

寡占化するスコッチ産業

— 本格焼酎産業との関連で —

中 野 元

はじめに

2000～2002年度までの本学産業経営研究所の助成共同研究プロジェクトとその成果から、われわれは日本の「しょうちゅう」産業は現在新たな時代を迎えていることを明らかにした¹⁾。同時に、これから将来的に検討すべき課題が様々な生じていることも示した。この新しい時代にあって「しょうちゅう」産業全体はどのような再編を遂げていくのであろうか。「しょうちゅう」産業のなかでも歴史的にまた品質的にもその中心的担い手であった九州を主産地とする本格焼酎産業は、WTO時代を迎えグローバル市場化という国際的環境変化のなかで今後どのような課題に直面していくのであろうか。等々。

こうした課題を検討する際、イギリス・スコットランドの中心産業であるスコッチ産業の歴史的発展過程と現状を整理することはいろんな意味で有意義であると考えようになった。というのも、スコッチ産業における1890年代から20世紀初頭の発展過程は「しょうちゅう」産業の発展過程と少なからず似ているからである。たとえば、本格焼酎産業の発展過程が甲類焼酎の販売拡大や多様なブレンド製品化への製品の広がりをともなって進んでいるという現象は、スコッチ産業の発展がモルト、グレーン、ブレンデッドの製品の広がりをともなっていたのと同じ現象である。製品の関係でみると、スコッチのモルトが日本の本格焼酎に当たる。また、

スコッチ産業は国際的な環境変化への積極的な対応を通じて飛躍を遂げてきたのであるが、その過程は大手酒類資本あるいは国際的企業グループによる寡占化の過程であった。「しょうちゅう」産業においても今日グローバル化という国際的環境変化のなかで新たな再編が起こりつつあるが、それは当該「しょうちゅう」市場への甲類大手メーカーやビール大手総合酒類メーカーさらに灘の大手清酒メーカーなどによる一斉的な参入という形で現れている。その意味では、今後寡占化が進むのかどうかを含めて「しょうちゅう」産業の将来的再編を検討する場合に、スコッチ産業の発展過程との比較検討を行うことは有意義となる。

本稿では、こうした課題意識を持ちながら、少なくともスコッチ産業の発展過程と寡占化過程の特徴を明らかにしたい。というのも、そもそもこれまで日本におけるスコッチ産業の研究はそれほど集積されてきたわけではないため、基本的な歴史的過程の諸特徴を明らかにすることはそれ自体固有の意義を有しているからである。それゆえ、本格焼酎産業のこれまでの過程とスコッチ産業のそれとの共通点・相違点あるいはこれからの課題については、紙数の関係からも簡潔に検討するにとどめたい。

1) その成果は、熊本学園大学産業経営研究所研究叢書34『アジアの焼酎、九州の焼酎 — WTO時代の戦略課題 —』（2003年）や『しょうちゅう産業の未来戦略』（ミネルヴァ書房、2003年）でまとめられている。

1. スコッチ業界における産業構造の特徴

(1) スコッチウイスキーの定義

そもそもスコッチウイスキーとは何か。それは厳密にはイギリスの法律で定義されている。ただ後にもるように、その定義は歴史的にはまずモルト業界とグレーン、ブレンデッド業界との闘い(「ウイスキー論争」)を通じて法律として1909年に制定されたものが最初であり、その後1988年に改正・整備され現在のスコッチウイスキー法として具体的に規定されている。簡単にまとめると以下ようになる。

まず第1に、スコットランドの蒸留所で水と大麦(他の穀物を加えてもよい)を原料に大麦麦芽を糖化するのだが、その際麦芽内生の酵素作用によって糖質に変え、それにイースト

菌だけを加えて発酵させたものであること。第2に、使用した原料、製造工程から引き出された芳香と風味を損なうことなく、アルコール度94.8%以下で蒸留されたものであること。第3に、容量700ℓを超えないオーク樽に詰めて最低3年間スコットランドの保税貯蔵庫内で熟成されたものであること。第4に、ボトル詰め時の最低アルコール度は40度であること。第5に、水とスピリッツカラメル(甘味を除いた天然のカラメル)以外は加えられていないこと、などである。さらに、ラベルについては、たとえばブレンデッド・ウイスキーの場合その中に含まれているモルトとグレーンのうち最も熟成期間の短い年数を記載しなければならないという規定もある²⁾。

表1は、スコッチウイスキーの生産工程を示

表1 モルト、グレーン、ブレンデッドの各種ウイスキーの生産工程

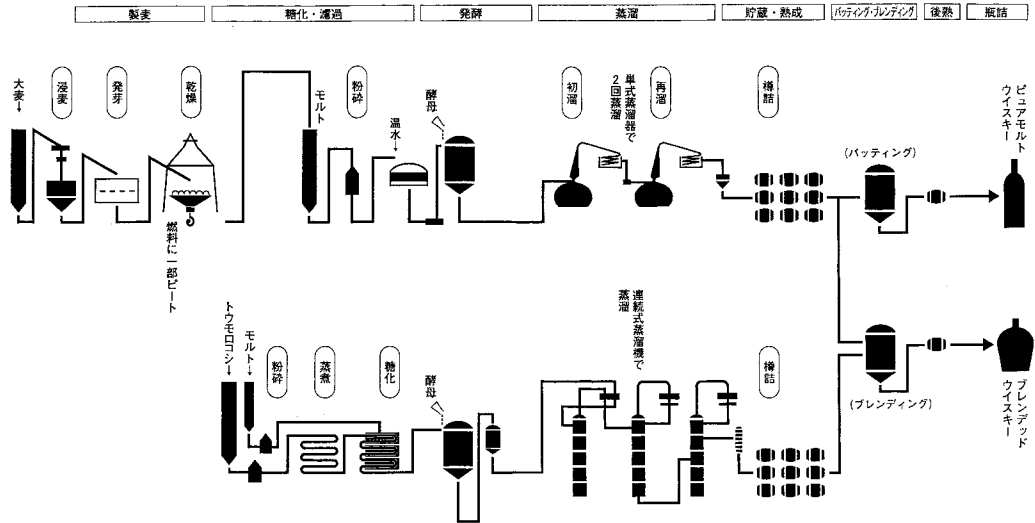
	<グレーン>	<モルト>	モルト工程の具体的内容
1. 麦芽工程		大麦 ↓ 発芽 乾燥	・水槽に大麦を浸す ・コンクリートの床上で発芽を促す ・発芽した大麦をキルン(麦芽乾燥室)で石炭やピートで乾燥させる
2. 糖化 (仕込み)	トウモロコシ等の穀物 粉碎 蒸煮 糖化 糖化もろみ	大麦麦芽 粉碎 糖化 濾過 麦汁	・乾燥麦芽を粉碎, 粉状(グリスト)にする ・グリストをマッシュ・タン(糖化槽)の中でお湯と混合・攪拌し, 麦汁(ウォート)を造る
3. 発酵	← 酵母 → 発酵 ウォッシュ	発酵 ウォッシュ	・麦汁(ウォート)を一旦冷却し, ウォッシュ・バック(発酵槽)に移し, イースト菌で発酵
4. 蒸留	連続蒸留	単式蒸留 初溜, 再溜	・ポット・スティル(単式蒸留器)で標準的には2回, 業者によっては3回蒸留
5. 熟成 (貯蔵)	ニューメイク 熟成 グレーン・ウイスキー	ニュー・スピリッツ 熟成 モルト・ウイスキー	・スピリッツはオーク材の樽で熟成 ・最低3年間の熟成が義務づけられる
6. ブレンド	ブレンド 後熟	後熟	
7. 瓶詰め	瓶詰め ブレンデッド・ウイスキー	瓶詰め シングルモルト・ウイスキー	・モルトだけ(普通4~5種類)をかけ合わせたもの= ヴァァティッドモルト・ウイスキー

2) スコッチウイスキーの定義については、土屋守『スコッチ三昧』(新潮選書, 2000年), 双神酔水『スコッチ・ウイスキー雑学ノート』(ダイヤモンド社, 2000年)などを参照。

寡占化するスコッチ産業

〈参考図〉

■モルトウイスキー製造工程



■グレインウイスキー製造工程

嶋谷幸雄『ウイスキーシンフォニー』（たる出版，2003年）pp.40-41

したものである。（それを図示したものが参考図である。）このスコッチウイスキーを定義する場合、その基本になっているのはモルト・ウイスキーの生産工程であり、産地規定・表示規定である。というのは、このモルト・ウイスキーは歴史的にも古くから造られ、ハイランドを中心としたスコットランドの地で地元住民から愛され育まれてきたウイスキーだからである。また、スコッチウイスキーを製造する工程の上でもモルト・ウイスキーはそのベースとなっているからである。それゆえ、ガイドブックや写真集などで世界に紹介されるスコッチウイスキー蒸留所は、ほとんどモルト蒸留所である。発芽した麦芽を乾燥させるキルンは「とんがり帽子」の独特な建物であり、乾燥のために使われるピート（泥炭）もスコットランド特有のものである。双方ともモルト蒸留所になくはない景観・風情である。

ただ、スコッチウイスキーは歴史にあるいは製品形成上もモルト・ウイスキーをベースに

しているものの、他方ではグレーン・ウイスキーが果たす役割も大きい。その典型は、ブレンドイングである。最近でこそシングルモルトの評判も高まってきているが、それまではむしろスコッチウイスキーといえばモルト・ウイスキーとグレーン・ウイスキーを独自にブレンドした製品（ブレンドド・ウイスキー）であった。このブレンドド・ウイスキーは、たとえば Ballantine, Bell そして Johnnie Walker などに代表されるような、知名度の高いスコッチとして世界中の愛飲家を魅了した。

そのグレーン・ウイスキーはどのようにつくられるのかといえば、蒸気によってもろみの中からアルコールを連続して抽出してつくるものであり、一般的には現在アルコール工業で行われている生産方法＝連続式蒸留生産方式と基本的に同じものである。歴史的には、1830年代前後からスコットランドで発明、実用化が進んだものである。この製造法は近代的工業設備による大量生産を実現しており、資本力とともに

大量の原料確保さらには大消費市場を必要としていた。これが、ローランド地域（エジンバラやグラスゴーなどスコットランドの主要都市が集っている地域）でグリーン・ウイスキー産業が急速に発展した理由だった。この安価で大量に生産されかつ無臭のグリーン・ウイスキーは、味や香りで個性が強いモルト・ウイスキーと混ぜ合わせる（ブレンド）することによって消費者受けする製品となり、急速な市場拡大を実現したのだった。

グリーン・ウイスキーのグリーンとは穀物一般のことであり、大麦には限定されていない。実際に、大麦よりも安価なトウモロコシをはじめとしてライ麦、小麦なども使用されている。しかも、この産業の発展は1846年穀物法の撤廃によるヨーロッパ大陸からの安価で大量の穀物原料の調達によってもたらされた。麦芽による糖化が行われていれば、大麦に限らず他の穀物（外国からの輸入も含めて）を使用したとしてもスコッチウイスキーの定義をなんら損なうものとはなっていない。さらに、ピート（泥炭）で麦芽を乾燥させ香りをつけるかどうかスコッチウイスキーの定義を左右するものではない。外国から原酒を輸入しそれをスコットランドでブレンドしたりすれば、それはスコッチと呼ぶことは出来ない。しかし、スコットランドで生産され（麦芽による糖化、イースト菌による発酵、蒸留）、オーク樽で3年以上熟成など、これらの条件をクリアすれば基本的にスコッチウイスキーとなる。その意味では、コニャックやブランデーなどに比べてかなりゆるやかな定義になっていることがわかる³⁾。

(2) スコッチウイスキーの製品群とその特徴

先にみたように、スコッチウイスキー製品には大きく分けて①モルト・ウイスキー、②グ

レーン・ウイスキー、③ブレンドド・ウイスキーの3種類がある。まず歴史的に一番古くからあるのは、モルト・ウイスキーである。日本では、焼酎のなかの本格焼酎（焼酎乙類）がこれに当たる。最古の文献では、1494年修道士がつくっていたという記録が残っている。そして、1644年（この年ウイスキーに税金がかけられるようになった）からスコットランドがイングランドに併合される1707年を経て1823年までが「密造時代」といわれており、この時代にハイランド地方を中心に重税を逃れるために山奥深くに蒸留所をつくったり、ウイスキーを隠し保管するために樽を使ったりして、現在の蒸留所の立地や熟成方法の基礎が確立されたというのはあまりに有名な話である。その後1823年の大幅な酒税法改正によって、多くの蒸留所が正式に認められるようになり、多数の人々が蒸留業者として登録されることになった。

次が、グリーン・ウイスキーである。この製品は、先にみたように1830年代以降ローランドを中心とした地域で大量に生産され、主にモルト・ウイスキーとのブレンド用として盛んに用いられてきた。ただウイスキーのブレンドという場合、大きく2つに分けることができる。1つは、モルト・ウイスキー同士をブレンドするもの（現在ではヴァッティングという）である。2つ目が、1860年の法律改正で保税倉庫内でモルトとグレーンの混合が認められて以降急速に普及したまさにブレンドド・ウイスキーである。これは、熟成期間の異なる原酒や何十種類ものモルトやグレーンを独自にブレンドしたものであり、そのブレンド技術は複雑かつ多岐にわたっている。さらに、出来上がった製品の品質を銘柄（ブランド）に合わせて最低数年あるいは数十年という長い期間維持させなければならぬ。このため、ブレンドを実際に行うブ

3) コニャックの場合、Cognacという地名名称が許される地域範囲やそこで栽培されるブドウ品種、醸造法、蒸留法などスコッチに比べるとより厳密な形で政令によって定められている。菅間誠之助『ワイン用語辞典』（平凡社、1989年）など参照。

レンダーは日々数百の原酒をチェックしたり、香りをかいだだけでモルト名と熟成度を判断できるほどに熟達した能力が必要といわれている。歴史的に長い間愛飲されているスコッチにはブレNDERの一生あるいは世代を超えて形成された熟練・技術が凝縮されており、これが世界的に有名なブランド銘柄には必ずマスターブレNDERがいるといわれる所以である。

1999年現在、モルト・ウイスキーに対してグリーン・ウイスキーの生産量は約1.5倍である。また、3年以上熟成させるために保存され、かつブレンド用にも必要とされるウイスキーの在庫量はその年のモルトとグリーンを併せた生産量の約7倍にも達している。これは、業界にとってみれば経営的にも大量の在庫を恒常的に抱えなければならないこと、それゆえ一定額の在庫投資が常に確保されなければならないという独自のリスクな性格を表している。さらに、製品（ボトル）別にみると、世界全体の消費のうち9割強がブレンドウイスキーであり、モルト・ウイスキーは1割にも満たない。イギリスの国内消費でもその趨勢は同じで、いかにブレンドウイスキーがスコッチウイスキーの主力製品になっているかがわかる⁴⁾。

(3) 地域的立地展開

スコッチウイスキー蒸留所の現在の立地状況⁵⁾は、図1の通りである。先にみたように、蒸留所はモルトとグリーンに大きく分けることができる。また、地域区分としては、Highland, Lowland, Islay, Campbeltown, Island（諸島）の5つがある。

まず、モルト蒸留所は1999年現在87あり、そのうちHighlandに72、Lowlandに3、Islayに6、Campbeltownに2、Islandに4蒸留所

がそれぞれ立地しており、8割がHighlandに集積している。蒸留所の生産能力という点から地域別構成をみても、Highlandのモルト生産能力は19万klあり、全体の約9割を占めている。このように、モルト生産が如何にHighlandを中心に編成されているのかがわかる。これに対して、グリーン蒸留所は99年現在8あり、そのうちLowlandに6、Highlandに2蒸留所がそれぞれ立地している。しかし、HighlandのLoch Lomond蒸留所はLowlandの隣接地であることを考慮すると、そのほとんどがLowlandあるいはその周辺地域に集積しているのがわかる。

次に、図2はモルトとグリーンの各蒸留所数の動向をみたものである。1980年には合計で125あった蒸留所は、80年代前半から中盤にかけて減少を続け、86、87年には90にまで減っている。その後90年代前後まで若干持ち直すものの、90年代中盤以降92~94の間を推移している。特に、モルト蒸留所数は80年の114から99年には85へと約30近くの大規模な減少になっている。

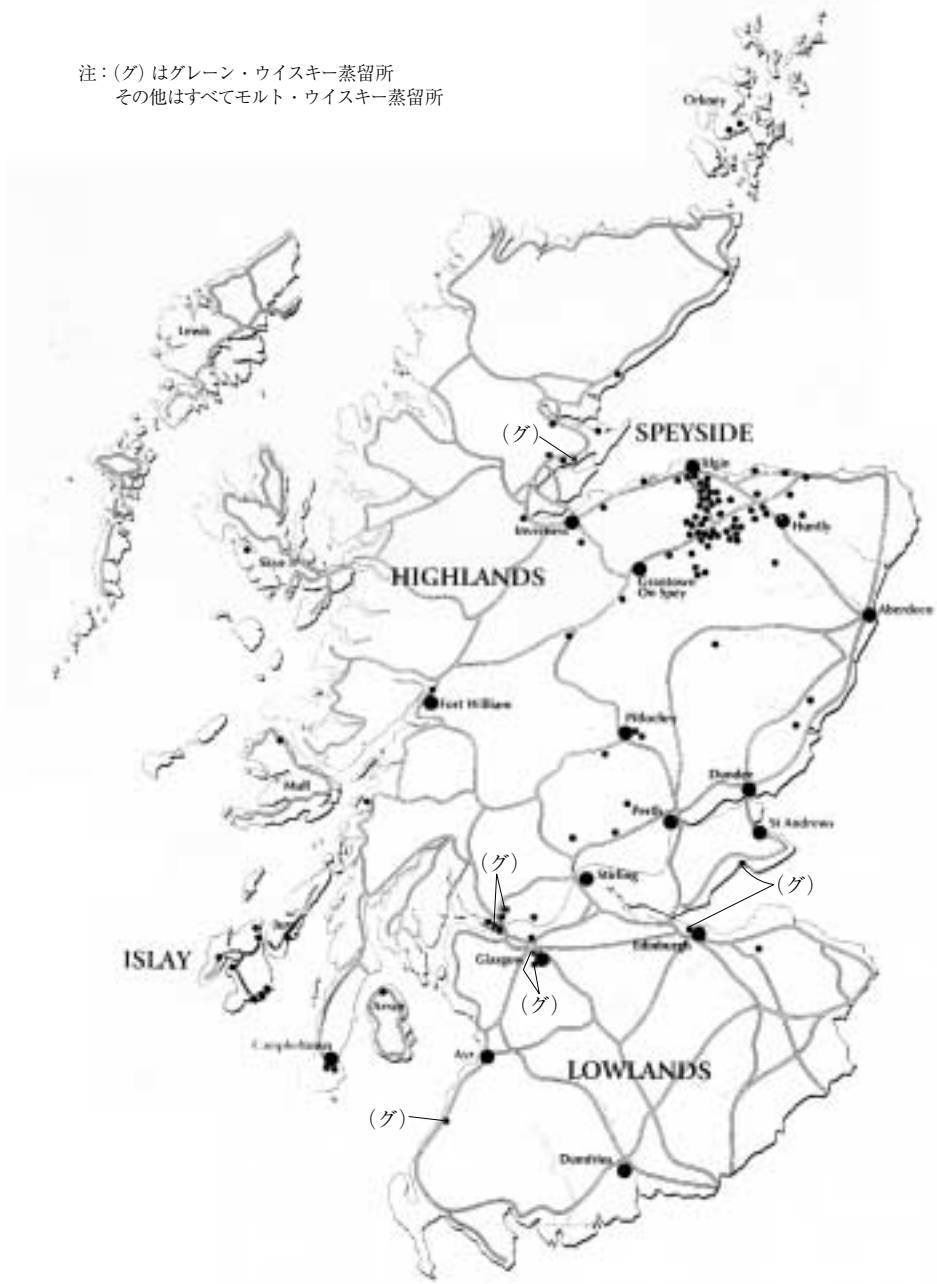
ただ、こうした蒸留所数の推移は直接的な世界的経済動向や消費動向に左右されて生じているかといえば、一面では確かにその通りなのだが、他面ではそうとは言い切れない面もある。というのは、先に述べたようにスコッチウイスキーは最低3年長いものでは20年といった熟成期間を要する多様な製品群から構成されているために、生産から販売に至るまでのタイムラグをうまく調整しながらあるいは世界の消費動向を的確に予測しながら市場戦略を打ち立てなければならないからである。需要予測の失敗や読み違いはそのまま生産調整や操業停止といった事態を引き起こしかねないことになる。こう

4) Alan S Gray, *The Scotch Whisky Industry Review—Millennium Edition*, Charterhouse Securities Sutherlands 参照。

5) 立地状況については、Alan S Gray, *The Scotch Whisky Industry Review—Millennium Edition* を参照。

図1 スコッチウイスキー蒸留所マップ

注：(グ)はグリーン・ウイスキー蒸留所
その他はすべてモルト・ウイスキー蒸留所

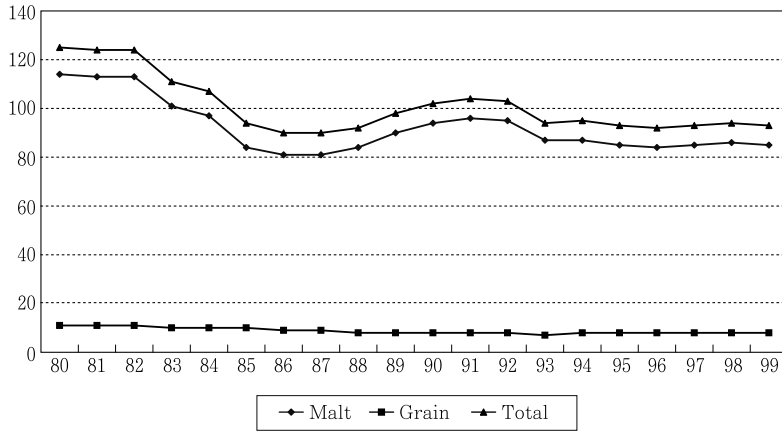


Courtesy of The Scotch Whisky Association

資料：Alan S Gray, *The Scotch Whisky Industry Review—Millennium Edition*, Charterhouse Securities Sutherlands, p.130 参照

寡占化するスコッチ産業

図2 蒸留所の数の推移



資料：Alan S Gray, *The Scotch Whisky Industry Review – Millennium Edition*, Charterhouse Securities Sutherlands, p.136 より作成

した事情が、各蒸留所の閉鎖、休止や再開など頻繁に繰り返される原因になっている。とにかく、この業界では閉鎖・休止とともに操業再開が多いのである。以下表2～5は、このことを端的に示している。

たとえば1980～86年の間に閉鎖されたモルト蒸留所(表2)は、合計33にも上っている。しかし、そのなかで完全に操業を停止し将来的にも蒸留生産をしないものは12程度と約3分の1である。また、90～97年のモルト蒸留所の閉鎖・休止と新設をみると(表3)、17が閉鎖ないしは休止しているのに、今後完全に操業断念を決定しているところは1つもない。加えて、新たに3つの新設がある。これに対して、グレーンの場合(表4)は80～93年までの間に4つが完全閉鎖ないしは取り壊しをし、新たに1つが新設されており、その動きはモルトと好対照である。

表5でもわかるように、総じてモルト蒸留所は所有権の移動が激しく、一方での閉鎖や休止は生産調整という意味を持っており、その最終決定は将来的な市場戦略との関わり合いのなかで取り壊しか再開かという形で行われている。

むしろ、モルト蒸留所の所有の変更が多いということそれ事態に独自の経済的意味がある。かつてハイランドを中心に繁栄を誇った数多くのモルト蒸留所は、現在大手ブレンドメーカーへ原酒を供給するブレンド用原酒生産工場へとその姿を変えている。その意味では、このようなモルト蒸留所の閉鎖動向は、一方では景気動向や市場動向を反映したりストラクチャリング・生産調整という側面を持っている。他面では、そのモルト蒸留所の頻繁な所有権の変更はスコッチ業界における寡占的構造の再編化(より強力な寡占化)が進んでいる反映としてみることもできよう。

(4) これまでの生産動向と市場特性

1961年から99年までの生産動向をみたのが、図3である。これをみると、まず生産のピークは4回あることがわかる。第1回目は74年であり、60年代後半に若干の低下を示しながらも戦後の持続的な成長過程に支えられながら趨勢としては順調に増大した結果である。その後、世界経済を震撼させた石油ショックとそれともなう世界不況の影響を受け大きく減少するも

表 2 1980～86 年の間に閉鎖されたモルト蒸留所のリスト

蒸 留 所 名	閉鎖年	備 考
United Distillers 傘下 (21)		
1. Banff	1983	売却され取り壊し。
2. Benromach	1983	Gordon と MacPhail に売却。98 年秋再操業。
3. Brora	1983	再操業見込みなし。
4. Coleburn	1985	休止
5. Convalmore	1985	William Grant に売却。
6. Dallas Dhu	1983	現在, 博物館
7. Glen Albyn	1983	もはやそこにはない。
8. Glenesk (Hillside)	1985	96 年に Paul s Malt に売却。現在, 蒸留所は解体。
9. Glenlochy	1983	91 年に Local Authority に売却。
10. Glen Mhor	1983	もはやそこにはない。
11. Glentauchers	1985	Allied が UD から購入し, 89 年再操業。
12. Glenury	1985	市場で売却 — ほかの使用。
13. Imperial	1985	Allied が UD から購入し, 89 年に再操業。
14. Knockdhu	1983	Inver House が UD から購入し, 89 年に再操業。
15. Mannochemore	1985	89 年に再操業。
16. Millburn	1985	もはやそこにはない。
17. North Port (Brechin)	1983	もはやそこにはない。
18. Port Ellen	1983	再操業見込みなし。
19. Royal Brackla	1985	1990～91 年にかけて再操業。
20. St Magdalene	1983	もはやそこにはない。
21. Teaninich	1985	1990～91 年にかけて再操業。
その他 (12)		
1. Ardbeg	1981	89 年 Allied により再操業し, 短い閉鎖の後 97 年に Glenmorangie に売却。
2. Ben Nevis	1986	89 年ニッカが Whitbread から購入し, 91 年再操業。
3. Deanston	1983	Burn Stewart が Invergordon から購入し, 91 年再操業。
4. Glenallachie	1985	Pernod-Ricard が Invergordon から購入, 89 年再操業。
5. Glenraig	1980	Hiram Walker の所有へ。
6. Glenglassaugh	1986	Highland Distillers の所有へ。
7. Glen Scotia	1984	89 年 Gibson International が再操業するが, 92 年閉鎖。現在, Loch Lomond が所有し, 生産を再開。
8. Glenugie	1983	もはや現存しない。
9. Littlemill	1984	Gibson International が 89 年に再操業するが, その後取り壊し。隣接地で新蒸留所が建設予定。
10. Loch Lomond	1984	Loch Lomond が Inver House から購入し, 87 年再操業。
11. Mossstowie	1980	Hiram Walker の所有へ。再操業されていない。
12. Tobermory (Ledaig)	1983	以前は Kirkleavington Property Co. が所有。90 年に生産に転換。93 年に Burn Stewart に売却。

資料 : Alan S Gray, *The Scotch Whisky Industry Review—Millennium Edition*, Charterhouse Securities Sutherlands, p. 138

寡占化するスコッチ産業

表3 90年代以降におけるモルト蒸留所の閉鎖と新設

蒸留所名	年	備考
<モルト蒸留所の閉鎖>		
1. Ardbeg	96年閉鎖	最初は休止。96年10月 Allied によって売りに出され、Glenmorangie が購入し、97年に再操業。
2. Balmenach	93年閉鎖	97年12月 UD が Inver House に売却。98年再操業。
3. Bladnoch	93年休止	95年 Raymond Armstrong に売却。2000年初めに生産再開予定
4. Bruichladdich	95年休止	JBB (Greater Europe) 所有。99年少量生産。
5. Glendronach	96年休止	96年春最後の生産。
6. Glen Garioch	95年休止	97年秋 Morrison Bowmore によって再操業。
7. Glen Scotia	95年休止	Loch Lomond 所有。99年再操業。
8. Inverleven	91年閉鎖	Allied 所有。まだ再操業能力あり。
9. Littlemill	92年閉鎖	94年10月まで Gibson International 所有。現在、Loch Lomond が所有。数年は観光客のための小さな蒸留所として再開されることが望ましい。
10. Lochside	92年閉鎖	Allied Domecq が Morrison Construction に売却。
11. Pittyvaich	93年休止	新大麦のためのテスト・ベッドとして使用。UD 所有。
12. Rosebank	93年休止	UD 所有。限定生産の可能性あり。
13. Scapa	93年休止	Allied Distillers 所有。
14. Tamnavulin	95年休止	JBB 所有。以前は Whyte & Mackay。
15. Tullibardine	95年休止	JBB 所有。以前は Whyte & Mackay。
16. Imperial	98年休止	Allied Distillers 所有。再操業可能。
17. Glen Keith	99年閉鎖	Seagram 所有。
<新設モルト蒸留所>		
1. Isle of Arran	95年建設	Isle of Arran 所有。
2. Kininvie	90年建設	William Grant 所有。
3. Speyside	91年建設	Speyside 所有。

資料：Alan S Gray, *The Scotch Whisky Industry Review – Millennium Edition*, Charterhouse Securities Sutherlands, p.139

表4 グレーン蒸留所の閉鎖、新設、所有の交代
～1980年から94年まで～

蒸留所名	年	備考
<グレーン蒸留所の閉鎖>		
United Distillers 所有 (3)		
1. Caledonian	85年閉鎖	再開の見込みなし。
2. Cambus	93年閉鎖	再開の見込みなし。
3. Carsebridge	83年閉鎖	取り壊し。
その他 (1)		
Garnheath	85年閉鎖	再開の見込みなし。現在、Inver House 所有。
<新設グレーン蒸留所>		
Loch Lomond Distillery	1994	新設グレーン蒸留所はアレクサンドリアで建設された。最初は、生産能力は7千klだったが、その後1万klに拡大した。1994年1月生産を開始した。
<所有の交代>		
North British Distillery	1993	Lothian Distillers (The Edrington Group と IDV の共同所有会社) が93年10月に購入。IDV は現在 Diageo の一部となっており、United Distillers and Vintners として操業している。

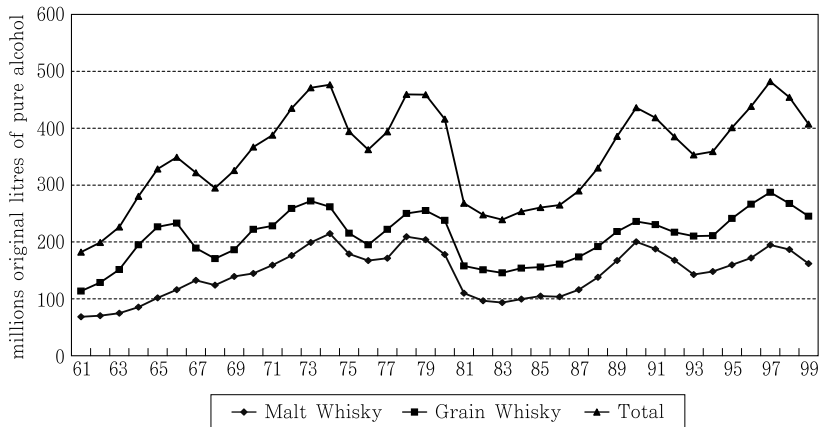
資料：Alan S Gray, *The Scotch Whisky Industry Review – Millennium Edition*, Charterhouse Securities Sutherlands, p.140 より作成

表5 過去10年間におけるモルト蒸留所の所有の変更

蒸留所名	年	備考
1. Ardbeg	1997	Glenmorangie が Allied Domecq から購入。
2. Balblair	1996	Inver House が購入。
3. Balmenach	1997	Inver House が UD から獲得。98 年生産再開。
4. Deanston	1990	Burn Stewart が Invergordon から購入。
5. Glen Scotia	1994, 99	94 年秋 Gibson Scotch Whisky が獲得し、その後閉鎖。現在 Loch Lomond が所有し、99 年に生産が再開された。
6. Glenturret	1990	Highland Distillers が Remy Cointreau から購入。
7. Knockdhu	1989	Inver House が UD から獲得。
8. Macallan	1996	7 月, Highland Distillers が獲得。
9. Pulteney	1995	Inver House が Allied Distillers から購入。
10. Speyburn	1990	Inver House が UD から購入。
11. Tobermory	1993	Burn Stewart が Stewart Jowett から購入。

資料：Alan S Gray, *The Scotch Whisky Industry Review—Millennium Edition*, Charterhouse Securities Sutherlands, p.139 より作成

図3 ウイスキー (Malt, Grain) 生産数量の推移



資料：Alan S Gray, *The Scotch Whisky Industry Review—Millennium Edition*, Charterhouse Securities Sutherlands, p.57 より作成

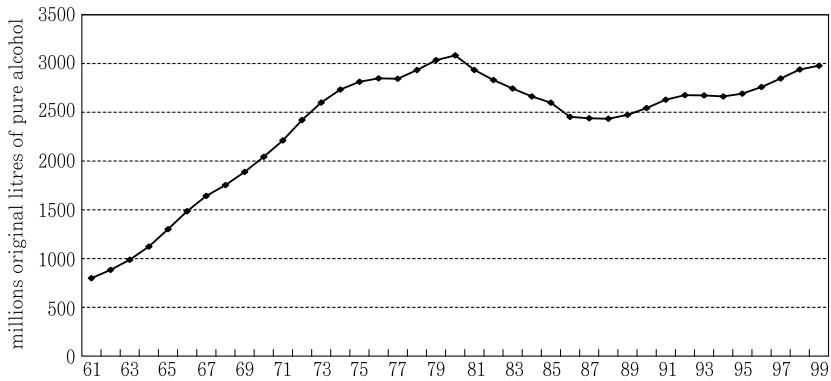
の、78、79年には再びピークを迎える。しかし、その後80年代の落ち込みは激しく、ほぼ60年代前半の水準にまで低下している。そして、90年に第3回目、97年に第4回目のピークを迎えている。その背景には、一部先進諸国のなかでのバブル景気の進展と新興工業諸国(NIEs 諸国や ASEAN 諸国など)の急速な経

済発展がその需要拡大を支えたものと考えられる。

次に、在庫との関連でみたのが、図4である。在庫数量は1980年のピーク(308万kl)まで急速な上昇をみせてものの、その後減少傾向を続け、88年をボトムに最近では80年の水準に近づきつつある。3年以上熟成された原酒在庫で

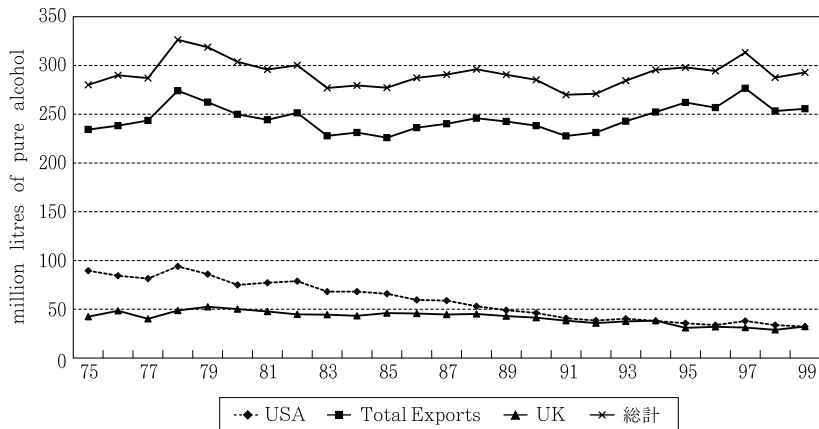
寡占化するスコッチ産業

図4 ウイスキー在庫量の推移



資料：Alan S Gray, *The Scotch Whisky Industry Review—Millennium Edition*, Charterhouse Securities Sutherlands, p.57 より作成

図5 スコッチウイスキーの世界的消費量の推移



資料：Alan S Gray, *The Scotch Whisky Industry Review—Millennium Edition*, Charterhouse Securities Sutherlands, p.21 より作成

消費に向けられた在庫量の趨勢も、同様に81年までは増加傾向を辿るが、それ以降は250万～300万klの間で推移している。70年代で増産された原酒は80年代には市場における過剰生産傾向の影響を受け、その結果として在庫調整が進んだものと考えられる。先にみたような80年代以降における蒸留所の閉鎖・休止の大幅な動きは、こうした事態の推移を反映したも

のといえよう。

最後に市場の消費動向をみよう。スコッチウイスキー業界は19世紀後半においてブレンド製品開発に成功するとともにその後世界各地にその製品を輸出してきた。図5は75年から99年までのスコッチウイスキーの世界的消費動向を示したものである。その特徴をまとめると、まずスコッチウイスキーは国内市場よりも輸出

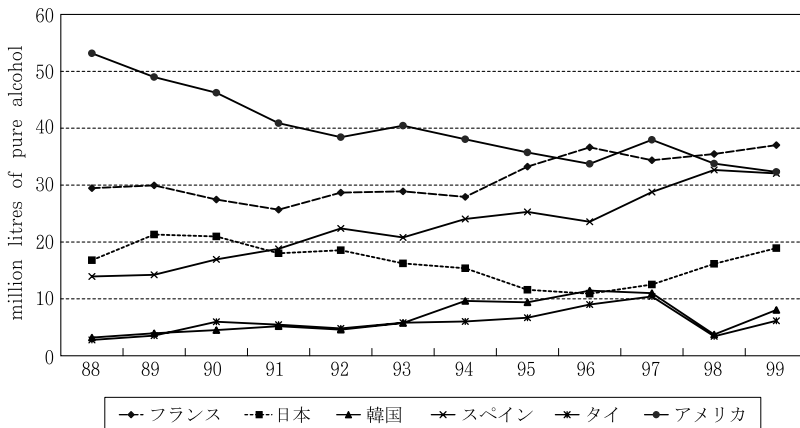
市場に大きく依存しているのがわかる。国内市場は79年の5万2,540klをピークにゆるやかな低下傾向をみせ、90年代後半には3万kl前後にまで減少している。総計に占める割合も、80年代に15%程度あったものが90年代後半には10%程度にまで低下している。逆に、輸出市場における消費需要はこの期間中25万kl前後と高水準を維持しており、97年は27.7万klと78年のピーク(27.4万kl)を凌駕し新たなピークを迎えている。

第2に、スコッチの消費量が大きく依存する輸出市場の中で、アメリカの消費量が大きく減少しているのが注目される。78年には9万4千klあった輸出数量が80、90年代に急激に減少し、99年は3万2,320klへと落ち込んでいる。これは、78年のわずかに約3分の1の水準にしかすぎない。しかし、スコッチウイスキーの輸出総量はアメリカの減少と同じ趨勢で減少しているわけではなく、むしろ若干の増減の変動を示しながらも25万klという一定の水準を保っている。とすれば、いったいどの国でスコッ

チの消費は伸びているのであろうか。それを示したのが図6である。

まず一番注目されるのは、スコッチの輸出市場として第1位の地位を占めてきたアメリカの消費数量が急速に低下していることであり、逆にフランスの消費が90年代中盤から伸び始め、90年代後半にアメリカとその地位を逆転していることである。第2は、スペインの消費数量が急速に増加していることである。88年の1万3,940klから99年には3万2,060kl(2.3倍)へと着実に増加しており、現在アメリカと同じ消費水準に達している。第3は、アジアの新興工業諸国でのスコッチの消費がアジア通貨危機が発生する以前まで着実に増えていたということである。しかし、アジア通貨危機後の落ち込みが激しいのもまた事実であり、こうした諸国でのスコッチの消費需要の回復は今後の経済の回復如何に依存することになるだろう。

図6 主要国におけるスコッチ・ウイスキーの消費量の推移



資料：Alan S Gray, *The Scotch Whisky Industry Review—Millennium Edition*, Charterhouse Securities Sutherlands, p.47 より作成

寡占化するスコッチ産業

2. スコッチ業界における寡占的構造

(1) 現在のスコッチ業界における寡占状況
スコッチウイスキーを生産する企業は、
Alan S Gray によれば⁶⁾ 表6のように大きく6

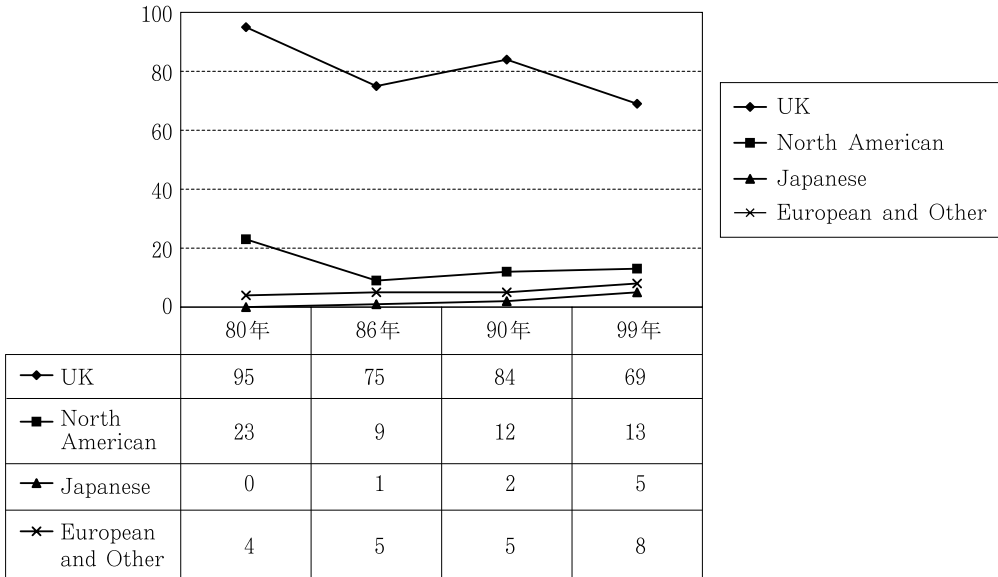
つのグループに分けられる。① Quoted UK Whisky Groups, ② UK Private Companies, ③ North American Groups, ④ Japanese Groups, ⑤ European, ⑥ Other である。このそれぞれのグループに所属する蒸留所数は、

表6 企業グループ別の蒸留酒生産構成比

企業別グループ名	Malt 蒸留所数 (構成比)	Grain 蒸留所数 (構成比)	Total (構成比)
Quoted UK Whisky Groups	39 (44.8)	4 (50.0)	43 (45.3)
UK Private Companies	23 (26.4)	3 (37.5)	26 (27.4)
North American Groups	12 (13.8)	1 (12.5)	13 (13.7)
Japanese Groups	5 (5.8)	—	5 (5.2)
European	3 (3.4)	—	3 (3.2)
Other	5 (5.8)	—	5 (5.2)
合計	87 (100.0)	8 (100.0)	95 (100.0)

資料：Alan S Gray, *The Scotch Whisky Industry Review – Millennium Edition*, Charterhouse Securities Sutherlands, p.128

図7 国地域別所有蒸留所 (Malt, Grain) 数の推移



資料：Alan S Gray, *The Scotch Whisky Industry Review – Millennium Edition*, Charterhouse Securities Sutherlands, p.129 より作成

6) Alan S Gray, *The Scotch Whisky Industry Review*, 参照。

モルトでは①のグループが39、②のグループが23で、イギリス勢が全体の7割を占めている。また、③北米勢のグループが12、④日本勢が5、⑤ヨーロッパが3、⑥その他が5となっている。グレーンでみると、8のうち7がイギリス企業が所有している。モルトとグレーンを合わせた総計でみると、イギリス勢は①グループで43、②グループで26と全体の8割を占め、残りの2割弱を北米を中心としたそれ以外のグループが占めている。

では、イギリス以外の諸国の企業進出は、歴

史的にはどのように推移してきたのであろうか。80年以降からの動向をみたのが、図7である。80年では蒸留所総数122のうち、95(78%)がイギリス勢だったのに対して、北米勢は23(19%)と比較的多く、すでにこの頃からスコッチ業界への進出が進んでいたことがわかる。しかし、アメリカにおけるスコッチ消費需要の急激な減少とともに蒸留所所有からの撤退も急速に進み、現在では当時の半数近くにまで減少している。その逆の動きをみせているのが、日本やヨーロッパなどのグループである。特に、日本

表7 企業別操業蒸留所数 (Malt, Grain)

企 業 名	Malt	Grain	Total
UK Quoted Whisky Companies	39	4	43
Allied Domecq	7	2	9
Burn Stewart Distillers	2	—	2
Diageo	27	2	29
Glenmorangie	3	—	3
Private UK Companies	23	3	26
Co-ordinated Dev. Services	1	—	1
The Edrington Group	7	—	7
Gordon and MacPhail	1	—	1
J&G Grant	1	—	1
William Grant & Sons	3	1	4
Inver House	5	—	5
Isle of Arran Distillers	1	—	1
Loch Lomond Distillery	2	1	3
Lothian Distillers	—	1	1
J & A Mitchell	1	—	1
Speyside Distillery	1	—	1
North American Groups	12	1	13
Fortune Brands	4	1	5
Seagram	8	—	8
Japanese Groups	5	—	5
Nikka	1	—	1
Suntory	3	—	3
Takara and Marubeni	1	—	1
European Pernod-Ricard	3	—	3
Other Bacardi	5	—	5
合 計	87	8	95

資料：Alan S Gray, *The Scotch Whisky Industry Review—Millennium Edition*, Charterhouse Securities Sutherlands, p.129

寡占化するスコッチ産業

ではまず最初 Takara 系が 80 年代中盤に The Tomatin Distillery (Highland) を所有し、次に進出したのが Nikka で Ben Nevis (Highland) を所有し、最後に 1994 年に入って Suntory が Bowmore (Islay) をはじめ Lowland, Highland に計 3 つの蒸留所を所有するに至っている。

各グループを構成する具体的企業名を記したのが表 7 である。ここでは、大手メーカーを中心とした 22 社がモルト、グレーンの蒸留所総数 95 を所有しており、なかでも Diageo が 29 (モルト 27, グレーン 2) と圧倒的な規模を誇っているのがわかる。グレーンの生産能力構成をみても (表 8), Diageo は 28% と圧倒的なシェアを占めている。続いて、モルトでは Seagram (北米) が 13% と高い割合を示しているが、他方 Allied Domecq はモルトで 1 割のシェアを持つとともにグレーンでは 2 割のシェアを占めており、総合的な力では高い位置にある。いずれにしても、モルト分野では 22 社のうち Diageo を初めとした、Allied Domecq, Seagram, The Edrington Group (Highland Distillers を含む), William Grant の 5 社で 7 割

のシェアを占めているのが注目される。グリーン分野では、生産能力は最低でも 1 万 kl, 最大で 6 万 3 千 kl と近代的産業としての大規模生産を誇っており、それを担いいる企業が数少ないのも頷ける。

では、モルト蒸留所の生産規模はどうか。たとえば、Glenfidich 蒸留所の 1 万 kl, Tomatin 蒸留所の 7 千 kl といった事例はあるが、これはあくまで例外的な生産規模であり、実情は総じて 5 千 kl 台からそれ以下の生産規模階層に分布している。具体的にみると (表 9), 100kl 以下層と 600kl 以下層は合わせて 7 と全体の 1 割にも達しておらず、逆に 2,001~5,000kl 層が 82.8% を占めている。これと全く対照的なのが日本の本格焼酎業界である。日本の場合には生産活動している企業数は、熊本国税局管内だけでもモルト蒸留所の約 1.7 倍にあたる 150 と多く、生産規模別分布でも比較的生产規模の小さい 100kl 以下層と 600kl 以下層が全体の 7 割を占めている。総じて、スコッチ・モルト蒸留所の規模別分布あるいは蒸留所数と比べると、日本の本格焼酎業界では中小規模メーカーを中心に地域産業あるいは地場産業としていかに産

表 8 グレーン蒸留企業の生産能力と割合

企業名 (蒸留所数)	生産能力 (kl)	割合 (%)	所有蒸留所名
ALLIED DISTILLERS (2)	67,000	20.1	Dumbarton, Strathclyde
DIAGEO (2) (Previously United Distillers)	95,000	28.5	Cameronbridge, Port Dundas
FORTUNE BRANDS (1) (JBB (Greater Europe))	38,000	11.4	Invergordon
WILLIAM GRANT (1)	60,000	18.0	Girvan
LOCH LOMOND DISTILLERY (1)	10,000	3.0	Loch Lomond
LOTHIAN DISTILLERS (1)	63,000	18.9	North British
合計 (8 Distilleries)	333,000	100.0	

資料：Alan S Gray, *The Scotch Whisky Industry Review – Millennium Edition*, Charterhouse Securities Sutherlands, p.135 参照

表9 モルト蒸留所と本格焼酎企業の規模別分布比較 (%)

生産規模	モルト蒸留所数	本格焼酎企業数
100kl 以下	2 (2.3)	45 (30.0)
600kl 以下	5 (5.7)	60 (40.0)
2,000kl 以下	30 (34.5)	21 (14.0)
5,000kl 以下	42 (48.3)	11 (7.3)
5,000kl 超	8 (9.2)	13 (8.7)
総 計	87 (100.0)	150 (100.0)

- 注1. 本格焼酎企業数は熊本国税局「しょうちゅう乙類製造業の概要 平成13年度分」を参照。
 2. モルト蒸留所数は Alan S Gray, *The Scotch Whisky Industry Review - Millennium Edition*, Charterhouse Securities Sutherlands, pp.131-133 を参照。

地集積が進んでいるかを知ることが出来る。

まとめると、スコッチ産業の構造的特徴は、スコットランドに点在するほとんどの蒸留所は先にみたブレンドメーカーや有力蒸留酒メーカーの系列下に置かれていることにあり、その主力有力企業の代表がUDV (Diageo傘下のスコッチ部門メーカー)に当たるわけである。Diageo社や Allied Domecq社などというのは、正確に言えば後にみるようにスコッチ以外に総合的な酒類部門、食品・飲料その他の部門を有する総合的の巨大企業グループなのであり、その意味でスコッチ産業はいくつかの総合的の巨大企業グループの競争条件や戦略的計画の変動にもなっている様々な影響を受けざるをえない構造になっているのである。

(2) スコッチ業界における寡占化の進展

① 酒税法改正から1800年代後半までの歴史的特徴

先にもみたように、1823年の大幅な酒税法改正によって密造時代は終わりを告げ、免許料を支払って公的に認められたモルト蒸留所がHighlandを中心に多数出現するようになる。小さいものまで含めるとその数約250ともいわれている。ただ、この時期ではまだスコットラ

ンドの地酒として地域内で消費されている状態(地産地消)だった。ここに、3つの事情が加わることによって事態は大きく変貌することになる。

その第1は、30年代におけるパテント・ステイルによる連続的蒸留法の実用化いわゆるグリーン・ウイスキーの登場である。その後のブレンド技術の発展とともにブレンドウイスキーが製品開発され、従来の強くて個性豊かなモルトウイスキーに代わって軽くて飲みやすく薫り高い製品として市場に普及することになる。

ただ、最初は容易には市場拡大はできなかった。しかし、19世紀後半にヨーロッパで事件が起こった。これが第2番目の事情であり、市場進出を達成する条件だった。それがブドウの樹木を枯れさせてしまうフィロキセラ害虫の大流行だった。特にフランスでは、その影響で1880年代にブドウ園は全滅してしまい、2~3年後にはワインとブランデーが酒屋から消えてしまうという事態にまで発展した。それによって、スコッチはフランスの酒類産業が回復するまでの間にブランデーに代わるスピリッツとして食後酒の地位を獲得したのである。スコッチはフランスの飲酒文化を受け入れてきたヨーロッパ市場全体に普及し波及していった。当時のイングランド・ロンドン紳士にとっても例外ではなかった。

さらに、イングランド市場への浸透として忘れてはならないのは、ヴィクトリア女王がイングランド王として初めてスコットランド(特にハイランド)のスコッチを好んだということである。これが第3の事情である。先の2番目の事情とも相互作用しながら、スコッチを愛飲する階層はイングランド貴族を中心にロンドン紳士などへさらには広範な市民層にまで広がったといわれている。

こうしてスコッチ業界は1890年代までに世界の酒として急速な成長を遂げ一大ブームを達成したのであるが、このブームも1898年のPattison(大手ブレンド会社)の倒産とともに

終焉を迎える。その結果、操業を継続するスコットランドの蒸留所数は急速に減少し、1898年に161あった蒸留所は1902年に149へ、1910年には122へと減少の一途を辿ることになる⁷⁾。

このようなスコッチ業界の低迷期に進んだのが寡占化の動きであり、その中心は1877年にLowlandの6つの大手パテント・スティル蒸留所(グレン・ウイスキー)が結合してできたDCL(The Distillers Company Ltd.)であり、ビッグ5の成長・躍進であった。

② ビッグ5

スコッチウイスキーはブレンドウイスキーとして世界的にも普及してきたのであるが、その過程はスコットランドのウイスキーの主導権が次第に一連の大規模なウイスキー蒸留業者へと移行する過程でもあった。その推進の担い手となったのが、John Haig, John Dewar, John Walker, James Buchanan, Peter Mackieといったビッグ5であり、これらビッグ5を1927年までに最終的に合併・統合していったのが、DCLだった。とにかくここではまず、ビッグ5の急成長過程をDavid Daichesによりながら⁸⁾簡単にまとめてみよう。

まず、Haig家を急速に繁栄させたのはJohn Haigであるが、その契機は以前製造していたモルトとともに新たにより安価で大量に生産できるグレン・ウイスキーの製造を本格化させたことにあった。その蒸留所の名はCameron Bridge Distilleryといい、1877年にDCLを構成する6つのうちの1つの蒸留所である。このDCLの新会社ではHaigは取締役役に就任するのであるが、自らのブレンド事業経営はMarkinchで独立に行っている。つまり、Cameron Bridgeで蒸留するとともにMarkinchで自分自身の独立事業としてブレンドしていたわけである。彼は1878年に死去するのであるが、彼の事業は息子達に引き継がれ、特に1888年か

ら1920年の禁酒法制定までの期間アメリカへの輸出を大きく増大させている。実際、アメリカではかなりの評判を得ていた。しかし、禁酒法時代に入っていた1925年にHaig社はDCLによって買収され、その後の第2次大戦の苦難の時期や戦後の成長期におけるHaigの発展過程はDCLの歴史のなかに刻まれることになる。Haigはビッグ5の最古参であり、その銘柄は「ベル」として知られている。

次に、John Dewarであるが、彼の家系は19世紀中頃パース州の農家からスピリッツ事業に参加し以後蒸留所生産を続け、19世紀後半から積極的にロンドンなどの主要都市への宣伝活動を行い販売市場を拡大した。1901年には、会社は60万ポンドの資本金を有する有限会社へと発展し成功している。この功績は主にはJohn DewarとTommy Dewarの兄弟によるものであった。Johnは1917年に最初のウイスキー男爵として貴族爵位を得、Tommyは2年後の19年に貴族爵位を得ている。その後、1925年にDewarsはDCLと合併するのであるが、会社は彼のファミリーによって引き続き管理された。1966年にはJohn Dewars and Sons社はイギリスの輸出(外貨獲得)に貢献したとして女王から賞を授与されている。実際に、会社の9割が輸出されていた。その代表的銘柄は「Dewar's ホワイト・ラベル」である。

3番目のJohn Walkerはいうまでもなく「Johnnie Walker」赤ラベル、黒ラベルを世に出した人物である。1820年、彼はエア州Kilmarnock(スコットランド南西部)の食糧ワイン・スピリッツ商として身を立てたが、当時はまだ小売事業にすぎなかった。56年に彼の息子が事業に加わると、事業を卸売にまで広げ、10年もかからないうちに10万ガロンのブレンドウイスキーを保有するまでになり、会社の施設は急速に拡大した。息子のAlexander

7) David Daiches, *Scotch Whisky—Its Past and Present*, Andre Deutsch 1969, p. 104 参照。

8) ビッグ5の成長過程については、David Daiches, *Scotch Whisky*, pp. 79-103 を参照。

Walker は製品をグラスゴーから出航する船乗りに販売したり、国際貿易都市としての Kilmarnock のメリットを利用することでイングランドへの販路を開拓し、80年代にはロンドン市場での拠点を確保する。彼はスコッチウイスキーのブレンダーそして輸出業者として会社を創設したのであったが、Johnnie Walker というブランド名が付けられたのは彼が死んで間もない1908年であった。その後の発展は彼の息子たちが担ったのであるが、それだけではなく特に1890年に入社した James Stevenson の果たした役割も大きかった。彼は軍需や文化関係における政府関連の仕事に関わっており、会社を世界的な最大手のブレンド会社へと導くための主役を演じている。ただ、この急速な拡大が1920年代における特殊な経済事情（アメリカ禁酒法など）のもとで過剰生産問題を引き起こし、1925年に John Walker and Sons 社は Buchanan's と Dewar's とともに DCL と合併している。第2次大戦後の50、60年代を通じて Johnnie Walker はさらなる輸出事業を拡大していくことになる。

4番目は、Buchanan である。1849年カナダで生まれた彼は、その後スコットランドに戻り、19歳になると兄弟とともにグラスゴーでグレーン・ウイスキー事業を行い蒸留に興味を持つようになる。1884年にウイスキー・ブームを予感し、ロンドンで自分の会社 James Buchanan & Co. を設立する。彼はイングランドにおけるブレンドウイスキーのマーケティング宣伝活動に秀でており、グラスゴーのウイスキー会社から得たストックをブレンドしたウイスキーを販売し、黒いビンに白いラベルを張ってさっそうと売り歩いた。1904年にこのラベルのデザイン名は「ブラック・アンド・ホワイト」と登録された。この間にもいくつかの蒸留所を買収している。第1次大戦が勃発するまでの15年間、Buchanan の事業は急速に拡大し、イングランドはもとよりヨーロッパ、南北アメリカ、ニュージーランドにも輸出を広げている。彼の会社は

1903年に有限会社となり、15年には Dewar と合併する。そして、25年に DCL と合併するのである。

最後は、「ホワイト・ホース」である。この会社は、1883年にグラスゴーで James Logan Mackie によって創設された。その後、蒸留の経験を積むとともにモルトとグレーンをブレンドすることを決定し、その製品に命名されたのが「ホワイト・ホース」である。彼の甥である Peter Mackie は1890年にその事業を引き継ぎ、世界有数のウイスキー会社の一つへと築き上げた。会社は1891年に有限会社となり、「ホワイト・ホース」は公的に登録された。Peter は1924年に死去するが、その年に会社名はホワイト・ホース蒸留会社に変更され、この新しい会社は従来の「コルク」を止めて「スクリューキャップ」を新たに採用する。これは「ボトリングの革命」とも呼ばれている。彼は、DCL との合併には最後まで抵抗していた。このため、DCL がホワイト・ホースを買収するのは、Peter の死んだ後の1927年であった。

こうして、19世紀後半から20世紀前半にかけてスコッチウイスキーを急速にあざやかなくりに世界的に普及させていったビッグ5各社は、最終的に1925年から27年にかけて DCL との合併へと集約されていくのである。各会社を担ったたたき上げの男達は当初独立心旺盛に活動し DCL との合併に一樣に抵抗するものの、最終的には寡占化の流れに飲み込まれてしまっている。ブレンドと熟成に固有の才能と技術を駆使して有名になった William Sanderson 会社とてもその例外ではなかった。

この会社は、1863年に創業し、64年にシェリー樽での熟成や様々なブレンドを試みる異色の存在であった。76年に正式にスピリッツ業者の免許を取得し、80年に息子の William Mark が事業に加わり、そこでブレンドを樽ではなくビンで売ようになる。また、消費者にとっての香り豊かで芳醇なブレンドを知るために、82年7月約100種類のブレンドをつく

り、それをそれぞれの容器のなかに入れておき、招待した多くの輸出ブレンダーや友人に試飲してもらい一番良質なものを選んでもらった。そこで全員一致して選んだのが、69番目の容器に入ったブレンドだった。これが「Vat69」という有名ブランド誕生の秘話である。しかし、77年にDCLが誕生すると、この会社はその対抗策としてグリーン・ウイスキー工場を確保するために蒸留所を設置するなど事業拡大を積極的に進める。20世紀に入ってからは、William Sandersonは死去するものの、後継者たちはアメリカへの輸出を積極的に展開するなどして事業実績を上げていく。しかし、1930年代後半スコッチ産業における合理化の流れは、最終的にこの会社をDCLとの合併へと導いていったのである。

③ DCL (The Distillers Company Ltd)

DCL⁹⁾はウィリアム・ロス(1900年38歳で社長に、1925年に会長になる)の手腕によって独自の合併政策と生産、流通の管理政策を推進し、景気動向にできるだけ左右されないような体制づくりを目指した。こうした政策のもとで、スコットランド各地のモルト蒸留所を次々に買収したり、また自らモルト蒸留所を新規に建設したりと積極的な活動を展開するとともに、国家機関とも緊密な連携をとることで様々な危機を乗り越えていくことになる。ビッグ5が個別企業間の競争を通じた寡占化の進展過程だったとすれば、実はDCLの発展過程は資本の高度な集中・集積によるさらに一段と強化された寡占体制の形成過程だったのである。その歴史的概略をまとめると以下ようになる。

1877年にローランドにおける6つの大手バテント・スティル(グリーン・ウイスキー)蒸留所が合同して創設されたDCLは、ウイスキー・ブーム期を形成した90年代にアバディーンで最初のモルト蒸留所を建設するとともに、20世紀に入ると需要低迷期のなかでモルト蒸留所

やブレンド会社の買収など次々に事業拡大を進めていくことになる。第1次大戦時にパン用イースト菌の輸入が減少したときに、ウイスキー用のイースト菌を転用して食糧危機を救ったThe United Yeast Company Ltdも、この当時の1899年にDCLの子会社として創設された会社である。そして、第1次大戦直前の1914年までにローランドの5つのモルト蒸留業者を集中させ、Scottish Malt Distillers Ltd(略称SMDL)を創設するとともに、続く15、16年にSpeysideやSkye島などでいくつかの蒸留所の買収を進めている。30年以降になると、このSMDLを通じてスコットランドにある100以上のモルト業者のうちの41業者を支配下に置き、さらに10あるグリーン蒸留所のうちの5業者を統制している。また14年当時、グラスゴーやエジンバラのブレンド会社もDCLは獲得している。

それでは、1925、27年にビッグ5までもがDCLと合併せざるをえなくなったのはどうしてだろうか？実はその背景には、第1次大戦期間さらにはその後におけるイギリスの特殊な経済事情があった。その事情について、以下まとめてみよう。

この戦争が勃発した当時、大蔵大臣であったロイド・ジョージは労働者の作業効率がアルコールによって損なわれることを防ぐために禁酒法を課そうと真剣に考えていた。そこで、当時DCLの社長であったロスは彼に会見し、イースト菌の製造と蒸留やアルコールの工業的利用そして軍事的利用との連携を説いた。15年の政府会議では、ドイツ潜水艦によってイギリスへの輸入のダメージが増加しているために緊急に穀物確保を行う必要性について話し合われた。その結果、蒸留生産は厳しく制限され、スピリッツは配給制となった。また、未熟成(制限)法(The Immature Spirits (Restriction) Act)が成立し、保税貯蔵庫で最低3年間熟成されてい

9) DCLに関する項目では、主にDavid Daiches, *Scotch Whisky*, pp.104-113を参照。

ないウイスキーをイギリスで流通させてはならないこととなった。この法律は戦時法として指定されていたにもかかわらず、実際にはそのまま残ることになる。ロイド・ジョージはこの法律をウイスキーの消費を制限させる手段として考えていた。しかし、John Walker & Sons の重役であった James Stevenson は労働者のアル中の原因は熟成ウイスキーではなく安くて洗練されていないウイスキーにあることをロイド・ジョージに説得した。Stevenson はこの厳しい制限立法をウイスキーに利益をもたらす方向に変えたのである。しかし、実際に都市のスラムで希望を持ってない労働者がアル中に陥っていたウイスキーはモルト・ウイスキーではなく、実は新しいパテント・スタイルによって再蒸留された安価で酔いやすいグリーン・スピリッツだったのであり、これがスコッチの評判を落としていたのである。

この制限立法は、直接消費者へのウイスキー価格の急上昇をもたらした。そして、ブレンド製造やウイスキー流通を行っていた多くの独立系会社は様々な諸困難をこうむっていた上に、新たに在庫負担をも強いられることになり、業界から強制的に退去させられ、彼らのもとにあった価値ある在庫品はしばしば DCL やその関連会社の手に渡ったのである。その結果、多くの独立系会社はさらに弱体化し、DCL との合併が促進することになった。というのも、DCL グループのグリーン蒸留業者は戦争用の工業アルコールを生産して操業を継続できたが、独立系モルト蒸留業者はそれが不可能だったからである。結局、工場閉鎖に追いやられ、彼らの多くは DCL との合併話に乗らざるを得なくなったのである。

寡占化を促進したもう一つの要因はウイスキー税の引き上げである。1914 年におけるウイスキー税は 1 ガロン (約 4.55ℓ) につき 14 シリング¹⁰⁾ 9 ペンスだったのが、18 年には 30 シリ

ングに、19 年 50 シリング、その後 20 年から 39 年 8 月まで 72 シリング 6 ペンスとなり、わずか 6 年の間に 5 倍以上になるほど急激に上昇している。他のアルコール飲料と比較して不釣り合いなほどに高い増税は国内販売 (消費需要) にも大きな影響を及ぼし、その克服策としてますます海外市場の拡大が要求されるようになった。ところが、20 年以降スコッチウイスキーの中心的な海外市場であったアメリカで禁酒法が成立し 33 年まで継続するという事態が生じてしまう。これによって、アメリカにおけるスコッチウイスキーの販売は大きく落ち込むことになった。先にみたビッグ 5 は、いずれもアメリカ市場への急速な拡大を自らの資本蓄積の不可欠な条件としていたがために、こうした諸制約による会社の建て直し策として DCL との合併を余儀なくされたのである。1925 年の Dewar と John Walker が DCL に合併し、2 年後の 27 年には White Horse が、さらには 37 年には William Sanderson が合併に加わるというのもこうした一連の事情を反映したものといえよう。

ウイスキーの増税は、第 2 次大戦が勃発した 39 年 9 月 (4 ポンド 2 シリング 6 ペンス) から再び始まる。42 年には 6 ポンド 17 シリング 6 ペンス、43 年 7 ポンド 17 シリング 6 ペンス、戦後になっても 47 年 9 ポンド 10 シリング 10 ペンスへ上昇している。その後 60 年代にも数度引き上げられている。特に、第 2 次大戦が及ぼしたウイスキー貿易への影響は、深刻だった。食糧省は 39 年の終わりにはウイスキー生産を停止することを通告した。蒸留のために DCL によって貯蔵された 6 ヶ月分の穀物在庫は接收され、輸出用スコッチウイスキーの生産のみ短期間の蒸留が許可された。このため、40 年以降国内向けウイスキーは配給制となった。また、戦後においてもウイスキーは対米輸出の 3 分の 1 を稼ぐほど外貨獲得のための花形輸出産業で

10) シリングは 1971 年まで用いられたイギリスの通貨単位で、1/20 ポンドに相当した。

あったために、その分国内の消費制限は強化されてきた。

国内市場への配給制が50年代に終焉すると、急速に消費量は増加する。53年の275万ガロンから63年には約800万ガロンへとというように。ただ、60年代の特徴は相次ぐウイスキー税の引き上げが行われたことにあり、このため国内市場は漸次的に拡大することができず、増税によって需要の減少を引き起こしていた。実際、64、65年は約900万ガロン、960万ガロンと増えたのに、66年、67年は869万ガロン、897万ガロンへと減少している。他方、アメリカを中心とした輸出は60年代を通じて順調に増え続けた。53年の1,100万ガロンから63年の2,977万ガロンへ、さらに65年の3,535万ガロン、67年の4,186万ガロンへと増え続けた。こうした販売数量の増加は、戦中戦後を通じたスコッチの生産規制のもとでは当然に貯蔵酒のストックの不足という問題を引き起こした。このため、蒸留所による在庫量は世界のスコッチの消費量を年々6,000万ガロン以上上回り続けているといわれるほど加速的に積み増されることになった。そのことが一方では投機的取引などを生み出すとともに、他方ではアメリカを中心とした輸出市場における需要の増減が多くの蒸留所の操業の休止や閉鎖に直接的影響を与えることにもなったのである。

3. スピリッツ産業における総合的酒類資本と寡占体制の再編

(1) 70年代以降における消費需要の変化と総合的酒類資本

70年代中盤頃から、酒類の世界では国際的に「白色革命」というブームが到来する。この白色革命とは、74年にアメリカにおける売れ行きの王座がバーボンからウォッカに交代した

ことに象徴されるように、世界の各国でウォッカのほかにテキーラやラムなどの無色透明のスピリッツが愛飲されるようになったことを示している。その内容は、それまでの出来合の等級や銘柄を前提にするのではなく、値段の安い無色無臭のスピリッツを自分の好みによっていろんなものとブレンドし味わうというスタイルであり、その担い手は主に当時の若者であった¹¹⁾。当然、この影響はスコッチにも及んだ。先の図5におけるような70年代後半以降からのアメリカにおけるスコッチ消費数量の漸次的減少傾向は、このことを端的に現わしている。

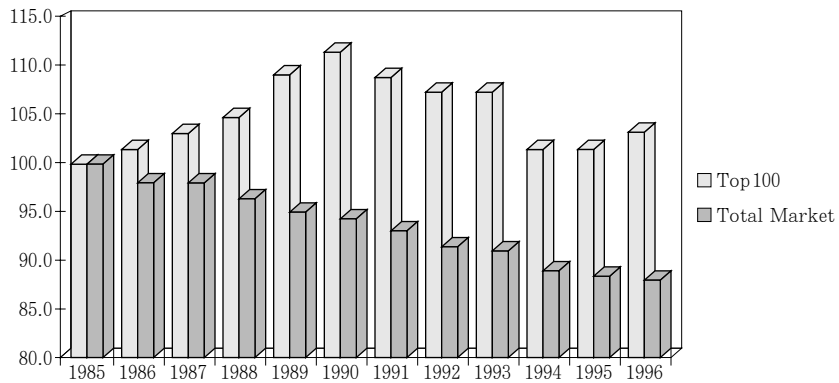
実は1971年以降イギリスでは酒類の国家的管理が緩和されていくのであるが、特に世界の飲料企業トップ4のうちの3つのイギリス企業 Allied Lyons, Grand Met, Guinness は、こうした消費需要の変化を巧みにとらえながら、多様化戦略を展開していく。その多様化戦略を Rob Baggott¹²⁾ は2つに分類している。1つは、酒類の内的多様性を志向するものでビールを中心としながらもワイン、スピリッツ、サイダーなどの酒類関連飲料部門を網羅的に重点整備するものである。それによって、多様な事業の買収(資本の集中)が進んだ。2つ目は、酒類販売とは異なる他の分野の活動を展開することであり、具体的にはホテルやレストラン、レジャー・サービスなどへの進出である。この結果、大手トップ企業は総体としてますます国内酒類市場を支配するようになったのであり、他方ヨーロッパ市場の開放の進展とともにその系列流通網の整備をも急速に展開していくことになる。こうした一連の過程は、主力トップ企業と多くの関連する子会社群から構成される総合的酒類企業グループの形成・強化過程として進んだのである。

特に注目されたのが、80年代から90年代にかけて急速な経済発展を遂げてきたアジア、ヨー

11) 深野治『白色革命、焼酎しらなみ軍記』(創思社出版、1978年) pp.115-120 参照。

12) Rob Baggott, *Alcohol, Politics and Social Policy*, Avebury 1990, pp.52-56 参照。

図8 全スピリッツの市場消費量に対するトップ100の成長
(1985=100)



Source: SGSL estimates, Canadean, Impact

資料: SPIRITS - A sunset oligopoly?, *European Sector Review*, Societe Generale April 1998, p. 5

ロッパなどの新興工業諸国である。経済発展に伴う国民所得の上昇によって、これら諸国では国際的なブランド品（高級品）を中心に消費需要が伸びていく傾向があった。逆にいえば、国際的な市場展開を積極的に進めている大手酒類資本は、当該国における流通資本との提携や合併事業化を促進しながらブランド銘柄を主力商品として組織化を進め、販路を拡大してきたのである。総じて、中小資本の生産する比較的ブランド力をもたない製品の売り上げは80年代以降漸次的に減少を続け、他方の大規模で国際的な総合的酒類資本はM&Aを繰り返しながら生産と流通の体制整備をはかり高級主力商品の販売拡大とともに高収益水準を確保してきたのである（図8参照）。

(2) 寡占構造の再編

ここでは、“A sunset oligopoly?”¹³⁾の報告書をもとにスピリッツ産業における70年代後半から現代までの動向を4つの画期で概観してみよう。第1の時期は、70年代後半から80年代初めにかけてである。この時期では、特に

アメリカ、イギリスでスピリッツ量の減少が起き、貯蔵在庫が急速に増えた。各企業はその打開策としてマーケティングによる販路拡大よりも製品価格の切り下げを実施したのであるが、実はこのことがスコッチの製品イメージを傷つけ販売量の改善に失敗することになった。当時、ウイスキー在庫量の増大は「ウイスキーの湖」という不名誉な言葉さえ生み出したほどである。

第2の時期は1984-89年のM&A期である。この時期には、需要低迷という状況の下でUnited Distillersグループを中心に蒸留所やブレンド会社の買収が数多く行われ、価格競争の回避策とともに、貯蔵酒在庫をうまく調整・管理するための原酒蒸留所の閉鎖や休止策が頻繁に実施された。

第3は、89-92年までの高成長期であり、スピリッツ企業にとっての黄金期である。この期間Grand MetやGuinness, Allied Lyonsはともに年平均15%の利益成長率を生み出している。その要因は5つあった。1つは、ウイスキー価格の上昇である。この期間には名目で11%から19%の価格上昇があった。以前の時

13) SPIRITS - A sunset oligopoly?, *European Sector Review*, Societe Generale April 1998 pp. 1-11 参照。

期における生産調整によって供給量を一定に維持していたため、特に日本やヨーロッパでの需要拡大と多くの国でのインフレ傾向が価格上昇と収益増大に寄与したのである。2つめは、高級ブランド製品の売り上げ増加である。実はこの高級ブランド化がこの時期における成長局面の中心的原動力だった。というのも、この時期多くのヨーロッパ諸国やアジア諸国では社会的なモノに対する熱望や仰々しい消費性向が根付いており、全スピリッツ販売のなかでデラックス製品群は著しく売れていたからである。3つめは、関税率の引き下げである。特に、日本やギリシャ、メキシコ、ベネズエラ、スペインでは関税率は相当に引き下げられ、輸出スピリッツ市場が拡大した。4つめは、80年代におけるM&A活動が産業合理化を促進したことである。それによって、貯蔵在庫管理の整備やかなりの程度でのブランドの合理化を進めるとともに、ブランドの広告宣伝活動も強化できるようになった。最後は、流通業者の買収・系列化である。というのも、重要な市場において販売額が増大するにともない、流通分野を自社の所有する業者で編成・系列化する方が一般的に流通マージンの獲得や自社の利益率にとって有利と考えたからである。実際に自社系列の流通業者が取り扱う販売数量の割合をみると、The United Distillers は 85% を占め、Allied Domecq Spirits and Wines (ADSW) や International Distillers & Vintners (IDV) はいずれも 9 割を越えている。そして、その行き着いた先が Diageo だったのである。

第4は、93-97年の低落局面である。この低落の原因は、上の5つの収益要因が機能しなくなったことにある。94、95年を通じて、収益成長予測は減少に次ぐ減少へと転換した。

第5は、97-99年の合同局面である。この時期では、スピリッツ（ウイスキーを含む）の消費需要が減少しつつある現在の状況（サンセットの様相）に対して、大規模な合併で全体の局面打開をはかっているのが特徴である。スピリッ

ツ産業は他の産業に比べて産業集中はそれほど進んでいるわけではないことから、これからは3、4のDiageoのような国際的企業グループが合同・合併によって形成され、主導的役割を果たすことを期待する見方も生まれている。いずれにしても、新たに高度に集積されたいくつかの国際的企業グループへと収斂されていくこと（より強固な寡占体制への再編）が予想されているのである。

(3) 新たな国際的企業グループの形成

— Diageo 創設を中心に —

上のスピリッツ産業の経済的変動の背景には、80年代から継続的に続けられた国際的企業グループあるいは国際的な総合的酒類資本の形成・強化過程があった。その主な合併・買収の動きをまとめたものが表10である。まず84年に、Arthur Bell DistillersをUDが買収しているのであるが、実はこのUDは当時のGuinnessグループのDCL (Distillers Company Ltd) が Arthur Bell & Son社と合併することによって発足した会社(85年)であり、その意味ではDCLがより拡大・発展した企業といえよう。

表10をみると、このUDとIDVさらにADSWが中心となって買収・合併を積極的に進めているのがよくわかる。特に、UDは国際的な総合的酒類資本であるGuinnessグループの、同様にIDVはGrand Metropolitanグループの、それぞれスピリッツ部門の子会社であり、この二つの国際的企業である親会社が合併してDiageoが97年に創設されたのである。これに伴いUDとIDVも合併して新たにスピリッツ子会社UDV (United Distillers & Vintners)が発足しているのである。このDiageoは世界最大の国際的総合酒類資本というべき巨人であり、そのシェアはたとえばイギリスからのスコッチウイスキーの輸出の40%、ジンの50%を占めているともいわれる。また、アメリカのI.W.ハーバーのバーボンメーカーをも傘下に有しており、そのネットワークはいろんな産業分野に

表10 スピリッツ産業における主なM&A
～1984年から98年まで～

年	取得者	ターゲット
1984	UD	Arthur Bell Distillers (イギリス)
86-87	ADSW	Hiram Walker (イギリス)
87	ADSW	McGuinness Distillers (カナダ)
	IDV	Heublein
	IDV	Almaden Vineyards, Saccone&Speed, 16.8% of Societe Martell
87-88	Seagram S&W	Societe Martell (フランス)
88	UD	20% stake in LVMH (フランス)
89	ADSW	James Burroughs (イギリス)
	IDV	Christian Bros (アメリカ), Metaxa (ギリシャ), Ouzo12 (ギリシャ)
90	UD	Bundaberg Rum (オーストリア)
	UD	Asbach (ドイツ)
91	ADSW	24% stake in Lanson
	REMY	Merger with Cointreau
	IDV	45% in Grupo Cuervo (メキシコ)
	IDV	R&J Emmet (アメリカ)
	UD	Pampero Rum (ベネズエラ)
92	ADSW	6% of Pedro Domecq SA to make 32% holding (スペイン)
	IDV	30% in Gonzales Byass
	IDV	Cinzano
93	IDV	50% North British Distillery (イギリス)
	BACARDI	Martini & Rossi
94	ADSW	Remaining 41% of Pedro Domecq Group
	UD	Stake in LVMH/Dior converted into 34% of Moet Hennessy
	IDV	Buton Brandy (イタリア)
	IDV	Glen Ellen (アメリカ)
95	IDV	Picon (フランス)
97	IDV	Merger with UD (via the creation of Diageo)
98	BACARDI	Dewar's (スコットランド) and Bombay (Gin)

資料：Societe Generale EURO Research “SPIRITS” *European Sector Review*, April, 1998 p.136

注：UD=United Distillersの略。ADSW=Allied Domecq Spirits and Wines。IDV=International Distillers&Vintners。REMY=REMY&Associates。

わたって網の目のように国際的な市場を網羅している。97年の総売上高は約126億ポンドにも上り、スピリッツ酒類別ではスコッチが30%、ウォッカが22%、ジン9%、リキュール9%、ブランデー・コニャック5%、ウイスキー5%、ラム2%などとなっている。また、地域別販売市場ではイギリス・ヨーロッパが35%と最も多く、次いで北米29%、アジア・太平

洋17%などと国際的な広がりをみせている¹⁴⁾。

ADSW(イギリス)も、この間数々の買収を通じて規模を拡大するとともに総合酒類資本グループとしての体制を築き上げてきた。なかでも94年のPedro Domecq Group(スペイン)の買収によって一段の規模拡大を達成している。総売上高(97年)は44億ポンドとDiageoの約3分の1である。酒類別構成ではブランデー・

14) SPIRITS-A sunset oligopoly? 参照。

コニャックが27%、スコッチ19%、ウイスキー16%、リキュール14%などと続いている。販売市場構成では、イギリス・ヨーロッパが47%と最も高く、北米31%、アジア・太平洋6%などとなっている。

総合酒類資本グループの特徴は、DiageoやADSWにみられるようにスピリッツ部門だけでなくワイン、ビール部門さらには食品生産部門、外食産業などをもグループとして所有していることである。これら国際企業グループの1999年以降における最近の動きとして、まずAllied Domecqは眞露のウイスキー部門を買収したり(99年)、ヨーロッパのシャンパン部門を買収する(2001年)など蓄積体制の強化を図っている。また、Seagramは2000年にフランス・メディアに買収され、その酒類部門はDiageoのUDVとPernod Ricardとに分割買収されている。この他にはBacardi, LVMHなどがあり、それぞれ各国市場における売れ行き状況に応じて流通網の整備や売却・整理などの再編を繰り返しており独自の活動を展開している。

スコッチ蒸留所は単独の独立した経営方式を貫いているところはほとんどなく、こうした国際的総合酒類資本グループを構成するウイスキー部門の大手資本の系列下にあるというのが実態である。しかも、その系列編成は単純な縦系列で編成されているというよりは、モルトやグレーンのブレンドのために縦横に形作られた複雑な取引関係を展開している。したがって、こうしたスコッチ蒸留所は国際的巨大大企業グループの資本蓄積戦略に基本的に規定されるものの、それが及ぼす影響はブランド製品の売れ行き動向に応じてその製品のブレンドにかかわる蒸留所の操業の拡大あるいは閉鎖・休止という形で現われる。しかも3年以上という保税倉庫での貯蔵期間があるため、その影響は屈折した形で現れざるをえない。逆に言えば、スコッチ産業における蒸留所の再編はそのようにして進んできたし、またこれからも同様に展開するのである。

4. スコッチ産業が提起する本格焼酎産業への課題

(1) しょうちゅう新時代の特徴

日本における酒類産業では明らかに大きな地殻変動が起きている。その中心にあるのが、本格焼酎から甲類焼酎まで含めた「しょうちゅう」消費の急拡大であり、他方での清酒やウイスキー消費の傾向的な減少である。私たちの共同研究では、これは日本におけるカビ文化(麹菌)に基づく蒸留酒の確立過程(国民的認知の過程)であり、それはヨーロッパ各国でたとえばイギリスでは麦芽文化に基づくビール=醸造酒とウイスキー=蒸留酒があるように、またフランスではワイン=醸造酒、ブランデー=蒸留酒があるように、日本でもようやく清酒=醸造酒と並んで「しょうちゅう」=蒸留酒が国民のなかに定着したことを示していると考えた。同時に、この「しょうちゅう」はアジアでも中国の白酒や高粱酒とは違った日本独特の蒸留酒である。

では、こうした事情を数値で示してみよう。まず酒類別消費数量の動向(図9)をみると、第1に92年に本格焼酎の消費量(231kl)がウイスキー、ブランデーの消費量(230kl)を上回り、その後格差は拡大傾向にあることがわかる。第2に、清酒の販売数量の低減傾向が続いているのに対して甲類焼酎と本格焼酎を合わせた「しょうちゅう」の通増傾向は全く対照的であり、特に90年代後半から両者の差は急速に接近しているのがわかる。課税移出数量でも(図10)、2002年は清酒が約90万klに対して「しょうちゅう」は約87万klを記録しており、この趨勢からすれば2003年には両者はほぼ一致ないしは逆転することが考えられる。100%のアルコール換算を前提した場合には、すでに97年に両者はすでに逆転しており(図11)、いよいよ日本古来の歴史に根ざした蒸留酒=「しょうちゅう」が国民大多数に受け入れられたことになる。

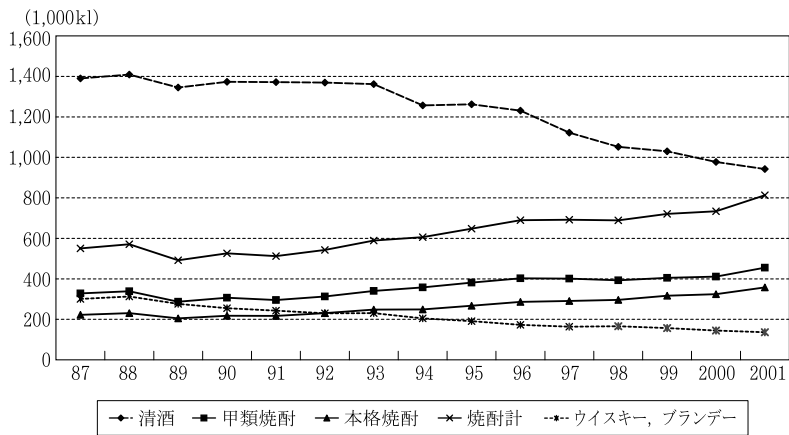
次にこの「しょうちゅう」の内実(図12)を

みると、本格焼酎は着実な生産増加を続けているのに対して甲類焼酎は国内生産量よりもむしろ海外からの輸入量が90年代以降着実に増えているのがわかる。その主な銘柄の動きを示したのが図13である。この3銘柄はいずれも韓国の甲類焼酎メーカーであり、この3銘柄だけで甲類焼酎輸入量の97%を占めている。なか

でも特に真露と鏡月（サントリー系）が圧倒的である。

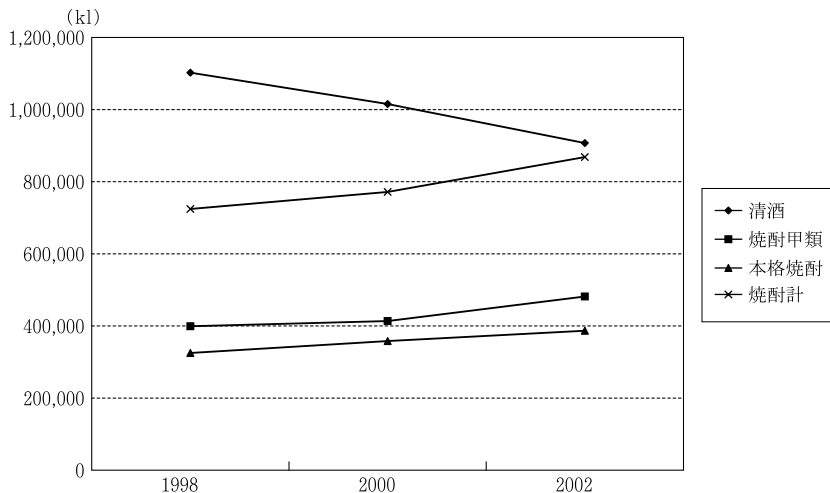
こうした事情に反映されているように、「しょうちゅう」市場への参入は特に90年代以降急速に拡大している。韓国産甲類焼酎の本格的参入も然りであり、清酒業界や大手ビールメーカーからの参入も続いている。特に本格焼酎は流通

図9 酒別消費数量の推移(国税庁調)



資料：『酒類食品統計月報』より作成

図10 酒別課税移出数量の推移(国税庁調)



資料：『酒類食品統計月報』より作成

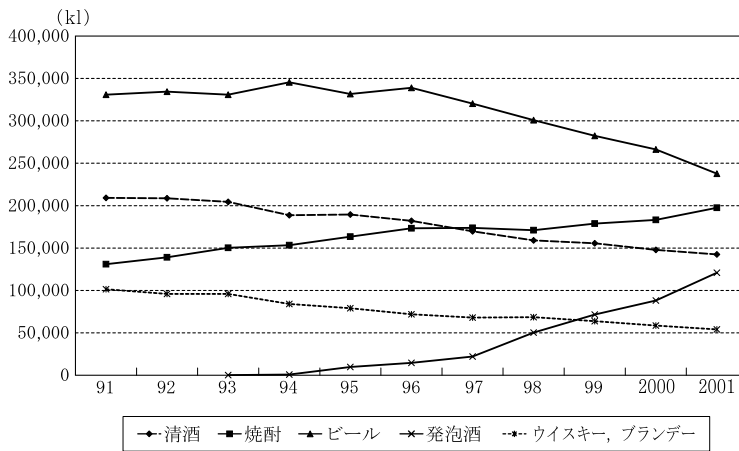
寡占化するスコッチ産業

分野では酒類製品群のなかでも唯一の売れ筋製品、利益商材ともいわれており、メーカーサイドでは流通分野との情報交換を促進しながら本格焼酎を中心にした広範な「しょうちゅう」製品群の開発・販売促進策を強化している。その結果、この「しょうちゅう・ブーム」は単に本格焼酎、甲類焼酎という独自の製品分野としてではなく、本格焼酎から乙・甲焼酎、甲・乙焼

酎、甲類焼酎、酎ハイまで、さらには生産年販売から長期貯蔵品に至るまで、非常に裾野が広く奥行きの高い一連の製品群として多様な消費需要の獲得に成功しているのである。

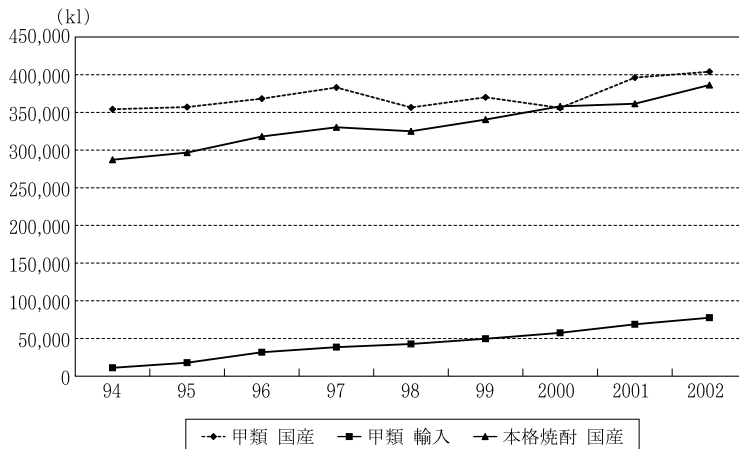
現在の不況局面にもかかわらずブームを形成している「しょうちゅう」業界では、今後多様な分野からの参入を通じて様々な状況の展開が考えられる。これまでカビ文化を基礎とする蒸

図 11 主要酒類の消費数量の動向 (100%アルコール換算)



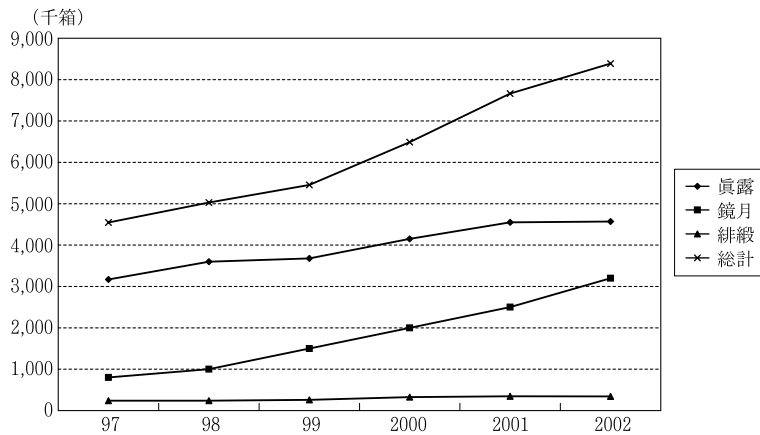
資料：『酒類食品統計月報』より作成

図 12 甲類焼酎、本格焼酎の課税移出数量の推移 (国税庁調)



資料：『酒類食品統計月報』より作成

図 13 主な外国焼酎輸入量の推移



資料：『酒類食品統計月報』より作成

留酒として歴史的にその中心を担ってきた本格焼酎業界は、スコッチ業界のこれまでの変遷から何を教訓・課題とすべきなのだろうか。

(2) 本格焼酎産業の発展に向けた新たな課題

① 「しょうちゅう」定義

19世紀中盤まではモルト・ウイスキーが主流であったにもかかわらず、その後グリーン・ウイスキーの台頭とそれによるブレンドウイスキーの普及によってモルト業界は苦境にたたされるようになった。そこで発生した大事件、それが「ウイスキー論争」であった。この事件の発端は、モルト業者の側から問題提起し、1905年イズリントン議会在がグリーン・ウイスキーとブレンド・ウイスキーはウイスキーではないと断定したことであった。しかし、DCLを中心としたグリーン業者はこれに猛反発して王室委員会の設置を要求し、その結果1908年に権威ある裁定がほぼ現在のスコッチ定義に近い内容でくだったのである。この論争はスコットランドの地酒から世界の銘酒へと成長する過程で起きた事件であり、逆にいえばスコッチの定義がこの事件を契機に明確にされたからこそ、その後の発展の道が開けたともいえるのである。

現在の「しょうちゅう」は当時急速な発展を遂げつつあったスコッチの状況（製品群の広がり）とかなり似ている。世界市場をも射程に入れた製品イメージを明確にするためには、明確な「しょうちゅう」の定義あるいは本格焼酎の定義が不可欠となる。2002年11月の省令改正は、本格焼酎の定義を従来の消去法的規定から一歩前進させた規定内容へと発展させている。その意味では、一定評価できる内容である。しかし、個々の具体的内容規定や製品における詳細な表示方法の規定を考慮した場合、まだまだ検討すべき課題は多い。特に、原料や加工原料の内容・成分の表示さらには原料産地の表示などで地域的特性を世界に向かってアピールするのかどうか、貯蔵年数の表示の仕方に検討の余地はないのか（ブレンドされた貯蔵年数の古い方を記載するのか、最も新しい方を記載するのか）、現在本格焼酎から乙・甲類焼酎、甲・乙類焼酎、甲類焼酎へと広がった「しょうちゅう」表示のまぎらわしさを消費者にわかりやすくするためにどのように簡潔化するのかなど、業界内で統一的な合意を求められている課題はどれも重要である。

② 業界の寡占化と産業振興

スコッチ産業の寡占化の進展は、先にみたようにDCLのような近代的蒸留生産を基礎としたグリーン業者やブレンド製品開発と市場拡大で成功したビッグ5が急成長を遂げ、他方ハイランドを中心に産地を形成してきた多数のモルト蒸留所はその原酒工場として系列化されるという形で進んだ。これに対して日本の状況はどうか。

日本の蒸留酒は歴史的にみれば本格焼酎として南九州、沖縄を中心とした中小零細メーカーによる地域産業として集積してきた。九州という主産地から東京など本州の大都市圏に市場拡大するのはわずか20年程前からすぎない。他方、日本の大手蒸留メーカーであったサントリーやニッカなどはむしろ日本でウイスキーをつくることに集中してきた。その功績により、ジャパニーズ・ウイスキーは世界の5大ウイスキーの一つとして認知されるに至っている。これは、カビ・麹菌による蒸留酒ではなく、麦芽による蒸留酒＝ウイスキーを日本の蒸留酒として普及する過程であったとみることもできる。歴史的にみれば、日本の文化は食生活や衣服、生活習慣を含めて欧米化の影響を強く受けてきたわけであるから、蒸留酒もウイスキーとして日本人の生活のなかに日本人の嗜好に合った飲み方で普及すると考えられたとしても全く不思議ではなかった。

しかし、現実には国民酒として清酒と並ぶ程に普及したのはウイスキーよりもむしろ本格焼酎を中心とした「しょうちゅう」であった。こうした事情がスコッチ産業との決定的な違いとなっている。つまり、日本の蒸留酒はウイスキーとは出自を根本的に異にする文化（カビ）から形成されつつあり、しかもその担い手は九州・沖縄を中心に産地形成されている多くの中小零細資本から一部近代的資本までに及ぶ広範囲のメーカーから構成されているのである。過去に

は本格焼酎産業は国税当局による産業振興策などによりある程度の保護規制を実施されてきたことがあり、このことがそうした違いをもたらした一因である。いずれにしても近代的酒類資本から従来の地域的な地場資本まで多様な企業経営の発展と広がりのおかげで貯蔵酒を含めた各種製品群と全国ブランド品とが市場に普及しているのである。

近年の規制緩和とそのもとの異種酒類メーカーの参入状況はますます激しさを加えている。この一年の新たな動向だけでも、「いも」焼酎の需要拡大を反映していろんな動きがみられる。まず、本格焼酎業界内部では雲海酒造や神楽酒造などによる「いも」焼酎分野への本格的参入が展開しており、またアサヒビールやサントリーなどの大手総合酒類資本は鹿児島県の酒造蔵を傘下に入れたりあるいは提携強化を図るなどしながら「いも」焼酎の販売、参入を強化している。キリンは独自戦略で自社工場生産体制を強化する戦略をとっている。さらに、灘などの大手清酒メーカーでは従来の酒かす焼酎から本格的な米焼酎（たとえば清酒最高の酒造米＝山田錦を原料米にした米焼酎）の貯蔵を実施しており、近い将来市場で販売する予定になっている¹⁵⁾。

こうした状況はスコッチ産業でいえば19世紀末から20世紀前半のような状況に似ている。本格焼酎業界では、その対応策として特に中小メーカーにとっては今後ますます独自の経営戦略や関連業者や各種研究機関などの多様な連携などが必要となるであろう。スコッチ業界のように大手酒類資本へのモルト原酒工場への系列化の道（寡占化）を辿るのか、あるいは産地集積を基礎にメーカー間あるいはメーカーと流通業者さらには各種研究機関などのネットワーク情報網の形成を通して独自の市場展開を遂げていくのか、さらにそれ以外の展開を遂げていくのか、現在はその分岐点にあるとみることも

15) 『酒類食品統計月報』（日刊経済新聞社、2003年7月号）や新聞記事など参照。

できる。ただ、スコッチ産業のような急激な再編過程（寡占化）を辿ることは当面はないであろう。というのも、アメリカ合衆国という大規模な主要市場での禁酒法制定や二つの世界戦争による生産規制などといった非常に特殊な状況の下での厳しい環境＝諸制約条件は、少なくとも現時点では想定できないからである。むしろ、グローバルな規模での諸資本の激しい競争戦は国内市場を中心に拡大基調にある「しょうちゅう」業界にどのような影響をさらには再編作用を及ぼすのかに、今後の焦点は当てられるだろう。いも焼酎などのブームにみられるように、最近本格焼酎固有のテイスト、個性が見直されつつある。スコッチ産業でも同様に、近年シングルモルトが見直されつつある¹⁶⁾。歴史的に形成された本格焼酎業界における産地集積の諸力（広い裾野を形成するとともに高度で非常にハイグレードな品質を達成した諸力）は、多様な

広がりとともに消費者の強い支持を得ながらこれからますますその真価が試されようとしている。

参考文献

- 『坂口謹一郎酒学集成2』（岩波書店，1997年）
島谷幸雄『ウイスキーシンフォニー』（たる出版，2003年）
『スコットランドウイスキーの源流を訪ねる』（日経BP社，1997年）
土屋 守『ブレンデッドスコッチ大全』（共同印刷，1999年）
土屋 守『モルトウイスキー大全』（共同印刷，2001年）
マイケル・ジャクソン，山岡秀夫訳『スコッチウイスキー，その偉大なる風景』（小学館，2002年）
H. J. Greenwood, *The Liquor Licensing System*, H. M. Customs and Excise 1924

~~~~~  
付記 本稿は、1999年9月～2000年8月における熊本学園大学教員学外研修規程による滞英研究（ロンドン大学）の成果の一部である。

---

16) 土屋守『シングルモルトを愉しむ』（光文社新書，2002年）pp. 226-230 参照。