

「日本酒のブレンドとナショナル・ブランドの形成 ——戦前期の灘を事例として——」

---

## 0. はじめに

課題：戦前日本における日本酒の全国ブランド形成過程とその嗜好品文化にもたらした意味を考える。

キーワード：メーカーと問屋、商標、ブレンド、瓶詰、品質安定化、桶取引、税制、産地。

## 1. 明治期・東京にみる日本酒消費と問屋の商標

- ・時事新報（明治23年5月24日付）・・・「配剤物」信じ込ませるのが「小売酒屋のてれん手管」
- ・国木田独歩『号外』・・・「混成酒ばかり飲みます此不愉快な東京」
- ※「盲千人」（時事新報）と混ざりものへの嫌悪感とが共存する東京。
- ・問屋ごとに異なる酒銘・・・辰馬本家の場合、明治30年代には15種類以上の酒銘で出荷（資料1）。
- ・店・人・品質の信用による相対の取引関係と酒屋の思想。  
→メーカーによる自社商標での販売を困難に。

## 2. 灘の大規模酒造家による自己ブランド形成過程

- ・明治中期以降、東京以外の地方市場への販路拡大（資料2）。  
→自己指定商標による取引の成功。
- ・販売量の増加と生産量のギャップ→品質維持の問題。
- ・瓶詰による清酒販売の拡大 ※旧来の東京酒問屋の反発「酒問屋にびん詰を売らせる気か」
- ・精白技術の発達と高級酒の生産 ※消費者需要と一致する部分と他酒類との競合部分が共存。
- ・関東大震災と新興問屋の進出。

## 3. 桶取引（メーカー間）における産地の安定化

- ・恐慌期から景気回復期にかけての灘の酒造家  
大手：自己生産量抑制・買酒減少→買酒増加へ。  
中規模：自己銘柄による販路拡大模索→桶売増加へ（資料3）。
- ・桶取引参加者のメリット ※造石税制度下という条件、継続取引による品質安定性の確保。  
※「灘十大銘柄階級別成分表」（昭和10年度・大蔵省大阪局鑑定部調査）（資料4）

## 4. おわりに

- ・戦前の大産地・灘の発展：メトロポリタン・ブランドの灘酒が全国ブランド化する過程。
- ・ブレンドを通じて、工業製品としての性質「安定的品質の保持」を備える。  
→品質の優劣が製品に及ぼす影響は弱まる可能性も。 ※セカンド・ベストの合理性。
- ・産地としての特性は「味」の面では希薄になった可能性。  
→産地特性でなく商標による消費者の選択を求める。 ※近年は風土や作り手の思想重視か？
- ・日本酒文化やその歴史、楽しみ方等を広く一般に知らしめる方法は？ ※最近のハイボール

資料1 辰馬本家の登録商標

登録年	商標名	備考
1885年 (明治18)	白鳳、銀海、辰泉、地球一、白鹿	
1890年 (明治23)	吉辰、大福(マス)、萬福(マス)、 口福(カクク?)	
1891年 (明治24)	一(イチ)	
1894年 (明治27)	銀扇、銀華、鳳付白鹿	
1898年 (明治31)	辰頭、千徳(マス)	
1901年 (明治34)	倭武勇、都盛、愛寿	
1902年 (明治35)	充満、福鹿、千閑、日英、辰の誉	
1903年 (明治36)	仙鹿、群鹿、大鹿	
1904年 (明治37)	瑞鹿、優勝	
1905年 (明治38)	玉城	
1907年 (明治40)	発展	
1910年 (明治43)	百鹿	
1914年 (大正元)	○辰(マルタツ)白鹿、白鹿正宗	聯合商標となる
1916年 (大正5)	金ベタ白鹿正宗、紅葉白鹿、 金ベタ鳳白鹿、肩貼英文白鹿	聯合商標となる
1921年 (大正10)	長生自得千年寿、宜春苑、 モミジ輪廓白鹿、旧鹿、向鹿、匂鹿	聯合商標となる
1923年 (大正12)	両点白鹿、台鹿、定紋白鹿、 富士白鹿、千秋万歳白鹿、 日章白鹿、鳳白鹿、○辰(マルタツ)白鹿、 鏡白鹿、元祖白鹿、紅葉白鹿、本白鹿、 ○辰(マルタツ)、○辰(マルタツ)正宗	聯合商標
1927年 (昭和2)	黒松白鹿、青松白鹿、墨松白鹿、 楓白鹿、緑白鹿、伯鹿、ハクシカ、 ハククロク、シロシカ、天下の白鹿	聯合商標

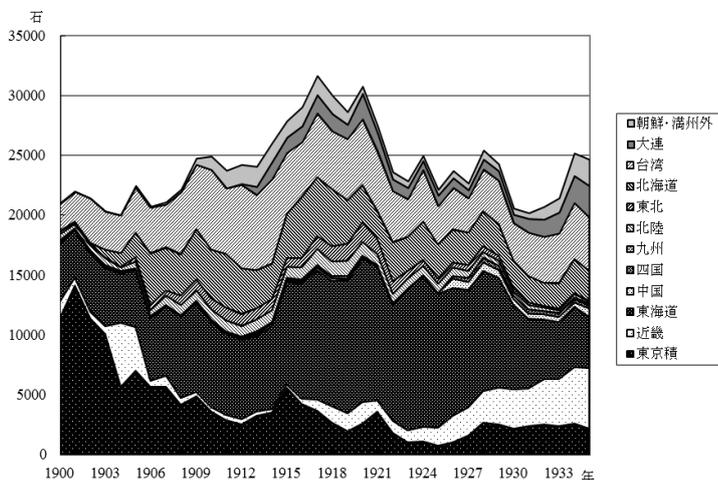
出所：『稿本』(第16巻)より作成。

資料4 灘十大銘柄階級別成分表

酒銘	階級	清酒 メートル (度)	酒精 (%)	エキス (%)	総酸 (%)	原エキス (%)
大関	上	-13.35	15.65	7.8	0.1357	32.68
	中	-12.25	15.20	8.1	0.1357	32.25
	下	-0.05	17.12	5.9	0.1416	33.15
東自慢	上	-18.45	15.47	8.7	0.1298	33.28
	中	-26.40	15.02	9.8	0.1298	33.65
	下	-23.40	14.30	9.0	0.1298	31.70
白鹿	上	-9.55	16.22	7.4	0.1416	33.20
	中	-10.30	16.40	7.3	0.1475	33.40
	下	2.15	16.76	6.0	0.1475	32.60
日本盛	上	-20.40	15.00	9.0	0.1298	33.39
	中	-11.10	16.40	8.3	0.1298	34.35
	下	-2.45	18.17	6.5	0.1416	35.38
桜正宗	上	-11.70	15.23	7.4	0.1357	31.60
	中	-0.30	17.40	6.1	0.1652	33.85
	下	-0.65	16.70	6.2	0.1475	32.80
白鶴	上	1.60	18.53	5.8	0.1534	35.25
	中	9.70	17.68	4.7	0.1475	32.80
	下	-7.30	15.90	7.3	0.1446	32.59
菊正宗	上	-2.60	17.50	6.6	0.1475	34.45
	中	-0.46	17.33	6.4	0.1475	34.00
	下	-1.00	17.60	6.5	0.1446	34.50
富久娘	上	-5.25	16.50	7.0	0.1416	33.25
	中	-5.70	16.00	6.9	0.1446	32.33
	下	-4.75	15.92	6.5	0.1564	31.90
忠勇	上	-6.35	16.31	6.5	0.1534	32.45
	中	2.65	17.30	5.4	0.1593	32.91
	下	-0.25	16.20	5.9	0.1475	31.65
金盃	上	-12.30	15.00	7.3	0.1121	31.15
	中	-11.45	15.00	7.4	0.1151	31.27
	下	-12.35	15.08	8.8	0.1062	32.75

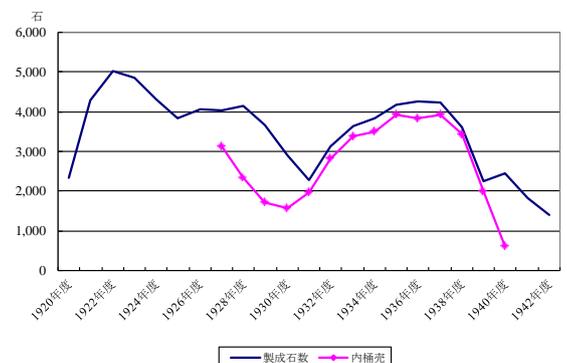
出所：「昭和十年度大阪局鑑定部調査」『濱田徳海史料』より作成。  
備考1:清酒メートルは、15℃にした清酒が4℃の蒸留水と同じ重さの  
ときに0とする。糖分含有量により重くなるほど「-」、つまり  
甘口となる。  
備考2:酒精は、アルコール度数。  
備考3:エキスは、醱液または清酒中に溶けている成分のこと。原エキ  
スは、エキス分とアルコールに変化したブドウ糖量を加えた量。  
原エキス分(%)=エキス分(%) + アルコール度数×1.5894  
備考4:総酸には、琥珀酸とロソール酸が含まれる。

資料2 辰馬本家の地域別販売石数の推移



出所：『稿本』(第1~2巻)より作成。

資料3 灘中規模酒造家の生産量と桶売量



出所：『摂津灘五郡清酒造石高調査表』各年度版、『売原簿』(松尾家文書3258-60)より作成。