

特定非営利活動法人鳳雛塾

あかす 佐賀県赤酢プロジェクト

—新規事業創造—

琥珀色の液体の入った小瓶の蓋を開けて恐る恐る鼻腔に近づけてみると甘い香りがする。予想していた^{むせかえる}ような強い香りはしない。ウィスキーのミニチュアボトルのような5本の可愛い小瓶には色の濃さの違う褐色の液体が入っている。小瓶のラベルはそれぞれ個性のある色でデザインされ、「佐賀の赤酢」の堂々たる筆文字の右側に日本酒の蔵元のロゴが誇らしげに配置されている。



図 1 「佐賀の赤酢」の商品ラインナップ

このケースは、赤酢と出会い赤酢を使って地元佐賀の活性化に貢献しようとする一人の起業家を主人公としている。

佐賀の赤酢と日本の食用酢の歴史

佐賀県は古くから日本有数の「米どころ」として知られている。佐賀の豊かな水源と肥沃な土壌は、米だけでなく酒造りに適した条件ともなっていた。

本ケース教材は、特定非営利活動法人鳳雛塾専任講師の梁井宏幸が作成しました。このケースは、経営管理に関する適切あるいは不適切な処理を例示することを意図したものではありません。作成にあたり、株式会社 HONZAN 代表 本山智子氏に取材ならびに資料提供に多大なるご協力をいただきました。ここに感謝の意を表します。(2025年4月9日)

「酒どころ佐賀」は、佐賀藩 10 代藩主鍋島直正公が疲弊した藩財政を立て直すために酒造りを奨励したことによって成立し、清酒造りは地域の産業として定着した。佐賀の清酒は品質の高さを誇り、地元のみならず広く愛されるようになった。近年は、佐賀県内の酒蔵の多くのブランドが国際的なコンクール等で上位入賞する実績を積み重ね「酒どころ佐賀」は全国の注目を集めている。

日本酒の製造過程では副産物として大量の酒粕が発生する。赤酢の生産は、この酒粕を有効活用する取り組みとして始まった。赤酢はその名の通り、普通の酢より赤っぽい褐色をしている。これは出来たばかりの白い酒粕を最低でも 1 年以上熟成させる間に、赤味噌やハイカカオチョコレートのような濃い褐色になるためであった。

赤酢は江戸時代から寿司酢として使われてきた日本独自の調味料で、佐賀のような酒どころには特に適した製品であった。また、赤酢には一般的な酢よりもアミノ酸が豊富な食酢として優れていたが、近年ではほとんど製造されなくなっていた。

その背景には食酢の製造技術の発展の変遷があった¹。

江戸時代には米酢を効率的に製造する技術が発展し全国で生産が拡大したが、大正時代には発酵工程を必要としない「合成酢」が登場し、安価で大量に生産できるようになり食酢醸造業は大打撃をうけた。昭和に入って戦時下の統制経済の中で、酢酸が統制品に指定されたため醸造酢販売量は回復したが、その後、酒粕も統制品となり、さらにメーカーへの原料米の供給も遮断されて食酢の製造は停滞した²。

戦後の復興期には合成酢の表示義務化により再び醸造酢が主流となったが、大量生産化が進んだ。その契機となったのはイノベーションであった。

昭和 29 年（1954 年）に西ドイツで「アセテーター」と呼ばれる深部発酵装置が開発され、これを皮切りに日本でも深部発酵法が導入された。この技術は、従来の表面発酵法に比べて生産速度が速く、大量かつ安定した生産を可能にした。さらに、昭和 30 年代（1960 年代）にはアメリカから「キャビテーター」という装置が導入され、発酵効率が飛躍的に向上した。これらの装置を用いることで、アルコールを効率的に酢酸へ変換する技術が確立され、短期間で高品質な醸造酢を大量に製造できるようになったのである。

これらのイノベーションにより、醸造酢は安価に広く普及し、家庭や業務用として需要を満たすことが可能となり、赤酢の需要は大きく減少した。

¹ 「食酢製造技術から見た 100 年の歩み—日本醸造協会創立 100 周年によせて」 ((株)ミツカングループ本社中央研究所、山田巳喜男著、日本醸造協会誌 101 巻 (2006) 9 号)

² 食用酢の分類については参考資料 1 を参照。