑戦した。鳥井は竹鶴政孝（後、ニッカ創業者）を初代工場長として招きウイスキー造りに邁進した。昭和4年（1924）、国産ウイスキー初のサントリー白札を発表し、寿屋は社名を

サントリーに変更した。そして、竹鶴はサントリーを辞し、大日本果汁株式会社（現・ニッカウISKY株式会社）を設立し、ニッカウISKYを世にだした。これらのメーカー以外にも多くのメーカーがウISKYを製造・販売しているが、いずれもジパニーズウISKYとして世界的に認められるまでになっている²⁰⁾。ウISKYとは「大麦、ライ麦、トウモロコシなどを麦芽で糖化し、酵母を加え発酵させ、蒸留した酒」（前掲書『広辞苑〈第二版補訂版〉』171ページ）としている。

さらに、ワインであるが葡萄の原型が生れたのは、1億4000万年前の中性代亜紀とされている。だが、現在も栽培されている葡萄の祖先の出現は、新生代第三紀と称されている。葡萄の果汁を発酵させてワイン造りをするのが酵母という微生物である。これらの葡萄が地上に落下したりして、何らかの刺激で潰れて果汁をだした時、皮に付着していた酵母が果汁を発酵させ、自然にワインを造ったと考えられる。このような視点からするとワインを製造したのではなく、自然にワインができたといえよう。日本最古のワイン造りと想像されるのは、縄文時代中期の遺跡から有鍔付土器が出土している。この土器の中に山葡萄の種子が残存していたことから、山葡萄を発酵させてワイン造りをしたものと推定されよう²¹⁾。国産ワインの先駆者は、山梨県甲府の山田宥教で、山田は詫間憲久と共同しワイン醸造を開始した。さらに、山田はアメリカで醸造を学んだ大藤松五郎という内務省派遣技師の指導を受けた。農業の雑誌を発行していた津田仙（津田梅子の父）が、そのワインを試飲した報告を記載している。評価は高くなかったがそのことを知った山梨県知事・藤村紫明は、山梨でワインを興そうとした。造酒屋に生れ醸造に熟達していた野口正章（前出）は、県営ワインの経営には関係しなかったものの、葡萄栽培の高い知識を持っていた。それによると朝夕に温度差があり、水捌けのよい土壌で、長い日照時間のある土地を栽培地を選択するよう進言した。その基準で選択されたのが、勝沼の地（山梨県）であった。早速、土屋毅憲、高野正誠の若者をフランスに派遣し、本場で葡萄栽培やワイン醸造を学ぶことになった。そして、ワインに関する技術を習得して、1年半後に帰

国し、すぐに実務についた。さらに、留学はならなかったが宮崎光太郎という人物は熱心に懇願して、土屋・高野の葡萄栽培とワイン造りを手伝った。このようにして、ワイン造りに漕ぎ着けたが、品質等が今一で官営のこともあって、経営を支えきれず会社は解散した。宮崎だけは諦められず、独力で事業を引き継ぎ、最終的には大黒天印甲斐産葡萄酒と銘打って市販した。このワインは確実に売れ会社は甦り、現在このワイン会社はメルシャン勝沼ワイナリーに引き継がれている²²⁾。

ワインは自然の産物と呼ばれているが、江の川、馬洗川、西城川など3つの大きな川が合流する広島県三次市（江戸時代前期、三次藩主浅野長治公の息女阿久里姫が、赤穂藩主浅野内頭長矩夫人として嫁がれた出身地である『ガイド・ブックみよし』2～3ページ）は、秋から早春にかけて、一面が霧海となって大地を覆うと共に、昼夜の寒暖差も大きく正にワイン造りに最適な条件を揃えている。この気候風土を原点に広島三次ワイナリーの広大な葡萄畑では、セミヨン種による希少な貴腐葡萄を初めとして、様々な品種（シャルドネ、メルロー、ピオーネ、マスカット、ベリー A、デラウェア、小公子など）の葡萄を栽培している。秋に収穫された葡萄は発酵の工程を経てフルーティなワインになり、樽中でしばしば眠らせる。数年後、最初の空気に触れたワインの芳醇さは、造り手であってもいささか興奮する瞬間である。このような喜びを沢山の顧客（消費者）に味わえるよう広島三次ワイナリーでは、常に品質の研究を重ねている（「広島三次ワイナリー」）。つまり、企業は経済という宇宙の核心ではなく、顧客（消費者）の周囲を回転しているに過ぎないことをまず理解することである²³⁾。さらに、企業は優れた顧客（消費者）価値を提供し続ける限り、存続は許され得るが、成功するためには市場と顧客を重視しなければならない。そして、最も望ましいことは、市場を主導する企業になることである²⁴⁾。ワインは世界中で製造されているが、その種類と特徴を示すと次のようになる。(1) 非発泡性ワイン：一般的なワインで発泡性がない。赤ワイン、白ワイン、ロゼワインなど。(2) 発泡性ワイン：炭酸ガスの中に封じ込めた発泡性ワイン。フランスのシャンパーニュ地方で造

られたシャンパンが代表的。(3) 酒精強化ワイン：発酵中または発酵終了後に、ブランデーなどの強い酒を加えアルコール度を上げ、コクや保存性を高めたワイン。スペインのシェリー、ポルトガルのポートワインやマディラが有名。(4) 混成ワイン：ワインに薬草や香辛料、果汁、甘味料など加え、独特な風味を付けたワイン。イタリアのベルモットなど。(5) フルーツワイン：葡萄以外の果汁を原料にしたワインなどである²⁵⁾。ワインとは「ブドウ酒：果実酒：(ブドウ酒のように) 元気付ける [酔わせる] もの：赤ブドウ酒色(『ディリーコンサイス英和辞典』584ページ) となっている。

かくて、酒は様々な原料や製法により個性的な酒が造られる。たとえば、ビールは新石器時代という古い歴史を有しているだけに、各地域に根差した色々なビールが生れている。また、最初にウイスキーを造ったのはスコットランド人とされており、ウイスキーは富を生むとして初めて課税している。さらにワインであるが、葡萄の原型が生れたのは1億4000万年前とされており、葡萄が地上に落下し皮に付着していた酵母が発酵し、自然がワインを造ったとされている。

2. 日本酒の歩み

(1) 米を原料とした日本酒

日本は豊かな四季を有する瑞穂の国であり、その稲穂から米を原料とした美味しい酒が生れた。東南アジアの稲作文化は4000年前、淮河（中国東部の川）を越えて山東半島に到達している。日本への稲作文化の伝来は、(1) 江南地域を原点として海を渡って九州にきた経路、(2) 南から島伝いにきた海上経路、(3) 朝鮮半島を通った経路の3つが考えられる。日本列島に稲作が伝わると共に、麴を用いた酒造技術の基礎となるものが、日本に伝来したのではないかと推測される。初期の酒が如何なる酒だったかは定かでないが、麴を用いた酒造りとあることから、醱酵した醪みを濾して糟を分けた酒が造られたであろうと思われる。だが、当時の酒は濁った酒であり、今日の日本酒の製造方法とは異なったものである²⁶⁾。日本での本格的な酒造りが何時頃

から始ったかは定かでない。それは、文化というものはある時期を起点というような明確な区切りは存在しないからである。文化を人の営みとするならば、文化は人の生活の集積といえる。つまり、微塵ともいえる程の小さな行為の積み重ねが文化となるのである。酒もこのような積み重ねにより造られてきた。酒は米で造るし、その米で酒を造るには麴が必要であるが、麴が米（稲作）と一諸に渡来したのか、別々にきたのかよく分からない。酒は単的にいえば米を発酵させて造る日本特有のアルコール飲料である（前出）。その発酵（酒造り）は原料の違いによって形は異なるが、一般的に発酵はその形により3つに分類される。(1) 単発酵：ワインは葡萄を原料にして造られる。葡萄には糖が含まれるが、その糖をイーストがアルコールと二酸化炭素に変化させる。二酸化炭素は空中に放出され、アルコールが果汁に残る。そのアルコールを含む葡萄果汁がワインになる。葡萄果汁の中で生じる主変化が、アルコール発酵の工程のみ故に、単発酵と称している。(2) 単行複発酵：ビールは主に大麦を原料とするが、大麦自体は糖を含まないので、そのままでは発酵しない。まず大麦を発芽させることから始めるが、発芽した大麦はさらに焙煎する。焙煎した大麦を糖化酵素で、①糖化して麦汁を得る。麦汁をビール酵母に入れると、②アルコール発酵が始まり、最終的にビールができる。このように糖化とアルコール発酵は別々単独（単行）で実施する。このような2つの工程を経る（複）ので単行複発酵と称している。(3) 並行複発酵：日本酒は麴、米、水、酒酵母を同時に仕込み、酒の原料を調合したものを酒醪と称している。酒醪の中では糖化とアルコール発酵を並行して同時に進行するので、このような発酵を並行複発酵と呼んでいる²⁷⁾。

こういう風に、複雑で洗練された製造法は麴、乳酸菌、酵母菌によって米の酸化およびアルコール発酵を同時に実施するところに、日本酒の特徴がある²⁸⁾。酒は宮中で発展したようで、それは宮中に設けられた造酒司かの役割を担い、日本酒などを製造していた。製造法としては、たとえば一度醱酵の終わった醪を濾し、この酒にさらに蒸し米と米麴を入れて醱酵させて、再び濾すという方法で造られる御酒、または、水の代わりに酒を用い、麴量を多く

した醴酒。水を少なくし濃厚甘口とした白酒などがあった。また、醪みを濾さないで、その上に蒸し米、米麴、水を重ね加えていく、醸造法も開発されている。御酒もこの方法で造られるようになり、これが徐々に酒造りの主流となる。13世紀、これまでは冠婚葬祭（行事）のような日だけにしか飲酒しなかった酒が、行事のない通常の日にも飲酒できるようになった。これは、大寺院の僧侶によって造られる僧坊酒や町で酒造りして販売する酒屋が現われたからである。逆に鎌倉時代には自由に酒造することを規制するため、各家は一壺を残しそれ以外は打ち壊せという沽酒禁令がでた。だが、室町時代に入ると禁令が緩み京の都で酒屋は隆盛を極めた。また、諸白造りが開発され、従来の酒造りが大きく進歩・向上し、今日の醸造法ができたとされている²⁹⁾。日本酒（酒）の味を決定付けるものはまず米である。日本酒はどんな品種の米を使用しても造り得るが、とくに適した米とされるのが酒造好適米である。一般米に比べると粒が大きく心白（白い芯の部分）が大きい上に、たんぱく質が少ないのが特徴である。主なものは山田錦、五百万石、雄町、美山錦、金紋錦などである。たとえば、心白が大だと麴菌が繁殖し易く、吸水率も高く、よい蒸し米になり易く、酒母や醪中での消化もよくなる。だが、酒造適米は栽培が難しく、良酒を造るためには良米作りの農家との連携も大きな課題である³⁰⁾。例をいえば、滋賀県のある造り酒屋は、地元の農家と酒造好適米・山田錦を契約栽培しているということである³¹⁾。

さらに、酒造りには発酵が必要不可欠であるが、その主役を担うのが酵母という微生物である。微生物には細菌のような下等な微生物と酵母のような高等な微生物がいる³²⁾。微生物という概念もなかった時代に、微生物を利用し、適格に酒造りし得たことは驚嘆に値する。その後、加熱・殺菌処理する方法（火入れ法）の進歩と普及が、冬だけの酒造りを可能にした。また、杉と竹輪で大型の木桶が造られるようになり、それにより従来までの壺や甕での醸造規模を飛躍的に拡大させた。このような木製容器の出現は、酒の輸送容器にも影響を与え、壺・甕から杉で作製した4斗（72ℓ）樽が普及した。大量生産・大量流通が可能となり、酒造業が企業化していくのである³³⁾。江戸

時代になって、運搬用容器はもっぱら樽に変化した。樽には1斗、2斗、4斗樽などが存在したが、よく広く流通したのは4斗樽で、馬背に酒樽を振り分け荷物にして積む時、樽2個を一駄（一駄荷）と称し十駄（十駄荷）単位にして、酒の価格・運賃を決めた。酒造業発展と共に、樽は吉野の林業生産地で規格揃いのものが生産された。酒樽造りを専門とする酒樽屋が出現し、4斗樽は菰を被せ縄で縛り締め菰樽（菰被り）とした³⁴。これらは、日本酒の世界に残る尺度（物差）である。尺貫法での高さアルプス1万尺は3000m、容積の1万勺は1石で、1石は1人が1年間で食べる米の量であった。1石取れる田圃の面積は1反と、米と酒の量の尺度は暮しにぴったりと適合している。また、1勺は18ml、およそ大匙1杯強、10勺（180ml）は1合、1合枡もある。10合（1800ml：1.8l）は1升、10升（18000ml：18l）が1斗、10斗（180000ml：180l）は1石、藩の大きさは石高で呼んでいた。1合枡はぴったり1合180mlが収まる基本枡で、無垢の杉材を用いていたため使い捨てが原則であった。尺貫法でカウントする日本酒量の極めつけ、これは一体何リットル枡と聞くのは野暮といえよう³⁵。

さて、樽といえばアメリカで造られているウイスキーの貯蔵に使用する樽の容量は180lで、新しいホワイト・オーク材で製作されている。その新しい樽（新樽）を使用することが法律で決定されていることである。木が新しいと樽の個性が強くなり過ぎるので、樽の内面を十分に炭で焦がして用いる。アメリカで最もよく飲まれているのが、原料はトウモロコシで、ケンタッキー州パーモンド郡産のバーボンとして知られているウイスキーである。開拓時代を意味する商品名のアーリータイムズは、素朴なラベルとバーボンらしい味わいで、世間一般の評判を得ている³⁶。ウイスキーや焼酎などの蒸留酒は蒸留の直後に飲むとアルコールの刺激が強力で、とても飲めたものではない。それをある期間（数か月、数年）貯蔵すると、熟成の効果で徐々にまろやかな味となる。熟成は樽の中で実施すると一層促進されるし、樽材からの成分溶出などのメリットも期待できるので、樽を用いるのが常識となっている。周知のように、熟成に使用される樽は基本的には榿材でできている。そ

ここで、酒類の熟成に用いられる櫨(オーク)材をみると、櫨材は大きくアメリカンオークとヨーロッパオークの2つの系統に分類できる。アメリカンオークは北米で産出するオークで、別名ホワイトオークと称されている。ヨーロッパオークよりも生成し易いが、新樽発酵、新樽熟成に際しては、過度の樽香やバニラ香が付くので防止する必要がある。各種ウイスキーには殆んどホワイトオークが使用されている。日本においても大部分がホワイトオークを用いている³⁷⁾。

かくて、日本は豊かな四季を持つ瑞穂の国であり、その稲穂から米を原料とした美味しい日本酒が生れた。日本への稲作文化の伝来には、数々のルートが考えられるが、日本列島に稲作の伝来と共に麴を用いた酒造技術の基礎が伝えられている。日本での製法は麴、乳酸菌、酵母菌によって米の酸化とアルコール発酵を同時に実施するという独特の方法であり、それが日本酒の特徴となっている。

(2) 日本酒の種別と特質

日本酒は、一般に特定名称酒と普通酒の2つの区分となっている。特定名称酒には2つの条件がある。1つは麴米の使用割合が15%以上であること。2つは原料米が3等以上に格付けされたもの、またはそれ以上に相当する米であること。その上で、原料、製造法、精米歩合により純米大吟醸、純米吟醸、特別純米、純米、大吟醸、吟醸、特別本醸造、本醸造などに区分している。なお、普通酒は特定名称酒に当て填まらないもので、レギュラー酒とも称している。また、特定名称酒は2つに大別し得る。(1)米と米麴のみで造る純米酒。(2)米と米麴に醸造アルコールを加えた吟醸酒・本醸造がある。米をどれ位、磨くかによって酒の呼称が変化する。名前に吟醸と付くものは高度に精米された米を使用しており、長期低温発酵させることで吟醸香という特有の芳香をだす。この方法を吟醸造と称している。芳香の高い酒を醸すなら吟醸酒となり、濃厚な風味を目指すなら純米酒となる³⁸⁾。酒米の個性を活かした蔵元(酒蔵)を地域別に一部紹介すると次のようになる。東北の酒→青森：田酒、

豊盃、岩手：酌右衛門、南部美人、宮城：墨廻江、日高見、秋田：ゆきの美人、新政、山形：冽、出羽桜、福島：寫楽、飛露喜、関東の酒→茨城：渡舟、郷乃譽、栃木：澤姫、旭興、埼玉：神亀、ひこ孫、神奈川：いづみ橋、丹沢山、北陸・甲信越の酒→新潟：根知男山、鶴齡、富山：羽根屋、満寿泉、石川：獅子の里、天狗舞など³⁹⁾。今日、原産地証明酒が愛好家の間で話題となっている。これは、良品を保護するための取り決めであり、WTO（世界貿易機関）に登録されることにより保護される。日本の酒でWTOに登録されたのは、焼酎業界の壱岐、球磨、泡盛であり、その後薩摩の芋焼酎が追加登録され、原産地名の保護を受けた。清酒（日本酒）では石川県白山市の白山菊酒だけである（平成19年：2007年）。この清酒は白山の名水を使って醸される加賀菊酒の伝統を継承している。そして、本物の清酒を創出する銘醸地として発展させ、高品質と個性を維持しつつ味わいの向上と顧客満足の上を図っている⁴⁰⁾。日本人は、とくに高品質に強い拘泥を持っており、1つでも欠陥を発見すると、何故、何故を連発し、しつこく尋ねる。では、品質はどれ位の水準にあれば納得するかである。ここに、品質の重要性を表現している巧みな言葉で表現している。品質とは顧客に対する忠誠の証であり、企業攻勢に対する最強の防御策で、持続的な成長・収益へと至る唯一の道なのである。つまり、低品質は高くつく、高品質は安くつくという教訓である⁴¹⁾。

次いで、福井：梵、黒龍、長野：水尾、明鏡止水、中部の酒→静岡：正雪、白隠正宗、愛知：醸し人九平次、義侠、三重：天遊琳、伊勢の白酒、近畿の酒→滋賀：七本鎗、松の司、京都：蒼空、玉川、大阪：秋鹿、兵庫：龍力、奥播磨、奈良：風の森、鷹長、和歌山：紀土、雑賀、中国・四国の酒→鳥取：辨天娘、日置桜、島根：扶桑鶴、開春、岡山：酒一筋赤磐雄町、広島：雨後の日、竹鶴、山口：瀬祭、貴、香川：川鶴、悦凱陣、愛媛：石鮠、伊予賀儀屋、高知：亀泉、九州の酒→福岡：旭菊、綾花、佐賀：鍋島、天山、大分：鷹来屋などである⁴²⁾。中でも、広島県竹原市にある竹鶴酒造であるが、屋号は小笹屋で江戸時代には製塩業で財をなし、享保18年（1733）から酒造業を始めている。NHK朝の連続小説マッサンのモデルとなった竹鶴政孝の実家

でもある（『NHK ウィクリーステラ』〈特別編集版〉6ページ）。竹鶴（酒造）は心に馴染む、体に馴染む、食卓に馴染む、明日への活力源をモットーに醪を管理して、人が望むよう支配するのではなく、醪がなりたいたいに自然に育成する。表面的な味・香りの酒資設計せず、醪の温度管理もしないとしている。他の蔵では真似のできない方法である。それでも美味しい酒ができる。清酒竹鶴純米は、味の要素が豊富であるが重くはない。複雑な表現しづらい味わいがあり、爛に向いている。食べ物の選り好みすることなく、どんな料理にもマッチする⁴³⁾。なお、竹原市は平安時代に京都・下鴨神社の荘園として開かれた地で、江戸時代後期には製塩業や酒造業で繁栄した。良質な塩は全国に運ばれ、竹原に財をもたらし塩屋敷が幾つも建てられた。浜主（塩田経営者）には酒造業を経営する者も少なからずおり、竹鶴酒造もその1つである。さらに、竹原は儒学者・頼山陽一族の古里でもあり、昔から勉学を重んじる気風があり、政孝の真剣さと本物（酒）に抱泥する姿勢は、このような竹原の風土に生まれたのであろう（前掲書『NHK ウィクリーステラ』〈特別編集版〉6～7ページ）。

さらに、岐阜県多治見市には、独自の味を貫き、辛口に抱泥する三千盛（酒）がある。安永年間に尾張出の初代・水野鉄治が冬場の冷え込みが厳しく、酒造りに適した東濃の地で造り酒屋を開業したのが（株）三千盛の始まりである。4代目・水野鉄吉は、昭和初年（1926）上級酒のみを三千盛と銘打ち辛口で販売した。昭和30年（1955）代になると甘口の酒が時代的主流となり、辛口の三千盛は苦難な時代を迎えた。甘口の酒が時代にあっても当時の主人・水野高吉は理想の辛口を追求した。そして、当時としては珍しいすきとした辛口の酒を送り、三千盛特級酒として発売した。その辛口の酒はどんな料理にもマッチし、口当たりが柔らかく、爽やかな後味・余韻があり、水のように滑らかに飲酒できることから水口と称される程である。次第に三千盛の愛飲家が増え高名な料亭・寿司屋などに置かれるようになった。酒米には秋田県産・美山錦、兵庫県産・山田錦、岐阜県産・あきたこまち、あさひ夢など用いている。多治見の自然的恩恵を受けた三千盛によって、日本酒の良好さが

再認識できればと酒造りは続いている（『おりべくらぶ』〈Vol.139〉6～7ページ）。日本酒について、外国の人は紹興酒に代表される中国のホアンチュ（黄酒）と称される醸造酒、マッカリと称される韓国の酒とは区別している。清酒、焼酎、泡盛などという言葉を受知している外国の人は沢山いるが、それらはすべて Sake、Saki として紹介している。だが、これまで主流となっていた濁酒（どぶろく）は、今一迫力に欠け雑酒に分類されている⁴⁴⁾。その雑酒と分類される濁酒であるが、濁酒（濁醪）が進化して清酒になったことは疑いない。つまり、醪の段階までは濁酒であり、それを搾って澄ませば清酒となる。濁酒造りについて理解することが清酒造りの正しい道となり、日本各地には現在でも濁酒造りの伝統が脈々と息づいている。その濁酒造りは酵母の取り込み方の違いから、次のような形に分別されている。(1) 自然発酵濁酒（水、麴、蒸し米を瓶などの容器に仕込む 後は醪の発酵を待つだけ）、(2) そやし仕込み濁酒（麴、蒸し米、水、それにそやし液〈酵母〉を容器に入れる）、(3) パン用ドライイースト仕込み濁酒（仕込みの際にドライイーストを用いる）、(4) 酒粉から酵母を取る本格的醗立て濁酒（酵母源は酒粕である）。(1)、(2) は天然酵母による濁酒で、(3)、(4) は人工培養酵母による濁酒である。このようにみただけでも、平面的な広がりの中から酒の進化の歩調を読み取ることができる⁴⁵⁾。

何処の国にも人々が自然の中で創出し、飲んできた立派な酒がある。日本酒といえば澄んだ透明な清酒を想像するが、多くの日本人は白く濁った濁酒を飲んでた。濁酒は日本人の庶民の酒であり、日本国が始まって以来の主要な国民酒といえようところが明治32年(1899)、それまで免許制で許されていた自家醸造が完全に禁止された。だが、それでも濁酒の密造は絶えなかったが、戦後（第2次世界大戦）の経済復興を経て安い清酒が入手できるようになると濁酒は衰退した。このようにして、日本酒の原型であり、国民酒である濁酒は表面的にはほぼ消失した。しかし、現在、濁酒は見事に蘇っている。復活した濁酒には流れが3つ存在すると思われる。その1は、一般の酒造会社が濁酒を提供するようになったこと、その先鞭をつけたのは京都・伏見

の増田徳兵衛商店で、醪を目の荒い笊で粗く濾しただけの濁酒を復活させ、清酒として製造を認めさせた。その2は、構造改革によって構造改革特別区域（通称、濁酒特区）が誕生したこと。域内の飲食店・民宿が免許を取得して濁酒を製造・販売することができた。その3は、自家醸造である。自家醸造は一切認められていないので、違法な密造濁酒ということになる。違法だがこれも大きな流れということも事実である。日本の酒は、日本人が古い時代から育成してきた一大芸術的作品で、製造技術面からすれば古代社会での最大の化学工業ともいえよう⁴⁶⁾。どぶろく：濁醪・濁酒とは「滓（かす）を漉し取らぬ日本酒。にごりざけ。もろみざけ。だくしゅ。しろうま。」（前掲書『広辞苑〈第二版補訂版〉』1616ページ）としている。さらに、米麴と粥に炊いた餅米を混合し保温しておく、半日位で美味しい甘酒ができる。甘酒は滋養のある飲み物であり、間食（御八つ）でもあった。農村等では甘酒は甘粥と呼んでいた。酒粕を砂糖と水で煮溶かした熱い飲み物のことを甘酒とも称していた。甘粥は冷たいままで飲んでいたし、期日が過ぎると発酵して水や麴の姿形はなくなり、甘酸っぱい乳白色の液体となり美味しくなるその美味しい飲み物は濁酒の初期状態になったアルコール性飲料であった。甘粥は自然に甘酒になってしまうものである。発酵を始めた甘酒の米醪は上方に上がり、さらに放置すると糖分がアルコールに変化していき、甘味が消失して濁酒になる。これは最早、甘粥や甘酒ではなく正真正銘の酒である⁴⁷⁾。

甘酒は冬場の温かい飲料というイメージがあるが、夏場の飲料として人気となっている。アミノ酸が十分に含まれた栄養飲料であり、アルコール分が0%、葡萄糖やビタミン群など豊富で飲む点滴と称されている。近年は夏場の販売が増えており、そのまま冷やして飲むのもよいが、牛乳や豆乳で割ったりして味わう方法も紹介されている。兵庫県姫路市の灘菊酒造の甘酒は麴と米のみを原料に造り置きしない新鮮さが売りである。国内有数の酒所・灘五郷でも大手を中心に年中、甘酒を造っている（『中日新聞』2015年7月9日、夕刊）。灘五郷（今津郷、東郷、中郷、西郷、下灘郷）は、江戸時代中期に伊丹や池田に代わって、西の銘醸地として大きく発展する。19世紀には優れた

酒造用水と称される宮水の発見、さらに寒造り酒造技術の向上などがあり、江戸市場を独占するに至った。とくに、沿岸部の灘地方は船積みの便が良かったので樽廻船問屋が集中し、酒を江戸へ大量輸送する体制が整備されていた江戸時代後期の文化文政期は、100万樽（年間）の酒が江戸に運搬された。当時の江戸の人口は約100万人だから、年間1人当たり4斗樽を消費したことになる。歴史的にみて日本人が最も日本酒を飲んだ時代といえる。文化文政期は小説家の滝沢馬琴、武亭三馬、戯曲家の鶴屋南北、浮世絵師の葛飾北斎、東洲斎写楽などが登場し、江戸の町人文化が開花した時代である。このような優れた芸術・文化は灘の酒によって醸成されたともいえよう⁴⁸⁾。

かくて、日本酒は一般的には特定名称酒と普通酒があるが、特定名称酒には原料、製造法、精米歩合により純米大吟醸、純米吟醸、特別純米、純米、大吟醸、吟醸、特別本醸造、本醸造などに区別される。普通酒は特定名称酒に当て填まらないものでレギュラー酒と呼んでいる。また、雑酒とされている濁酒があるが、濁酒が進化して清酒（日本酒）になったのである。それ故、濁酒造りを理解することが日本酒造りの正しい道なのである。

3. 日本酒の製造法

(1) 日本酒の酒造工程

周知のように、日本酒の酒造りに適した米は酒造好適米とっている。その酒好適米の生育には、日照りがよく、昼と夜の寒暖差が大きい土地が適しているとされている。米の種類によっては、山間部の棚田が良好とされるが、棚田には農耕具（機械）が入らないので、人海戦術となり作業効率は極端に低下する。それ故、当然のことだが収穫量は極めて少なくなる。また、酒造好適米は稲穂の背丈が非常に高く、普通に食べている一般米（普通米）より被害にも遭い易い。農家にとっては極めて取り扱い難い、厄介な品種でもある。そのため、酒造好適米は一般米より高い価格で取り引きされる。最近では地元の米を使用した酒造りが盛大となり、各地の気候・風土に適した米の研究・開発が進んでいる⁴⁹⁾。また、日本酒の成分の8割は水である。そのた

め水の善し悪が酒の品質を大きく左右する。酒造りに使用される水は適造水と呼称され、醸造用水（洗米や仕込み用の水）と瓶詰用水（洗瓶や割り水用の水）に使用・分類される。酒の原料となる仕込み用水が最も肝要であることは当然のことである水は一般に硬水（ミネラル分を多く含む水）と軟水（ミネラル分が少ない水）とに区分される。日本酒の仕込みには、軟水が適しており、軟水で仕込んだ日本酒は、酒質は軽く飲み易いとされている。因みに、酒造用水の硬度は高硬水：20度以上、硬水：20～14度、中硬水：14～8度、軽硬水：8～6度、中軟水：6～3度、軟水：3度以下となっている。日本の水は欧米などの醸造地の水と比べると驚くほど硬度が低いのである⁵⁰。

以上みたように、日本酒の原料は米と水が肝要であるが、それだけでは日本酒はできない。さらに大切なのが麴である。これらの3つを使用して酒が造られるようになったのは、奈良時代になってからである。それ以前は果実などが基本原料であったと思われる。果実には糖分と天然の酵母があり、これに水を加えれば発酵が進行する。味は原料に左右され、甘い果実なら発酵により甘酸っぱい、酸味のある味になる。このように奈良時代には今日と同様、米・水・麴により酒造りが始まるが当時は単に原料を混ぜて発酵させるものであった。だが、平安時代には次第に製造法が確立・洗練されてくると、酒味も徐々に上質なものと変化していった。室町時代には現在とほぼ変りのない製造法が完成していた。製造法が激変したのは第2次世界大戦中・戦後である。質よりも量が求められ大量生産時代になり、醸造アルコールや糖分を添加した三増酒が増加した。だが、その後このままでは本当の日本酒が消失してしまうと危ぶみ、伝統的な製法の見直しの動きが生じた。その流れが今日まで続いており、伝統的な製法に戻す酒蔵もある⁵¹。そこには、酒造りをする蔵人の想いが見受けられる。まず、蔵人はチームを組んで仕事する。その蔵人は酒造り職人の長でありリーダーでもある。杜氏とか頭司と呼び、酒造りの全責任を持っている。産地により役割名称は幾分異なるが、役割に応じて杜氏を補佐する頭、麴造りの責任者：麴師あるいは衛門、甌を造る責任者：甌廻り、蒸し米作業をする釜屋、実際に作業をする上人、中人、下人、

年少の見習いで食事支度する飯炊きなどがある。リーダーである杜氏に昇進するには、これら全工程の体験をしなければならない。杜氏は細やかな変化を見落さない注意深さ、深い洞察力、チームを率いる指導力などが必要となる。杜氏は完成された酒の品質で評価される世界の仕事であり、とくに第2次世界大戦前の杜氏は、仕事内容に相応しい敬意を払われ、待遇もよかった⁵²⁾。

それでは、日本酒造りの各段階をみておこう。その第1段階は、玄米から白米に磨くことから開始される。精米は玄米の外側部分を削り、白米にする作業のことで、米を削ることを磨くといっている。どの程度精米したかの値を精米歩合（玄米を削って残った白米の割合を%で表したもの）といい、一般に食べている精米歩合は95%程度である。日本酒造りの場合は70%、60%が普通、だが吟醸酒は50%、40%、30%と米を磨くのである。米を磨けば磨くほど酒質は向上するが、如何なる酒にしたいかによって、最適な精米歩合は異なる。精米歩合は数値の高低で日本酒の味わい香りに大差が生じるのである。第2段階は、精米された白米は一定期間休ませた後、洗米（糖など落す）と浸漬（吸水させる）の作業に入る。精米された米は割れ易く、吸水も速度が速く、割れ米や吸水し過ぎた米を蒸すと、蒸し米は粘っこいものになる。蒸し米の出来具合は、その後の麴造り、最終的には酒質に影響を与える。そのため、洗米・浸漬の作業は厳重な管理のもとで実施することである。第3段階は、浸漬を終了して水を含んだ白米は蒸しの工程に入るその目的は米をアルファ化（糊化）することである。それによりデンプン質が糖化し易くなる。蒸し米の出来・不出来は酒質を大きく左右するので、蔵人は蒸し米の具合に大いに神経を使うのである⁵³⁾。

第4段階は、麴造りである。酒造りでは一麴、二配、三造りと称されている。これらの工程の中で殊に重要なのが麴（製麴）である。製麴の原理は蒸し米に麴黴を生育させて造るという原理で麴蓋法と称される仕方である。それによると、まず蒸し米を麴室に入れ（引き込み）、種麴を播いて麴黴を植え付ける（床揉み）、床の上に1尺位積み上げ（寝かす）、途中1回位、通気のため掻き回す（切り返し）、麴黴は10時間位で芽をだして増殖し始める。麴の

種付けをしてから40時間位たつと麹黴の生育は最高潮に達し、42～43度程になってから2～5時間保って麹は仕上がる。麹室からだされる（出麹）。第5段階は、酒母造りである。より日本酒を造るためには、よい酵母を多くさん培養することで、これを酒母といい、また醗とも称している。本、元という言葉が当てた時代もあった。昔から酒造りの根幹をなすものとの認識があった。酒母造りには2つの様式がある。その1は、古来からの流れを汲むもので生醗（酒母）である。生醗は江戸時代後期の酒母造りであり、權と称される道具で醗摺り（山卸）してつぶすのが特徴である。その2は、明治時代になってからで、仕込み時、添加物を加えて造られるもので、日本酒の95%以上はこの合理化された速醸醗（酒母）である⁵⁴。速醸醗では醗仕込みの期間が1か月程度かかっていたのが、半分以下に短縮されるようになった。これら文字通り酒の元となる醗を称して速醸元と称している。今日では、醗は酵母さえあればよいという考えで、培養酵母のみを醗に添加する方法で実施されている⁵⁵。

第6段階は仕込み：醗を造りである。仕込みとは、酒母に麹、蒸し米、水を加えて醗を造る作業である。江戸時代から一般に実施されたのが三段仕込み法と称される日本酒独自の仕込み方法である。それは通常3回に分けて仕込みを行なうことをいう。第7段階は上槽、つまり醗から原酒を造ることである。発酵が終った醗を搾り、原酒と酒粕に分ける作業を上槽という。醗を搾ることで初めて酒（清酒）と称されるものが生れる。上槽方法には、(1) 槽（舟型の容器）、(2) 袋吊り（酒袋を吊す）、(3) 自動圧搾機（空気圧で搾る）の3つの種類がある。上槽の方法によって酒の味わいは変わってくるという。また、何時、搾るかという上槽のタイミングに加え、搾酒方法の搾出されるタイミングなど上槽による酒質への影響は色々である。第8段階は、搾酒を如何なる酒質（味わい）にするかの酒質調整のための作業である。一般的には酒に活性炭素を入れてから濾過するか、入れずに濾過機のフィルターを通すだけの素濾過の酒もある。また、火入れと称される低温加熱殺菌の工程もあり、それにより酒を安定した品質に保つこともできる。だが、新鮮な香味を残す目的で火入れをしないという選択肢もある。工程が一段落すると貯蔵庫

で貯蔵・保管され熟成される。第9段階、出荷前の最終調整の作業に入る。同原料、同工程で造られた酒でも貯蔵する容器により微妙に香味は異なる。目標とする酒質になるよう混合して調合する。香味や度数を調整する割り水の作業もするが、割り水をしない原酒のまま商品化することもある。最近では瓶詰め後に瓶ごと湯煎する瓶燻火入れもある。この方法により新鮮な香味を残すこともできる。このように出荷直前の工程に至るまで蔵人たちは目標とする酒質を追求するのである⁵⁶⁾。

仕上がった新酒には、普通酒（醸造アルコールと糖분을添加する）、本醸造酒（醸造アルコールを少量添加する）、純米酒（米および米麴のみが原料である）、吟醸酒（原材料の精白が50%程のものである）、大吟醸酒（原料米を50%以下、30%前後になるまで磨き上げるもの）などの種別がある。この後、普通酒、本醸造酒、純米酒はそのまま瓶詰めして出荷するが、吟醸酒、大吟醸酒などはそのまま貯蔵して、約半年後に熟成されて香りや味わいを円やかにした後、商品（製品）として市場へ出荷する⁵⁷⁾。市場は色々に定義できるが、一般的には、市場とは売り手と買い手が集合する物理的な場所を示す用語である。また、市場は広義的にも狭義的にも解釈することができる。広義的ではマス市場であり、極くありふれた製品を購買・消費する大衆を指す用語として使用される。その対極にあるのが、狭義的な個別市場という用語である。マス市場は漠然的であり、誰もが欲求する製品を造るのは困難で、それよりも一部の人が欲求される製品を造る方が簡単である。このような事情から、企業は細分化した市場（ミニ市場）を追求するようになった。だが、市場の細分化が進展すると、各市場の販売量が少なくなり、生き残る企業は僅かな企業となろう。経済、技術、文化などが変化するにつれて、人々の欲求、購買力も変化する。企業はこのような変化に気づかないでいると、今実践しているマーケティング活動は時代遅れになる⁵⁸⁾。企業が何処へ向かって何処へ向かうべきかを答えるには、多くの事情を考慮しなければならない。とくに、社会に何が生起し、捕えどころのない消費者（顧客）の心がどのような変化が起きているのかを検討しなければ答はでない。社会や消費者に関して

確実に判かっているのは、市場は絶えず変化しているという点である。その変化、あり方こそが企業にとって肝要なのである。企業が生存するためには何よりも一歩先にこれらの変化を予知し、手を打つことである。しかし、今日の変化は過去とは異なる特有の性格を有している。それは変化の速度が早くて、変化の中身が多様で、予測が困難なことである。それ故、過去からの発想や行動の仕方では生存し得ない。そのためには、変化を先取りし、絶えず自分を変化させねばならない⁵⁹⁾。

かくて、日本酒の酒造りに適した米は酒造好適米といっている。だが、農家にとって極めて取り扱い難い厄介な品種である。また、日本酒の成分は8割が水である。それ故、水の良否が酒の品質を大きく左右する。また、さらに大切なのが麴である。つまり、米、水、麴によって美味しい日本酒はできる。その酒造りの全責任を持っているのが杜氏であり、その仕事は市場で評価される。

(2) 飲酒の器

人が酒を飲むまで酒を入れて置く容器には、機能別にみると飲酒器、注酒器、温酒器、醸造器など色々などものがある。ここでは飲酒器の歩みについてみてみよう。その1は柏の葉：柏や笹など植物の葉を用いて、餅など包む習慣があるが、アジアでは柏や朴の葉を食器（酒器）として使用する習慣があった。古代の酒は粘度が高いので、葉っぱの盃でも零れることはなかった。その2は瓢・瓢は瓢箪、夕顔、冬瓜などのことで中身をくり抜き乾燥すれば、丈夫な盃になる。その3は貝：帆立貝や鮑貝などの貝殻は酒器として使用されていた。その4は土器：物を入れる古代の器を筥と呼ぶが、それは瓦筥（かわらげ）に由来するとされている。古代の盃は柏葉などの自然物から次いで素焼きの土器（杯）に変化した⁶⁰⁾。なお、特別の日に自ら醸造し、人々は神に供えた後に、人が飲酒するものであったが、時と共に酒に纏わる風習は変化しながら今日に至っている。酒の歴史と同時に酒器は存在し、酒の杯である盃（酒器）も同様である。つまり、酒と酒器の歴史は時を同じくしているといえ

る。縄文土器の中には碗の形状をなしているものがあり、酒杯に相当するものと推測されているが、他の液体を入れる用途に用いられたと考えられ、その区別すらなかったであろう。その後、酒杯形をしたものとして、弥生時代のカップ形の土器、古墳時代の浅鉢形の土器もでている。奈良・平安時代になると、新たに文字・絵画から杯に関する情報を得ることができる。奈良時代には文献に酒杯らしき杯、蓋などの文字がみられ、平安時代の絵巻物の中には酒器が描かれており、また漆塗りの高杯と共に土器と思われる酒杯がみられる（『市之倉の盃』2ページ）。焼物の造り方、つまり粘土を成形し、乾燥させて火で焼くと土器になることを如何にして発見したのか、それは悠久の時間の中で曖昧になっている。だが、科学的な調査により、土器が造られていた古代社会の生活様子を知ることができる。時代的経過と共に高度な焼成技術が開発されて窯は性能がよくなり、ついに水を通さない素地表面に施す釉薬が発見された。原始時代初期の段階では豊穰を祈る宗教的な儀式に用いる容器として、また安定した社会が到来すると、食料や種を入れる容器として土器が造られるようになった。粘土そのものは特定の形はないが、天然の粘土にはそこに含まれている水分量により、乾いた粉末状の固まりであったり、粘着性があって可塑性を持っていたり、固まりのある流動性であったり、様々な状況で産出する。粘土のこのような性状が陶器造りの各種用途に役立っている。とくに、可塑性のある状態は、陶工人の手に最も直接的に作用するのである⁶¹⁾。

各地で採取される粘土には各々の成分の違いによって、可塑性や耐火度に差がある。可塑性とはその粘土で造形が可能かどうか、つまりどの程度粘り気があるかということである。そして、粘土全般に共通した性質として、粘土で造形して焼物にするには、乾燥、素焼き、本焼きの各工程で少しずつ粘土は縮んでいくのである。この点はとくに注意が必要である⁶²⁾。次いで、その5は塗盃である。近世の塗盃は総朱漆塗で、内側に金の蒔絵が描かれている。式正では三つ組と呼称して下から大・中・小を3つ重ね盃台に乗せる。1つの盃で3度、合計9度酒を飲むのである。その6は猪口である。上が開き下

か窄んだ陶磁器製の器で、形が猪の口に類似している故に、この名前が付いている。盃も近年は漆盃を使用することは少なく、専ら磁器製の磁盃を用いる。磁器製の徳利と猪口の取り合せが始まったのは江戸時代末頃である。その7は可坏である。可杯とは盃の底に小穴を開けておき、指でその穴を塞いであら酒を満たす酒盃である。酒を飲み干さないと盃を下に置くことはできない。その8はガラス盃である。ガラスで盃を造る技術は古代・中世の日本にはなく、それ故ガラス製の酒盃はペルシャや中国から輸入された非常に高級な盃であった。多分、通常の酒宴では土器が使用されたと推測される。江戸時代末期頃になると、日本でも脚付きの藍色薩摩切子酒盃などが製作されるようになった⁶³。ガラスという用語のルーツは、ローマ・ゲルマン語できらきらしているものを意味している。ガラスは物質の状態を示す言葉で、物質の名前ではない。江戸時代にはガラスの器は玻璃（中国語でガラス）、瑠璃（ガラスの古称）、ぎやまん（オランダ語でダイヤモンド）、びいどろ（ポルトガル語でガラス）などと呼称されている。長崎や江戸で造られていた。なお、硝子をガラスと読むようになったのは、明治6年（1873）年に北品川に国立品川ガラス製作所ができてからである⁶⁴。

さて、中世になると新興の武家階級の出現、庶民生活の向上によって、政治・経済さらに文化面に亘って大きな変化がみられた。酒器でも発展がみられ、高級施釉陶器である古瀬戸焼の出現や漆塗りによる酒器が広く行き渡り、酒杯についても土器などに代って、漆器が多くみられるようになった。武家社会でも酒宴の進展をみるが、貴族社会のものとは異なり簡素な出陣の宴として開催された。たとえば、三三九度の盃事は出陣時の主従間で武運を祈念するといった一種の契約を交わすものと思われる。その後、日本での契約儀礼として広く実施され、今日でも結婚式の神事として、契約儀礼の平盃と共に伝達されている。桃山時代には美濃地方の各地で多彩な茶道具が製作され、志野・織部など桃山陶の盃も伝世されている。桃山陶の酒盃が何時頃から茶事席で用いられたかは明確ではないが、江戸時代初期の僧・茶人の安楽庵策伝によると、当時、織部盃が流行したと伝えている（前掲書『市之

倉の盃』2～4ページ)。なお、安楽庵策伝は桃山時代から江戸時代初期の京都誓願寺法主で、隠居後は寺内に竹林院を創設し、茶室偈安堂を設けた。安楽庵釜や安楽庵裂に名を残すと共に、笑話本・醒睡笑の著者（落語の祖）でもある⁶⁵⁾。前出の織部盃が流行したということは、千利休に代わる古田織部の茶に対する考え方が、器の世界にも反映したものと見える。桃山時代後期になると茶器としての美濃焼食器や盃も沢山現われてくる。酒器であっても、当時はやはり茶器、つまり懐石用具の1つであった。だが、茶を喫する精神的な利休の世界の中に、飲食（酒）する遊びを取り入れたのは古田織部であろう。桃山時代の酒器の中には、今様な徳利、ぐい呑類があり、この時代から徳利、盃（ぐい呑）の基本概念が生れたようだ。美濃焼（志野、織部、黄瀬戸…）のぐい呑で一段に珍重されたのは志野であった。また、織部には当時、舶載されてきたぎやまんを真似たものもある⁶⁶⁾。

江戸時代になると飲酒は庶民の間に定着し、江戸時代中期には、飲食店の数も増加し、食生活や飲酒の形態も多様化した。この頃になると陶磁器の盃が広く普及して、料理店や居酒屋を中心に土器や漆器を真似した磁器の平盃が行き渡った。より注ぎ易く飲み易い筒形の猪口、ぐい呑みに代替していった（前掲書『市之倉の盃』4ページ）。飲食店や居酒屋では、酒の注文ごとに盃や徳利を替えてくれる店があるが、それは飲む酒の種類や温度に抱泥している姿勢を示しているといえる。酒は瓶から注ぐより片口に一度、移して飲むと空気に触れ、それにより香りや味わいが誘いだされる。常温の酒を飲む時は、過度に薄くなく自分の手に馴染む酒器がよい。ぐい呑と称される酒器は燗酒に適し、常温には適していないとされている。甘味、辛味、苦味、渋味を感じるよう舌の先のみでなく、舌全体に酒が届くように口に当たるところは大き目の酒器がよく、大きいと口の中全体で美味しさが感じられる。冷酒は少し平べったい薄手の酒器がよく、燗酒は口が当たるところが厚手で、小さ目の陶磁器が適している⁶⁷⁾。このように日本酒は器によって香味が異なるので、その特徴を理解しておくことは大切である。酒器は素材別には陶器、磁器、ガラス、漆器、錫などがある。素材による特徴が最も表われ易いのが、

温度変化である。冷やか爛かによって酒器を選択するとよからう。形や大小にも左右されるが、一般的に磁器やガラスは温度が上昇し難いので冷酒がよく、陶器は保温性があるので爛酒によい。また、脚が付いているものは、酒器部分を手で直接持たないので温度は上昇し難い。だが、器の部分を直接持つものでは体温で酒が温められるので、その変化を楽しむこともできる。酒の香味は酒器の大小や形により変化する。器の厚い薄いで辛みの感じ方が異なる。薄いと早く舌に沿って酒が流れるので辛みを強く感じ易くなる。口径が広がっているものは香りが広がり易く、狭いものは広がり難く、その分香りを堪能できる。このように、日本酒は少しの違いで香味が変わるのである⁶⁸⁾。

さて、酒の味わいを豊かにするグラスについてみてみよう。店と家での飲酒の味わいが異なるのはグラスの影響が大きいとされている。酒はグラスに注がれた時から蒸発が始まるので、香りがグラスの縁に沿って立ち昇ってくる。香りを堪能するには酒の個性に適したグラスを選択することである。たとえば、赤のワイングラスは香り豊かで芳醇なフルタイプ古酒に適合している。口径が広いので舌全体に酒が拡大するが、返えしがあるため流れは穏やかで舌全体で探ることができる。白ワイングラスは低温熟成の吟醸タイプの古酒に適している。下側が横広がりて口が狭いので流れが立ち易く逃げ難い、冷たい酒が舌の横に流れると酸味が際立ち、舌の中心を流れるようになっていく。シェリーグラスは、位置的にはオールマイティでミディアムタイプの古酒に適している。口が狭く返えしも緩やかなので、一辺に運ぶ量をコントロールし易い。舌の中心を細く流れ、味わいを重く感じさせないので量を飲みたい時によい。デザートワイングラスは甘口の古酒、貴酸酒などの酒に適している。ボディが厚い気球型で、口径が狭く返えしが強いため、酒の舌先に集中して流れる。香りや甘味を十分に捉えることができる⁶⁹⁾。酒器は外見だけでなく香味も変化させる。美味しい酒は如何なる器で飲んでも美味しいのは勿論であるが、料理が器により美味しくみえるように、日本酒も酒器により趣が変化する。繊細な香り、味わいが特徴の日本酒にとって、器の素材、口径、形状の異なりは香味に少なからず影響を与える要因となる。

また、陶磁器は素朴な形と自然の風合いが調和した陶器は、信楽・備前・織部焼などあり、艶かでフォルムの美しい磁器は、九谷・有田焼などがある。金属は熱の伝導性に優れていて、注がれた日本酒の温度が保たれ易い。金属の種類によっては、酒の雑味をまろやかにするという説もある。ガラスは清涼感があり冷酒を注ぐ際に活躍する。透明な器であれば熟成酒、濁酒など色に特徴のある酒を飲む際に味わいと共に目で楽しめる。木は天然木から漆を塗った伝統工芸品まであり、木素材の器は仄かな移り香を感じさせる。なお、酒器専用器でなくても自分流に気に入ったものであれば、違った味わいで美味しく日本酒を飲めるものである。たとえば、そば猪口をぐい呑みの代わりに用いるなどである⁷⁰⁾。

さらに、ワンランクアップの高級な酒器の使用も一考の余地がある。酒器には工芸品として価値のあるものも沢山あり、中には驚くほどの高価格のものもある。普段の使用には勿体なくても、気に入りの宝物的な酒を入手した時には、酒器もそれなりに用意したいものである。そんな時のために多少価格が高くても特別な酒器があるとよい。たとえば、銀杯なども使用してみよう。高級な酒器を使用することで、日本酒を一層大切に味わうことができる上、銀は日本酒の味をまろやかにしたり抗菌作用もある。時には高価な器ありきで、それに相応しい日本酒を探してみるのもリッチな楽しみ方であるといえよう⁷¹⁾。リッチとはお金を言換えた言葉ではない。一般にはそのように誤解されているが、実際にはお金は富を象徴するものの1つでしかない。富の源泉は欲求であり、その欲求を満たし渴望を癒すのが富である。たとえば、居間の壁に欲しいと思う絵画を飾れば、高価でなくてもそれを眺める度に少しリッチな気分になれる。そして、預金、溜め込んだ食品や製品などの場合もある。富とは大まかに定義するならば効用と呼ばれるものである。つまり、何らかの形で満足を与えるか、あるいは別の形態の富と交換できるものである。何れの場合にも富は欲求が創出するものである⁷²⁾。このように、効用は欲求と相関をなしているが、欲求は直接的に測定することは無理である。だが、間接的に引き起こされた外的な現象を媒体として、欲求を測定すること

は可能である。その測定は欲求の実現や充足のために支払おうとする価格を介して実施される。さらには、その購入を行なった際、予期した満足とほぼ対応するような満足が実際生じるものと想定できることである⁷³⁾。なお、効用とは「個々の消費者が主観的に感ずる欲望的満足の程度」（『岩波小辞典経済学改訂版』64ページ）のことである。

かくて、市場に出廻った日本酒は飲酒器で飲むのであるが、桃山時代には志野・織部など桃山陶の盃が伝世されている。この時代から盃（ぐい呑）の基本概念が生れた。江戸時代になると飲酒は庶民の間に定着し、飲食店の数も増加し、飲酒の形態も多様化した。この頃になると陶磁器の盃が広く普及した。日本酒は器（盃）により香味が異なるので、その特徴を理解しておくことは大切である。

4. 市之倉の盃とさかづき美術館

(1) 多治見・市之倉の盃

慶応4年（1868）9月、慶応は明治と改号されて、明治元年9月となった。その頃、多治見地域には18か村あった。まず、多治見村、長瀬村など幕領の10か村は、すでに笠松県の支配下にあった。その後、小名田村、大原村、根本村、小木村（北）も次々と笠松県となる。甘原村、三の倉村、小木村（南）などは名古屋県となる。高田・土合欠築は岩村県となる。つまり、当時、地域には笠松県、名古屋県、岩村県の3つの県があったが、慶応4年（1868）11月に岐阜県に統一された。明治4年（1871）、岐阜県が生誕し、新しい県政が一步進んだ。そして、まず学制が公布され、各村に小学校が開かれ、庄屋、年寄は戸長・副戸長となり、村は大区・小区に編成された。多治見村域は大区に、笠原村は小区となる。明治7年（1874）、多治見村には郵便取扱所が設置され、商店も開かれ、近隣から移動が増え、まちは発展の兆しをみせた。また、焼物の生産・販売が盛んとなり、近在には笠原、下石、駄知、妻木などの窯業地があり、多治見はその集散地であった。近在から多治見に通ずる街道には下街道、今渡街道を頭に市之倉、妻木、下石、高田、笠原の諸街道が

あった。いずれも焼物の輸送道路である⁷⁴⁾。街道とは国中に通じる公道で、交通上重要な道路である（前掲書『広辞林〈第六版〉』307ページ）。道路とは、ある地点からある地点まで人・車・牛馬などが行けるように、人間が造った地上の道である（同上書、1412ページ）。道は江戸時代には、江戸の日本橋を出発点として、五街道が制定された。五街道とは東海道、中山道、甲州道中、奥州道中、日光道中の5つの道であるが、これらからは日本列島各地に繋がる街道が発していた。とくに、東海道には伊勢街道、北国街道、中国街道などが結ばれていた故、文字通り日本の大幹線であった⁷⁵⁾。さらに、東海道と並ぶ大動脈として中山道がある。中山道は東海道と共に江戸と京都を結んだ基幹道路である。だが、中山道は冬になると大雪など望ましくない災難が襲ったりする中部山岳地帯を通るが、それでも川が増水した時の川止めの面倒な煩わしさや渡海の危険が少ないため、姫様道中などは好んで利用された⁷⁶⁾。日本最古の官道と称されている山の辺の道は、飛鳥と平城を結ぶ重要な道であった。沿道には薬と酒の神として有名な石上神社、夜都岐神社、長岳寺、檜原神社、崇神天皇陵、景行天皇陵、相撲発祥の地・相撲神社がある。さらには、日本を代表する聖地の1つ熊野三山（熊野本宮本社、熊野那智大社、熊野速玉大社）に進む道・熊野古道がある。古道は大別して5つある。田辺から本宮・那智への中辺路、田辺から海岸沿いに那智への大辺路、高野山と本宮を結ぶ小辺路、伊勢から本宮への伊勢路、吉野から紀伊山地を縦断する修験の道、大峯奥駈道である⁷⁷⁾。平安・鎌倉時代の貴族たちは、護衛の武士や女官など数100人の同行者を随行して、熊野三山を目指した。その後、一般的に熊野詣が全盛になると、京都から熊野へ通じる熊野街道は切れ目なく続く旅人で、庶民たちの行列ができた。この状況から蟻の熊野詣と称された（『熊野本宮』3ページ）。

さて、明治22年（1885）、日本に市町村制が施行され、豊岡村、池田村、小泉村、姫治村が生れたが、多治見村のみが東濃で唯一、多治見町となった。この頃から多治見より郊外にでる街道開設が盛んになり、市之倉、川戸、生田新道が開通し、生田から次築に渡る土合橋が架かった。妻木、下石海道は

生田川に沿って開設された。土岐川の左岸を通り天ヶ橋を渡って玉野に至る玉野街道は高蔵寺を経て名古屋に至るので名古屋新道とも称した。明治30年(1895)代初頭、中央線の開通は陶都多治見にとって最も大きな出来事であった。それは、地場産業(陶磁器)は輸送費が製品コストに大きく影響するからである。明治時代末期より大正時代初期にかけて、各町村の区有財産は町村有財産となり、各区で実施されてきた道路修繕などは町村で実施するようになった。とくに、中央線開通後、曲折した古道は新道の開設にとって邪魔となり、不要道路の廃止、道路整備が徹底的に実施された。昭和時代となり、土岐川に昭和橋、記念橋が架橋され、これらの橋により土岐川を狭んで川南と川北の交通が増々密接となった。昭和12年(1937)、日華事変が勃発し、共に石炭・鉄鋼材の統制が始まり、陶磁器が鉄製品の代用として着目された。代用陶磁器の開発も本格的に取り組まざるを得なくなった。時局は正しく戦時体制下となり、昭和15年(1940)、多治見町は市制を施行した。昭和16年(1941)12月8日第2次世界大戦に突入する。緒戦の戦勝は東の間、戦局は悪化していった。昭和20年(1945)に入り爆撃は全土に及び7月には多治見市が敵機に銃撃され、多くの死傷者をだした。8月15日終戦を迎えた⁷⁸⁾。日本の戦後史はポツダム宣言の受諾から始まっている。この戦争を大東亜戦争とか15年戦争とか呼んでいるが、一般的には太平洋戦争または第2次世界大戦など呼称している。とかく、幾多の曲折を経て、3年9か月に亘った戦争は終わった。この歴史的体験は日本歴史始まって以来のことで、深刻な敗戦体験は個人的にも階層的にも色々見解があろうが、ここから日本の新しい1つの歴史的段階(変化)が始まったのである⁷⁹⁾。

考えるに、その始まりの最たるものは、人口構造の変化であろう。人口構造においてその重心移動が生ずれば、社会それ自体が変化する。社会の組織・問題はいうまでもなく、社会の風潮、性格、価値観までも変わる。もし、人口の重心移動が突如として生じれば、社会の骨格が揺動するのである⁸⁰⁾。その最重要な21世紀の現実、全く未経験の新しい問題が生じたことであり、破局的ともいふべき少子化の進行である。これは、人類史上初めてのものであ

る。すでにヨーロッパと日本では出生率が人口を維持できないところまで低下している。今や日本においては最も深刻であり、あらゆる組織が人口減少、とくに若年人口の減少という全く新しい現実を前提として、戦略を立てねばならない⁸¹⁾。なぜ、人口減少（少子化）が問題なのかに関して、一般的にいわれているのはマクロ社会の問題である。年齢構成の変化に伴った人口減少は労働力、社会保障負担、年金問題、経済成長などの問題に到着するからである⁸²⁾。人口減少などにより税収や地方交付税の減少も懸念され、多治見市でも厳しい状況が続いている。このような中では、あれもこれもと事業を実施することは困難である。実施する事業を取捨選択していく必要が生じる。そこで、企業誘致の推進や観光の強化などで収入増を図りながら、財源を有効に活用するためには、事業等の優先順位に配慮しながら正確さとスピードを持って、着実に実行しなければならない（『第六次多治見市総合計画〈2008～2015〉』1ページ）。多治見市の未来に向けて、現在平成28年度（2016）からスタートする第七次総合計画を策定している。多治見市では平成22年（2010）の国勢調査で11万2595人だった人口が、10年後には10万人を切ると推測されている。人口の減少、少子化、高齢化の進展などで、多治見市の持続性が問われている。まちづくり基本計画・まるごと元気！、多治見の実現に向けて、目指すまちの将来像を示し、その実現のために実施すべきことを明らかにする総合計画（平成28年～35年）を策定中である（『Tajimist』〈NO.2271〉2ページ）。

多治見市は美濃焼の生産・流通の拠点として繁栄し、今でも陶器蔵が残る本町オリベストリートを中心に、たじみ陶器まつり、それに合わせて商店街では多治見クリエータマーケット、クラフトフェアも開催する。市之倉オリベストリートでは陶祖祭、たかだ、おなだオリベストリートでは美濃焼民芸陶器の里、高田焼まつりを開催している（『中日新聞』2015年2月19日、朝刊）。ことに、明治維新以後、美濃地方の陶磁器産地内では地域ごとの分業化が進み、市之倉は壺の産地として知名度が上った。市之倉の壺の製作されることになったのは、地理的条件と産地状況がある。当時、市之倉の製品（壺）は

多治見・本郷へ出荷されており、市之倉と本郷に通じる道は原料費が増え交通便が長距離の上、最悪の細い坂道であった。そこで、比較的原料消費が少なく、山路輸送が馬でも可能な盃や煎茶碗など小型製品を製作することで活路を開いてきた。薄手の磁器による深盃は江戸時代後期に加藤重助らによって製作が始められた。碗形と広東形の盃は幕末から明治時代初頭に、加藤重助と3代目・加藤幸兵衛が、薄手の製品を得意としていた三川内からやってきた工人を使って焼成が始まったとされている（前掲書『市之倉の盃』4～5ページ）。三川内は長崎県佐世保市のことで、江永、木原などに所在する生産地とその製品を指すが、江戸時代は平戸藩であったため、平戸焼とも称していた。初期の製品は灰色の素地であったが、天草石が発見されてからは、この素地を用いて白素地の染付の磁器を大量に製作していた⁸³⁾。戦国時代、瀬戸は戦場となったため、陶工たちは山越えて美濃（美濃焼）に移住した。これを呼び戻したのが尾張藩主・徳川義直であった。江戸時代後期には九州の磁器に瀬戸は市場を奪われ不況に陥った。そこで、加藤民吉は磁器の秘法を探るため北九州へ向った。民吉は鍋島藩・有田の入国が嚴重のため、初め天草へ行き、後に有田の隣、佐世保三川内窯等に滞在した。そして、磁器製作の技術を習得して帰り瀬戸の危機を救ったのである⁸⁴⁾。美濃焼というのは多治見、土岐、瑞浪の3つの市を中心とした東濃一帯で造られている陶磁器を総称している。だが、美濃焼は江戸時代、尾張藩を通じて瀬戸物の名で販売されていたので、美濃焼は知られていなかった。だが、美濃焼は生産量でも日本最大規模で、家庭使用の60%近くは美濃で焼成されたものであった⁸⁵⁾。

明治時代になるとイギリス人のC. ドレッサーが来日、各地の伝統産業を視察すると共に殖産興業の指導をしており、市之倉も訪れている。明治10年（1877）、第1回内国勸業博覧会（博覧会）で、先述の加藤重助が染付草花画や大白（白磁）の盃を出品し高評価を得て花紋賞牌を受けている。また、第2回博覧会でも加藤吉兵衛が白地の盃で、加藤五平が細画の盃で褒状を受けている。第3回博覧会では加藤慶次郎が白磁石組盃、広東型盃、桜形盃、清玩盃で、加藤仲助が白磁盃で褒状を受けている。第5回博覧会では市之倉の出品者

19人中13人までが盃を出品しており、市之倉の代表的な製品として不動な地位を築いている（前掲書『市之倉の盃』5ページ）。明治維新を迎えた日本は、明治6年（1873）のウィーン万国博覧会（万博）、明治7年（1874）の第4回・ロンドン年次国際博を初め、殆どのあらゆる種類の万博に参加している⁸⁶⁾。万博の意義の位置づけとして、とくにパリ万博では人間の人間による搾取に代えて、機械による自然の活用を置くという産業ユートピアの実現化のためという大きな踏台となると思っていた。理由として、(1) 達成された進歩を事物という具体的な形で展示することにより、産業社会の素晴らしさを実感させられる。(2) 展示された優れた商品に対して、権威ある国際委員団が褒賞を授与することにより、国際的な高評価を得ることになる。(3) 世界各国の原材料も展示されているため、国内業者はこれまで国民が如何に割高な材料を使っていたか理解し、これが自由貿易の促進と万国目的協同に繋がる。(4) あらゆる事物を展示されることで、一般に科学（哲学）の必要性を理解させ、万国的理念に基づいた理想社会への跳躍を可能にする等である⁸⁷⁾。前述の盃は飲酒を目的とするが、それと異にするものに記念盃がある。この盃は種々の祝事に際し、贈答用に造られたもので、中でも当時の世想を反映した凱旋、除隊記念の盃が多いことである。より広く飲酒の習慣が確立していくのは、日清・日露戦争の際といわれている。両戦争で若者が戦地に赴く時、また戦地での飲酒習慣を身に付けて帰郷したものが一層広めた。日露戦争では盃の種類・量共に飛躍的に増加した。市之倉では注文が増加し盃杯が飛ぶように売れた。その後、第1次世界大戦、満洲事変の頃まで盃を贈る習慣は続いたが、日中戦争を経て衰退し、第2次世界大戦の終結で幕を閉じた。市之倉での盃生産はピーク時で全国生産の90%に達していたとされており、圧倒的な生産量を占めていた。今日でも以前の数量ではないが、盃の産地として、他より群を抜く存在であり、上質の盃を創出した精神は、現在生産されている製品に広く継承されている（前掲書『市之倉の盃』6～8ページ）。

かくて、明治維新以後、美濃地方の陶磁器産地内では、地域ごとの分業化が進み、市之倉は盃の産地として知名度が高かった。市之倉が盃を製作され

ることになったのは、地理的条件と産地状況がある。当時、市之倉の盃は多治見・本郷へ出荷されており、この間に通じる道は原料費が増え最悪の狭い坂道であった。そこで比較的原料消費が少なく、山路輸送が馬でも可能な盃など小型製品を製作することで活路を開いてきた。

(2) 市之倉さかづき美術館

美濃焼産地の1つである多治見市市之倉町の位置は多治見市の南端にあり、焼物の産地として愛知県瀬戸市との県境に隣接する山間の小さな町である。この町では鎌倉時代から山茶碗と呼称される無釉陶器が焼成されていた。江戸時代には美濃で最初に磁器が生産され、高品質さで江戸幕府本丸や京都村雲御所で使用されるまでになり、名声を知られるようになる。この時代から今日まで市之倉の焼物の特徴的作風となるのが磁器、染付け、そして盃である。このような市之倉のシンボルである盃をテーマにした美術館：市之倉さかづき美術館がある（前掲書『市之倉の盃』9ページ）。盃は Small Cup (Sakazuki) と表現している（『日本文化を英語で説明する辞書』233ページ）。また、市之倉さかづき美術館は Ichino Kura Sakazuki Art museum と表している（「市之倉さかづき美術館」）。美術館とは絵画、彫刻、工芸を初めとする造形芸術を主に扱う博物館であり、資料保存、研究、展示、収集機能を持つ研究・教育機関である。本来的には美術館ではなく、美術部門の博物館とするのが適切であろう。しかし、美術館では美術作品という美的価値、芸術性を持つ資料を扱い、人間の美的感情に焦点を当て、感性を育む役割を担うことから、鑑賞を第一義とする傾向も強いのも特徴的である。だが、近年では美術館での教育活動を求める傾向があり、複製資料や文献資料などの第2次資料の重要性も再評価されてきている。同時に美術作品はその様式、題材、材料などによって制作された時代を映す一種のメディアであり、それが持つ歴史的背景を学術情報として、伝えるものも美術館の役割であろう⁸⁸⁾。美術館とは、国際的には古代ギリシヤアの美の女神ミューズを祀った神殿ムセイオンを語源とするミュージアム (museum) という呼称が一般的である。日

本では第1回国内勸業博覧会が開かれた際、美術品、工芸品が陳列された部門を美術館と称したのが最初である。これは、現在の東京国立博物館に当る⁸⁹⁾。

さて、市之倉さかづき美術館は市之倉の中心部に位置し、平成14年(2002)にオープンしている(前掲書『市之倉の盃』9ページ)。それによると、1階はさかづき展示室：幕末から明治時代にかけての市之倉の盃をはじめ、全国とくに京都、有田、九谷などの盃を紹介している。世界の酒器展示室：青銅、金属、ガラス、木器製など酒に因んだ工芸を公開している。市之倉の名工展示室：明治時代のパリ万国博覧会や国内勸業博覧会に出品するなどの世界的評価を得た市之倉の名工・加藤五輔や加藤弥吉の珠玉の銘品を置いている。巨匠館：地元が輩出した人間国宝・巨匠、荒川豊蔵、加藤士師萌、5代加藤幸兵衛、加藤唐九郎、塚本快示、加藤卓男、鈴木蔵、加藤孝造の作品を展示している(『市之倉さかづき美術館』3~6ページ)。中でも現代美濃陶芸の頂点に立ったのは、多治見生れの荒川豊蔵である。豊蔵は大正時代中頃、京都・宮永東山窯の工場長として勤めていたが、昭和時代初め、鎌倉の北大路魯山人の星岡窯に招聘された。しかし、その後星岡窯を辞去し、久々利大萱に築窯する。豊蔵はすでに大萱で桃山時代の志野陶片などを採集していたが、そのことが美濃焼窯跡の大発見となった。豊蔵は志野・瀬戸黒等の復興に努め人間国宝となった。天正5年(1577)、加藤源十郎景成が大萱に開窯して以来、300年を経て桃山茶陶は再び豊蔵により、美濃の地に開花させたのである⁹⁰⁾。桃山茶陶を代表する美濃の焼物のうち、現在、黄瀬戸、瀬戸黒を製作する作家は、岐阜・愛知県に沢山いる。これらの作家は殆んどが志野、織部も製作するので、単に黄瀬戸とか瀬戸黒の作家と特定するのは難しいが、比較的得意とする作家と基準することはできる。たとえば、瀬戸黒の製作には窯から引出す工程があり、制約も多いが新窯でなければ不可能であったものが、今日では改良が進み沢山の作家が挑戦することになった。それらには、荒川武夫、加藤孝造、豊場惺也、安藤日出武、鈴木五郎、水野沢、美和隆治、鯉沢良二などがいる。瀬戸黒は元来、利休好みの造形であるが、今日の作家は織部好みの造形が多い⁹¹⁾。

次いで、市之倉さかづき美術館の併設のミュージアムショップでは、陶器・木工・金工・硝子など作家（常時100人余）作品が展示されている。また約1か月に入れ変わるギャラリー宙では、若手陶芸作家や斬新な取り組みをしている工房の商品など種々の分野の手工芸品、クラフト作品など紹介している。その他、薪を使用した炎で焼き上げる石窯ピザレストラン、幸兵衛窯の土と釉薬を利用しての作陶・絵付け体験や窯元巡りなどある。そして、4月と10月の陶器祭り、8月はビアガーデンなど沢山のイベントが催される（「今すぐ行ける！ぶらっと陶磁器のミュージアム」）。これらについて各々みてみよう。併設のミュージアムショップ：100余のボックスギャラリーがあり、ここではクラフトマンやアーティストの作品を展示・販売している。また、地元銘酒（三千盛…）、特産品（栃の実煎餅…）、ミュージアムグッズなど置いてある（前掲書『市之倉さかづき美術館』7ページ）。さらに、ショップでは2月14日のバレンタインデー用にと美濃焼の猪口（盃）を器にしたチョコレート・ちよこっとチョコが限定販売される。地元の窯元が製作した白磁の猪口に地元の洋菓子店が創出したチョコレート大粒が入っている。それらは、サクランボの酒・キルシュ、カラメルと洋梨のブランデー、国産ウイスキー・竹鶴の3つの種類を好きな大人の男性用に用意したとのことである（『中日新聞』2015年1月3日、朝刊）。ギャラリー宙では、東海地方の選り抜いた陶芸家20人による歳末歳始さかづき展が開かれた。ぐい呑を中心に徳利や片口を始め、酒器150点を展示・販売している。織部・志野・粉引・染付けなど伝統的技法による酒器の他、内側に仙人の絵を描いたり、全体を富士山に擬して加飾した作品などもある。酒器で宴席を楽しんでもらおうと中堅からベテランの陶芸家が毎年開いている（『中日新聞』2015年12月15日、朝刊）。

幸兵衛窯作陶館では、幸兵衛窯使用の土と釉薬を用い轆轤、手捻り、下絵付け、モザイクタイルアートなどの体験ができる。好評の7代目・加藤幸兵衛による直接指導日も開催される。設備としては、電動轆轤、蹴轆轤も用意しており、電気窯、手回しや電動切替轆轤、真空土練機、土練機械、陶芸小道具など揃えている（「幸兵衛窯作陶館」）。陶磁器の製作は、材料の粘土を山な

どから採掘し、ごみや不純物を除き、素地として作業場に積むことから始まる。形を造（作）る作業には手だけを使用する手捻り、簡単な道具を使う輪積み、板作り、型を用いる型作り、轆轤を使用する轆轤作りがある。手捻りは粘土の塊を指先や掌で伸ばし成形する手法である。最も簡易な方法で小さな器作りに適している。輪積みは粘土を紐状に巻き上げていく仕方である。紐作り、巻き上げなども称している。世界中で古くから土器、大型陶器の製作に用いられる技法である。板作りは板状にした粘土を張り合わせて作る方法である。中世以降に使用された方法で備前焼などの角鉢等にみられる。型作り（型打ち、型抜き、型起しともいう）は型に粘土を押し当てて器を作る仕方である。製品は型物と呼称され、型に模様を彫り込むと凹凸が逆になって製品に表われるので、細かな文様を全面的に施すのに適している。轆轤作りは最も一般的な陶磁器の成形方法で、遠心力により連続的回転を続ける台とそれを支える軸からなり、円板状の粘土を引きそれを型に載せる仕方で製作する。以前は手で回転させる手回し轆轤と足で回転させる蹴轤の2つの種類があったが、今日では電動で回転させる電動機が一般的である⁹²⁾。製陶技術の発明または実行は、あらゆる事情を考慮してみると、専断的であることは免れないが、野蛮と未開との間に境界線を決定するために選択しうる恐らく、最も効果的かつ決定的な標準であろう⁹³⁾。

また、陶の里市之倉窯巡りの窯元を示せば次の通りになる。幸兵衛窯、五平窯、丸モ高木陶器、美濃の国・住吉窯、幸輔窯、うつわの店・たかぎ、竹窯、貞山陶房、民宝窯、仙太郎窯、玉山窯、豊泉窯、喜山窯、廣千窯、山和加藤商店、祥山がま等である。これらの窯元は、各々雰囲気も異なるので気に入りの窯元を見付け得る。窯元巡りの途中、八幡神社があり、平成の陶天井を眺めることができる。それは150年程前、焼物職人たちが村の繁栄を願って熊野神社に絵天井を奉納した。その先人達の想を受け継ぎ、美濃の陶芸家や職人により80枚の陶板が新製され、平成19年（2007）八幡神社に納められた。ぜひ共立ち寄り、これらの先人と共に、市之倉陶業の陶祖・加藤与佐衛門常政にも思いを馳せたいものである（「2016市之倉陶祖祭」）。これからの

陶の里市之倉は、焼物の町としてのみでなく、すべての住民が幸せで住んで楽しいと実感できる環境づくりが必要かつ大切である。環境に負荷を与えない、市之倉の生活様式を実現して初めて、新しい市之倉焼の伝統と文化を創造する陶の里が生れる。そのためには市之倉を心底愛する人々が力を結集して、恵まれた自然と共に共生し得る町づくりを展開することが大事である誰もが訪れたい町、陶の里を創出することである。陶の里市之倉では陶器祭りを春・秋に開催している。春は陶の里蔵出し市、秋は陶の里フェスティバルである。これらは、市之倉焼の魅力を多くの人々に認知してもらうために窯元と住民が協力して、数々のイベントと共に実施しており、今日では代表的な祭りとなっている。人々との触れ合いの場として重視する陶の里市之倉ならではの催として、各地から沢山の人が訪れている（「陶の里市之倉」）。

かくて、このように盃の産地として知られる市之倉のシンボルである盃をテーマとした市之倉さかづき美術館が建っている。それらの内容はさかづき展示室、世界の酒器展示室、名工展示室、巨匠館等となっている。また、併設ミュージアムショップ、ギャラリー宙、作陶館、窯巡り、陶器祭りがある。それらは人々との触れ合いの場であり、最終的には誰もが訪れたい陶の里市之倉の創出にある。

むすび

世界の中には色々な酒があるが、酒とはビール、ウイスキー、ワイン、日本酒などアルコールを含む飲料のことである。その酒には酒税がかかっている。それは、一般的には酒は嗜好品で、その消費は担税力があること。対して国民の健康を守るための税金（酒税）で、酒税を課すことにより、酒の消費を健全的に抑制するためでもある。そして、酒は様々な原料や製法により、個性的な酒が造られる。たとえば、ビールは新石器時代という古い歴史を持っているだけに、各地域に根差した色々なビールが誕生している。また、最初にウイスキーを造ったのはスコットランド人とされており、ウイスキーは富を生むとして初めて課税している。さらにワインであるが、葡萄の原型

が誕生したのは中性代亜紀とされている。葡萄が地上に落下し、皮に付着していた酵母が発酵し、自然がワインを造ったとしている。日本は豊かな四季を持つ瑞穂の国であり、その稲穂から米を原料とした美味しい日本酒が生まれた。日本への稲作文化の伝来には、数々のルートが考えられるが、稲作の伝来と共に麴を用いた酒造技術の基術が伝えられている。日本での製法は麴、乳酸菌、酵母菌によって米の酸化とアルコール発酵を同時に行なうという独得のものであり、それが日本酒の特徴となっている。日本酒は一般に特定名称酒と普通酒があるが、特定名称酒には原料、製造法、精米歩合により、純米大吟醸、純米吟醸、特別純米、大吟醸、吟醸、特別本醸造、本醸造などに区別される。普通酒は特定名称酒に当て填まらないものでレギュラー酒と呼んでいる。また、雑酒とされている濁酒があるが、濁酒が進歩して清酒（日本酒）になったのである。それ故、濁酒造りを理解することが日本酒造りの正しい道となる。日本酒造りに適した米は酒造好適米といっている。だが、農家にとっては極めて取り扱いの難しい厄介な品種である。また、日本酒の成分は8割が水であり、水の良否が酒の品質に大きく左右する。

さらに、大切なのが麴である。つまり、米、水、麴により美味しい日本酒ができる。その酒造りの全責任を持っているのが杜氏であり、その仕事は市場で評価される。市場に出回った日本酒は飲食器で飲むのであるが、桃山時代には志野、織部など桃山陶の盃が伝世されている。この時代から盃（ぐい呑）の基本概念が生まれた。江戸時代になると飲酒は庶民の間に定着し、飲食店の数も増加し、飲酒の形態も多様化した。日本酒は器（盃）により香味が異なるので、その特徴を理解しておくことは大切である。明治維新以後、美濃地方の陶磁器産地内では、地域ごとの分業化が進み、市之倉は盃の産地として知名度は高かった。市之倉が盃を製作することになったのは、地理的条件と産地状況がある。当時、市之倉の盃は多治見・本郷へ出荷されており、この間に通じる道は原料費が増す最悪の狭い坂道であった。そこで、比較的原料費が少なく、山路輸送が馬でも可能な盃など小型製品を製作することで活路を開いていた。このように盃の産地として知られる市之倉には、市之倉の

シンボルである盃をテーマとした市之倉さかづき美術館が建っている。それら内容はさかづき展示室、世界の酒器展示室、名工展示室、巨匠館等となっている。また、併設ミュージアムショップ、ギャラリー宙、作陶館、窯巡り、陶器祭りがある。それらは人々との触れ合いの場であり、最終的には誰もが訪れたい陶の里市之倉の創造・創出である。

注

- 1) 佐藤成美著『おもしろサイエンスお酒の科学』日刊工業新聞社、2012年、2ページ。
- 2) 芥川靖彦、篠崎雄二著『図解 わかる税金』新星出版社、2015年、204～205ページ。
- 3) P. Kotler, *Marketing Management: analysis, planning and Control* (Fourth Edition). Prentice-Hall, Inc., 1980 P. コトラー著、村田昭治監修、小坂恕、正田聡、三村優美子訳『マーケティング・マネジメント（第4版）』〈競争の戦略時代の発想と展開〉プレジデント社、1990年、16ページ。
- 4) 佐藤成美著、前掲書（『おもしろサイエンスお酒の科学』）2～3ページ。
- 5) 稲保幸著『日本酒15,706種』〈日本全国の日本酒を網羅するデータブック〉誠光堂新光社、2007年、25ページ。
- 6) 城田吉孝「ブランド価値とマーケティング」加藤勇夫、宝田国広、尾崎眞編『現代のマーケティング論』ナカニシヤ出版、2006年、95～111ページ。
- 7) 高井眞「経済発展とマーケティングの進化」角松正雄、大石芳裕編著『国際マーケティング体系』ミネルヴァ書房、1996年、16ページ。
- 8) 稲保幸著、前掲書（『日本酒15,706種』〈日本全国の日本酒を網羅するデータブック〉）42ページ。
- 9) 武者英三監修『日本酒完全バイブル』ナツメ社、2015年、28～29ページ。
- 10) 酒蔵環境研究会編『挑戦する酒蔵』〈本物の日本酒をもとめて〉農山漁村文化協会、2007年、10～12ページ。
- 11) 稲保幸著、前掲書（『日本酒15,706種』〈日本全国の日本酒を網羅するデータブック〉）31ページ。
- 12) 吉田元著『ものと人間の文化史172・酒』法政大学出版局、2015年、35～37ページ。
- 13) 佐藤成美著、前掲書（『おもしろサイエンスお酒の科学』）5～6ページ。
- 14) 渡淳二監修、サッポロビール価値創造フロンティア研究所編『ビールの科学』（麦とホップが生み出すおいしさの秘密）講談社、2009年、56～60ページ。

- 15) 稲垣眞美著『ワインの常識』岩波書店、1996年、9～10ページ。
- 16) 川島智生著、アサヒグループホールディングス株式会社協力『近代日本のビール醸造史と産業遺産』（アサヒビール所蔵資料でたどる）談交社、2013年、4～8ページ。
- 17) G.D. Smith, *Beer: A Global History*, Reaktion Books in Edible Series, London, UK, 2014 G.D. スミス著、大間知子訳『ビールの歴史』〈「食」の図書館〉原書房、2014年、11～14ページ。
- 18) K.R. Kosar, *Whiskey: Global History*, Reaktion Books in Edible Series, London, UK, 2010 K.R. コザー著、神倉伸義訳『ウイスキーの歴史』（「食」の図書館）原書房、2015年、55～57ページ。
- 19) 佐藤成美著、前掲書（『おもしろサイエンスお酒の科学』）76～80ページ。
- 20) 古賀邦正著『ウイスキーの科学』（知るほどに飲みたくなる「熟成」の神秘）講談社、2009年、50～52ページ。
- 21) 清水健一著『ワインの科学』（「私のワイン」のさがし方）講談社、1999年、27～40ページ。
- 22) 稲垣眞美著、前掲書（『ワインの常識』）10～13ページ。
- 23) P.D. Bennett & H.H. Kassarian, *Consumer Behavior*, Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey, USA, 1972 P.D. ベネット、H.H. カサージアン著、井関利明、青池慎一郎訳『消費者行動』ダイヤモンド社、1982年、6ページ。
- 24) P. Kotler, *Marketing Insights from A to Z: 80 Concepts Every Mananer Needs to Know*, John Wiley & Sons International Rights Inc., 2003 P. コトラー著、恩蔵直人監訳、大川修二訳『コトラーのマーケティング・コンセプト』東洋経済新報社、2003年、40ページ。
- 25) 佐藤成美著、前掲書（『おもしろサイエンスお酒の科学』）102～103ページ。
- 26) 寺田好文著『日本酒入門』〈蔵元を訪れ美食を楽しむ〉ダイヤモンド社、2007年、26ページ。
- 27) 永田十蔵著『わが家でできるこだわり清酒』〈本格ドブログも指南〉農山漁村文化協会、2006年、11～14ページ。
- 28) 岡田早苗監修『発酵食品食材 & 使いこなし手帖』西東社、2012年、33ページ。
- 29) 寺田好文著、前掲書（『日本酒入門』〈蔵元を訪れ美食を楽しむ〉）27ページ。
- 30) 信濃毎日新聞社出版部編、川崎史郎、小林敬一著『酒蔵で訪ねる信州』信濃毎日新聞社、2008年、70ページ。
- 31) 福田克彦、北井一夫著、内山工房企画編集『自然流「日本酒」読本』農山漁村文化協会、1992年、76ページ。

- 32) 清水健一著、前掲書（『ワインの科学』〈「私のワイン」のさがし方〉）93～94ページ。
- 33) 寺田好文著、前掲書（『日本酒入門』〈蔵元を訪ね美食を楽しむ〉）28ページ。
- 34) 吉田元著、前掲書（『ものと人間の文化史172・酒』）231～233ページ。
- 35) 山本洋子『厳選日本酒手帖』〈知ればもっとおいしい！食通の常識〉世界文化社、2014年、112～113ページ。
- 36) 古賀邦正著、前掲書（『ウイスキーの科学』〈知るほどに飲みたくなる「熟成」の神秘〉）40～41ページ。
- 37) 清水健一著、前掲書（『ワインの科学』〈「私のワイン」のさがし方〉）156～168ページ。
- 38) 長谷川浩一監修、古川英二編集『日本酒事典』〈贅沢時間シリーズ〉学研パブリッシング、2014年、22～23ページ。
- 39) 山本洋子、前掲書（『厳選日本酒手帳』〈知ればもっとおいしい！食通の常識〉）2～3ページ。
- 40) 稲保幸著、前掲書（『日本酒15,706種』〈日本全国の日本酒を網羅するデータブック〉）38～40ページ。
- 41) P. Kotler, *op. cit.*, P. コトラー著、恩蔵直人監訳、大川修二訳、前掲書（『コトラーのマーケティング・コンセプト』）187～188ページ。
- 42) 山本洋子著、前掲書（『厳選日本酒手帳』〈知ればもっとおいしい！食通の常識〉）3～4ページ。
- 43) 同上書150～151ページ。
- 44) 稲保幸著、前掲書（『日本酒15,706種』〈日本全国の日本酒を網羅するデータブック〉）16ページ。
- 45) 永田十蔵著、前掲書（『わが家でできるこだわり清酒』〈本格ドブプロクも指南〉）14～32ページ。
- 46) 本郷明美著『どはどぶろくのど』（失われた酒を訪ねて）講談社、2011年、6～9ページ。
- 47) 林弘子著『和・発酵食づくり』晶文社、2009年、42～43ページ。
- 48) 酒蔵環境研究会編、前掲書（『挑戦する酒蔵』〈本物の日本酒を求めて〉）26ページ。
- 49) 武者英三監修、前掲書（『日本酒完全バイブル』）32～33ページ。
- 50) 信濃毎日新聞社出版部編、川崎史郎、小林敬一著、前掲書（『酒蔵で訪ねる信州』）126ページ。
- 51) 長谷川浩一監修、古川英二編集、前掲書（『日本酒事典』〈贅沢時間シリーズ〉）20～21ページ。
- 52) 吉田元著、前掲書（『ものと人間の文化史172・酒』）149～150ページ。

- 53) 武者英三監修、前掲書（『日本酒完全バイブル』）56～59ページ。
- 54) 秋山裕一著『日本酒』岩波書店、1994年、56～69ページ。
- 55) 永田十蔵著、前掲書（『わが家でできるこだわりの清酒』〈本格ドブ록も指南〉）36～38ページ。
- 56) 武者英三監修、前掲書（『日本酒完全バイブル』）68～75ページ。
- 57) 稲垣眞美著、前掲書（『ワインの常識』）155～157ページ。
- 58) P. Kotler. *op. cit.*, P. コトラー著、恩蔵直人監訳、大川修二訳、前掲書（『コトラーのマーケティング・コンセプト』）157～158ページ。
- 59) T. Levitt, *Innovation in Marketing New Perspectives for Profit and Growth* McGraw-Hill Book Company, 1962 T. レビット著、土岐坤訳『マーケティングの革新』（一未来戦略の視点一）ダイヤモンド社、1986年、15ページ。
- 60) 吉田元著、前掲書（『ものと人間の文化史172・酒』）215～218ページ。
- 61) E. Cooper, *A History of world Pottery*, Curtis Brown Group Ltd. London, 1988 E. クーパー著、南雲龍比古訳『世界の陶芸史』日貿出版社、1997年、17ページ。
- 62) 日本放送協会編、井高洋成著『陶芸入門』（NHK 趣味講座）日本放送出版協会、1987年、8ページ。
- 63) 吉田元著、前掲書（『ものと人間の文化史172・酒』）218～221ページ。
- 64) 加藤誠軌著『やきものから先進セラミックスへ』（一セラミックス概論 基礎編一）内田老鶴圃、2002年、16～17ページ。
- 65) 田中仙翁著『茶道ハンドブック新版』三省堂、2013年、218ページ。
- 66) 光芸出版編集部編『ぐい呑み楽し』光芸出版、1970年、30～31ページ。
- 67) 寺田好文著、前掲書（『日本酒入門』〈蔵元を訪れ美食を楽しむ〉）22ページ。
- 68) 長谷川浩一監修、古川英二編集、前掲書（『日本酒事典』〈贅沢時間シリーズ〉）60ページ。
- 69) 上野伸弘著『日本酒の古酒』（古酒・熟成酒・貴醸酒）実業之日本社、2008年、32ページ。
- 70) 武者英三監修、前掲書（『日本酒完全バイブル』）114～115ページ。
- 71) 長谷川浩一監修、古川英二編集、前掲書（『日本酒事典』〈贅沢時間シリーズ〉）63ページ。
- 72) A. Toffler & H. Toffler, *Revolutionary Wealth*, Alvin Toffler & Heidi Toffler c/o Curtis Brown, Ltd., 2006 A. トフラー、H. トフラー著、山岡洋一訳『富の未来』〈上〉講談社、2006年、49～50ページ。

- 73) A. Marshall, *Principles Economics*, Ninth Edition, Volume I, Text Macmillan and Co., Limited, 1980 A. マーシャル著、馬場啓之助訳『マーシャル経済学理論』II、東洋経済新報社、1980年、92～93ページ。
- 74) 多治見市史編『多治見市史』〈通史編下〉多治見市、1987年、1～3ページ。
- 75) 堺屋太一「世界一の『道』——東海道」新東海道物語を進める会編『新東海道物語』日本経済新聞社、2002年、1～7ページ。
- 76) 野田伊豆守著『持ち歩き旅の手帖 旧街道を歩く』交通新聞社、2004年、72～74ページ。
- 77) ウェスト・パブリッシング編『街道・古道を歩く〔西日本編〕』山と溪谷社、2006年、58～95ページ。
- 78) 多治見市史編、前掲書（『多治見市史』〈通史編下〉）5～18ページ。
- 79) 蠟山政道著『日本の歴史26』（よみがえる日本）中央公論社、1971年、27～31ページ。
- 80) P.F. Drucker, *The Unseen Revolution: How Pension Fund, Socialism come to America*, Harper & Row, Publishers Inc., New York, 1976 P.F. ドラッカー著、佐々木実智男、上田惇生訳『見えざる革命』（—来るべき高齢社会の衝撃—）ダイヤモンド社、1976年、130ページ。
- 81) P.F. Drucker, *Management challenges for The 21st Century*, Division of Harper collins Publishers, Inc., New York, USA, 1999 P.F. ドラッカー著、上田惇生訳『明日を支配するもの』（—21世紀のマネジメント革命—）ダイヤモンド社、1999年、49～52ページ。
- 82) 毎日新聞社人口問題調査会編『超少子化時代の未来学』論創社、2007年、188ページ。
- 83) 佐々木達夫著『日本史小百科〈陶器〉』東京堂出版、1994年、203ページ。
- 84) マガジントップ、湯本芳伯、菊地武志、時田慎也、伊嶋まどか編著『やきもの里を歩く』（～窯元と陶工たちをめぐる旅～）山海堂、2002年、109ページ。
- 85) 古川庄作、藤川清著『カラー日本のやきもの 12美濃』淡交社、1967年、151～154ページ。
- 86) 松村昌家著『大英帝国博覧会の歴史』（ロンドン・マンチェスター二都物語）ミネルヴァ書房、2014年、V ページ。
- 87) 鹿島茂著『サン・シモンの鉄の夢 絶景パリ万国博覧会』小学館、200年、144～145ページ。
- 88) 渡辺真衣「美術館」中村浩、青木豊編著『観光資源としての博物館』芙蓉書房出版、2016年、62ページ。
- 89) 暮沢剛巳著『現代美術のキーワード100』筑摩書房、2009年、208～209ページ。

- 90) 黒田和哉著『図鑑日本やきもの巡り』光芸出版、1988年、120ページ。
- 91) 古川庄作「黄瀬戸・瀬戸黒を生んだ人と自然」黒田和哉、村山武、古川庄作著『美濃＝志野・織部・黄瀬戸・黒瀬戸』（日本のやきもの②）講談社、1991年、142ページ。
- 92) 佐々木達夫著、前掲書（『日本史小百科〈陶磁〉』）38～39ページ。
- 93) L.H. Morgan, *Ancient Society or Researches in the Lines of Human Progress from Savagery through Barbarism to Civilization*, Macmillan, 1877 L.H. モルガン著、青山道夫訳『古代社会』（上）岩波書店、1990年、32ページ。

参考文献

- ・ P. コトラー著、村田昭治監修、小坂恕、正田聡、三村優美子訳『マーケティング・マネジメント（第4版）』（競争的戦略時代の発想と展開）プレジデント社、1990年。
- ・ G.D. スミス著、大間知子訳『ビールの歴史』（「食」の図書館）原書房、2014年。
- ・ K.R. コザー著、神倉伸義訳『ウイスキーの歴史』（「食」の図書館）原書房、2015年。
- ・ P.D. ベネット、H.H. カサージャン著、井関利明、青池慎一郎訳『消費者行動』ダイヤモンド社、1982年。
- ・ P. コトラー著、恩蔵直人監訳、大川修二訳『コトラーのマーケティング・コンセプト』東洋経済新報社、2003年。
- ・ T. レビット著、土岐坤訳『マーケティングの革新』（—未来戦略の視点—）ダイヤモンド社、1986年。
- ・ E. クーパー著、南雲龍比古訳『世界の陶芸史』日貿出版社、1997年。
- ・ A. トフラー、H. トフラー著、山岡洋一訳『富の未来』（上）講談社、2006年。
- ・ A. マーシャル著、馬場啓之助訳『マーシャル経済学理論』II、東洋経済新報社、1980年。
- ・ P.F. ドラッカー著、佐々木実智男、上田惇生訳『見えざる革命』（—来たるべき高齢社会の衝撃—）ダイヤモンド社、1976年。
- ・ P.F. ドラッカー著、上田惇生訳『明日を支配するもの』（—21世紀のマネジメント革命—）ダイヤモンド社、1999年。
- ・ L.H. モルガン著、青山道夫訳『古代社会』（上）岩波書店、1990年。
- ・ 佐藤成美著『おもしろサイエンスお酒の科学』日刊工業新聞社、2012年。
- ・ 芥川靖彦、篠崎雄二著『図解 わかる税金』新星出版社、2015年。
- ・ 稲保幸著『日本酒15,706種』（日本全国の日本酒を網羅するデータブック）誠光堂新光社、2007年。
- ・ 加藤勇夫、宝田国広、尾崎真編『現代のマーケティング論』ナカニシヤ出版、2006年。

- ・角松正雄、大石芳裕編著『国際マーケティング体系』ミネルヴァ書房、1996年。
- ・武者英三監修『日本酒完全バイブル』ナツメ社、2015年。
- ・酒蔵環境研究会編『挑戦する酒蔵』〈本物の日本酒をもとめて〉農山漁村文化協会、2007年。
- ・吉田元著『ものと人間の文化史172・酒』法政大学出版局、2015年。
- ・渡淳二監修、サッポロビール価値創造フロンティア研究会編『ビールの科学』（麦とホップが生み出すおいしさの秘密）講談社、2009年。
- ・稲垣真美著『ワインの常識』岩波書店、1996年。
- ・川島智生著、アサヒグループホールディングス株式会社協力『近代日本のビール醸造史と産業遺産』（アサヒビール所蔵資料でたどる）談交社、2013年。
- ・古賀邦正著『ウイスキーの科学』（知るほどに飲みたくなる「熟成」の神秘）講談社、2009年。
- ・清水健一著『ワインの科学』〈「私のワイン」のさがし方〉講談社、1999年。
- ・寺田好文著『日本酒入門』〈蔵元を訪ね美食を楽しむ〉ダイヤモンド社、2007年。
- ・永田十蔵著『わが家でできるこだわり清酒』（本格ドブ Rok 指南）農山漁村文化協会、2006年。
- ・岡田早苗監修『発酵食品食材 & 使いこなし手帖』西東社、2012年。
- ・信濃毎日新聞社出版部編、川崎史郎、小林敬一著『酒蔵で訪ねる信州』信濃毎日新聞社、2008年。
- ・福田克彦、北井一夫著、内山工房企画編集『自然流「日本酒」読本』農山漁村文化協会、1992年。
- ・山本洋子著『厳選日本酒手帖』〈知ればもっとおいしい！食通の常識〉世界文化社、2014年。
- ・長谷川浩一監修、古川英二編集『日本酒事典』〈贅沢時間シリーズ〉学研パブリッシング、2014年。
- ・本郷明美著『どはどぶろくのど』〈失われた酒を訪ねて〉講談社、2011年。
- ・林弘子著『和・発酵食づくり』晶文社、2009年。
- ・秋山裕一著『日本酒』岩波書店、1994年。
- ・日本放送協会編、井高洋成著『陶芸入門』（NHK 趣味講座）日本放送出版協会、1987年。
- ・加藤誠軌著『やきものから先進セラミックスへ』（一セラミックス概論基礎編一）内田老鶴圃、2002年。
- ・田中仙翁著『茶道ハンドブック新版』三省堂、2013年。

- ・光芸出版編集部編『ぐい呑み楽し』光芸出版、1970年。
- ・上野伸弘著『日本酒の古酒』（古酒・熟成酒・貴醸酒）実業之日本社、2008年。
- ・多治見市史編『多治見市史』（通史編下）多治見市、1987年。
- ・新東海道物語を進める会編『新東海道物語』日本経済新聞社、2002年。
- ・野田伊豆守著『持ち歩き旅の手帖 旧街道を歩く』交通新聞社、2004年。
- ・ウエスト・パブリッシング編『街道・古道を歩く〔西日本編〕』山と溪谷社、2006年。
- ・蠟山政道著『日本の歴史26』（よみがえる日本）中央公論社、1971年。
- ・毎日新聞社人口問題調査会編『超少子化時代の未来学』論創社、2007年。
- ・佐々木達夫著『日本史小百科〈陶磁〉』東京堂出版、1994年。
- ・マガジントップ、湯本芳伯、菊地武志、時田慎也、伊嶋まどか編著『やきもの里を歩く』（～窯元と陶工たちをめぐる旅へ）山海堂、2000年。
- ・古川庄作、藤川清著『カラー日本のやきもの 12美濃』淡交社、1967年。
- ・松村昌家著『大英帝国博覧会の歴史』（ロンドン・マンチェスター二都物語）ミネルヴァ書房、2014年。
- ・鹿島茂著『サン・シモンの鉄の夢 絶景パリ万国博覧会』小学館、2000年。
- ・中村浩、青木豊編著『観光資源としての博物館』芙蓉書房出版、2016年。
- ・暮沢剛巳著『現代美術のキーワード100』筑摩書房、2009年。
- ・黒田和哉著『図鑑日本やきもの巡り』光芸出版、1988年。
- ・黒田和哉、村山武、古川庄作著『美濃＝志野・織部・黄瀬戸・瀬戸黒』（日本のやきもの②）講談社、1991年。
- ・井上正仁、能見善久編『六法全書平成26年版 I』有斐閣、2014年。
- ・三省堂編修所編『広辞林〈第六版〉』三省堂、1983年。
- ・新村出編『広辞苑〈第二版補訂版〉』岩波書店、1980年。
- ・都留重人編『岩波小辞典経済学改訂版』岩波書店、1963年。
- ・多治見市役所企画部企画課編『第六次多治見市総合計画〈2008～2015〉』多治見市役所企画部企画課、2008年。
- ・本名信行、B・ホッフア編『日本文化を英語で説明する辞書』有斐閣、1987年。
- ・三省堂編修所編『ディリリーコンサイス英和辞典』三省堂、1966年。
- ・近藤いね子、高橋フミ編『小学館プログレッシブ和英中辞典』小学館、1992年。
- ・三次市役所商工観光課編『ガイド・ブックみよし』三次市役所商工観光課、1973年。
- ・多治見市役所企画部秘書広報編『Tajimist』〈NO.2271〉多治見市役所企画部秘書課広報、2015年8月。

- ・NHK サービスセンター編『NHK ウイクリーステラ 〈特別編集版〉』NHK サービスセンター、2015年2月6日。
- ・おりべくらぶ企画編集『おりべくらぶ 〈Vol.139〉』中広、2016年1月。
- ・多治見市役所商工観光課編『市之倉の盃』〈小さな器の壮大な物語〉第14号、多治見陶磁器商業協同組合、2007年3月。
- ・『熊野本宮』本宮町観光協会。
- ・『市之倉さかづき美術館』〈ようこそでのひらの宇宙へ〉市之倉陶磁器工業協同組合。
- ・「市之倉さかづき美術館」〈ようこそでのひらの宇宙へ〉協同組合陶の里いちのくら。
- ・「今すぐ行ける！ぶらっと陶磁器のミュージアム」東濃信用金庫。
- ・「幸兵衛窯作陶館」幸兵衛窯作陶館。
- ・「陶の里市之倉」〈ほんのり、のんびり、ときめき探し〉市之倉陶磁工業協同組合。
- ・「2016市之倉陶祖祭」市之倉陶磁工業協同組合。
- ・「広島三次ワイナリー」広島三次ワイナリー。
- ・『中日新聞』2015年1月3日、朝刊。
- ・『中日新聞』2015年2月19日、朝刊。
- ・『中日新聞』2015年6月13日、朝刊。
- ・『中日新聞』2015年7月9日、夕刊。
- ・『中日新聞』2015年9月2日、朝刊。
- ・『中日新聞』2015年10月18日、朝刊。
- ・『中日新聞』2015年12月15日、朝刊。
- ・『中日新聞』2016年2月2日、朝刊。

なお、本稿は名古屋外国語大学現代国際学部『紀要』第4号～第12号にかけての拙稿。多治見市役所商工観光課編『市之倉の盃』〈小さな器の壮大なる物語〉第14号、多治見陶磁器商工協同組合、2007年3月。武者英三監修『日本酒完全バイブル』ナツメ社、2015年。佐藤成美著『おもしろサイエンスお酒の科学』日刊工業新聞社、2012年。稲保幸著『日本酒15,706種』〈日本全国の日本酒を網羅するデータブック〉誠文堂新光社、2007年。吉田元著『ものと人間の文化史172・酒』法政大学出版局、2015年などをもとにした。