

資料B：清酒出荷石数TOP20、55年の変遷＋パッケージの変化

＋脚注で忠勇、富貴、富久娘などに関する歴史情報を紹介

別資料の「資料A」では「明治～現在の130年の変遷」を「9つのポイント年」で調査したが、この「資料B」では「戦後～現在の55年の変遷」をより詳細な「5年ごとの12のポイント年」で観察。データは、日刊経済通信社が長年継続的に発表されている情報の引用です。

1965(S40)年石数TOP20★

1970(S45)年石数TOP20

1975(S50)年石数TOP20

(出典：日刊経済通信社が過去に出版された月刊雑誌「酒類食品統計月報」や、5年に1度程度の頻度で発行された「酒類食品統計月報・特別増刊号」などによる。以下同じ。)

	銘柄	石数 (万石)
1	月桂冠	27.01
2	白雪	16.13
3	白鶴	15.74
4	大関	14.62
5	日本盛	11.93
6	沢の鶴	11.10
7	白鹿	10.37
8	菊正宗	8.99
9	富久娘	6.44
10	忠勇★★	5.84
11	11位以下データなし	
12		
13		
14		
15		
16		
17		
18		
19		
20		
清酒課税移出		643.9

	銘柄	石数 (万石)
1	月桂冠	52.62
2	白雪	34.82
3	白鶴	31.17
4	日本盛	30.27
5	大関	23.45
6	沢の鶴	19.14
7	菊正宗	18.58
8	白鹿	17.84
9	黄桜	16.23
10	松竹梅	14.67
11	富久娘	14.06
12	北の誉	10.67
13	千歳鶴	8.82
14	多聞	8.76
15	爛漫	7.54
16	忠勇	7.42
17	千福	7.33
18	キンシ正宗	5.21
19	高清水	4.34
20	20位データなし	
清酒課税移出		889.4

	銘柄	石数 (万石)
1	月桂冠	75.16
2	白雪	44.10
3	白鶴	42.29
4	日本盛	40.29
5	大関	35.28
6	松竹梅	23.35
7	白鹿	22.55
8	黄桜	22.55
9	菊正宗	21.50
10	沢の鶴	21.35
11	富久娘	16.36
12	剣菱	14.03
13	多聞	10.18
14	爛漫	10.17
15	北の誉	9.18
16	千福	8.87
17	富貴★★★	8.22
18	千歳鶴	7.34
19	賀茂鶴	6.61
20	高清水	6.31
清酒課税移出		970.6

- ★ 日刊経済通信社の1965年の石数ランキングにはないが、この年、**松竹梅6.5万石**、**黄桜6万石以上**で、トップ10に入る（石数の出典、宝酒造「90周年史」、黄桜は「1964年に5万石突破、1968年に10万石突破、1970年に15万石突破、1972年に20万石突破」（追想・松本司郎）からの推定）
- ★★ 「忠勇」：若林合名（若林家4家が合同、その後1943年に若井東店・丸岡家も企業統合した会社）の銘柄。1976年、白鶴が銘柄を取得（会社はJFLAが取得しマルキン忠勇に、その後、2013年に盛田株式会社が吸収）「若井東店」は、明治期に本邦2位だった「牡丹正宗・若井本家」の分家。
- ★★★ 「富貴」：明治・大正期は紅野平左衛門の銘柄で最盛期5,000石以上だったが、昭和14年に廃業。銘柄は昭和25年に「萬歳酒造」（※最終ページ参照）に譲渡され合成清酒（当時は「新清酒」）の「富貴世界」として復活、昭和38年に萬歳酒造を買収した合同酒精に移った。合同酒精は別に昭和39年に「西宮酒精」（※最終ページ参照）を買収し、その敷地に四季蔵（西宮工場）を新築して清酒醸造を開始、1965（昭和40）年から大々的に販売したのが表にある「富貴」。

清酒出荷石数TOP20、55年の変遷＋パッケージの変化

1980(S55)年石数TOP20

	銘柄	石数 (万石)
1	月桂冠	59.33
2	白鶴	39.19
3	日本盛	37.55
4	大関	34.36
5	白雪	29.87
6	黄桜	26.61
7	松竹梅	23.85
8	菊正宗	21.74
9	白鹿	19.06
10	沢の鶴	17.66
11	剣菱★	16.86
12	富久娘★★	12.74
13	爛漫	9.17
14	多聞	8.47
15	千福	8.07
16	高清水	7.63
17	北の誉★★★	5.91
18	白牡丹	5.46
19	千歳鶴	5.44
20	20位データなし	

清酒課税移出	818.3
--------	-------

1985(S60)年石数TOP20

	銘柄	石数 (万石)
1	月桂冠	47.13
2	白鶴	33.06
3	日本盛	32.35
4	大関	31.77
5	黄桜	25.62
6	白雪	21.99
7	松竹梅	21.54
8	菊正宗	20.45
9	白鹿	15.03
10	沢の鶴	14.47
11	剣菱	13.46
12	富久娘	10.06
13	高清水	7.08
14	爛漫	7.07
15	千福	7.04
16	多聞	6.71
17	賀茂鶴	6.36
18	世界鷹G	6.14
19	白牡丹	4.96
20	会津ほまれ	4.83

清酒課税移出	752.8
--------	-------

1990(H2)年石数TOP20

	銘柄	石数 (万石)
1	月桂冠	49.35
2	白鶴	37.26
3	日本盛	36.18
4	大関	35.88
5	松竹梅	25.33
6	黄桜	24.90
7	白雪	23.01
8	菊正宗	22.55
9	白鹿	15.30
10	剣菱	14.83
11	沢の鶴	13.86
12	富久娘	11.14
13	世界鷹G	9.81
14	高清水	7.71
15	千福	7.16
16	爛漫	7.00
17	多聞	7.00
18	賀茂鶴	6.36
19	白牡丹	5.61
20	清洲桜	5.21

清酒課税移出	790.0
--------	-------

- ★ 「剣菱」：1505年、伊丹で猪名寺屋ーいなかやーとして創業、1743年に坂上（津国屋ーつのくにや）が受け継ぐ。坂上の剣菱は江戸で人気のブランドで、石数も多かったが、明治5年の新鑑札制で酒造から撤退。明治6年に稲野利三郎（マークを商標登録した方）が引き継ぎ、明治42年にさらに池上茂兵衛が引き継いだ。昭和元年にいったん廃業。昭和4年に白樫政雄が剣菱ブランドを継承、伊丹から灘に移って剣菱酒造を設立して隆盛となり、現在に至る。
- ★★ 「富久娘」：1681年創業とされる古い銘柄で、明治・大正・昭和を通じて灘の大手ブランドだった。花木家の経営だったが1963年に経営破綻。東洋醸造（旭化成が出資）が引き継ぐ。東洋醸造傘下で1985年に販売したお燗機能付き容器「燗番娘」は画期的商品で、清酒産業のマイルストーン。月桂冠、日本盛、大関、白雪、多聞ほか数社が追従した。この時期以降、日本のお酒のほか、世界でコーヒやカレールーなど様々な加熱機能付き容器が開発され販売されたが、「燗番娘」は最盛期には年間600万缶以上（きた産業が容器を製造）で、加熱機能付き容器の実売数としていまだに世界一だと考えられる。その後、1992年に東洋醸造が旭化成に併合されたので旭化成の直接の傘下に。2003年に合同酒精に譲渡され、オエノン傘下に。富久娘酒造株式会社自体はオエノンプロダクトサポート株式会社となり、富久娘ブランドの清酒は現在はオエノン傘下の福徳長でつくられる。
- ★★★ 「北の誉」：1890年創業の丸野口商店を始まりとし、何度かの合併や社名変更を経て1968年に北の誉酒造となる。2007年、オエノンの傘下に。

清酒出荷石数TOP20、55年の変遷＋パッケージの変化

1995(H7)年石数TOP20

	銘柄	石数 (万石)
1	月桂冠	47.25
2	白鶴	36.88
3	大関	36.48
4	松竹梅	30.67
5	日本盛	28.06
6	黄桜	22.21
7	菊正宗	22.06
8	白雪	20.96
9	白鹿	14.77
10	世界鷹G	13.95
11	剣菱	11.02
12	沢の鶴（推定）	11.02
13	富久娘	9.03
14	清洲桜	7.40
15	高清水	6.83
16	爛漫	6.05
17	多聞	5.86
18	千福	5.80
19	賀茂鶴	5.56
20	朝日山	5.25

清酒課税移出	727.8
--------	-------

2000(H12)年石数TOP20

	銘柄	石数 (万石)
1	月桂冠	41.39
2	白鶴	38.08
3	大関	31.82
4	松竹梅	26.09
5	日本盛	25.86
6	菊正宗	18.34
7	黄桜	16.44
8	白雪	15.43
9	白鹿	13.73
10	世界鷹G	12.73
11	沢の鶴（推定）	9.74
12	剣菱	9.60
13	清洲桜	7.65
14	富久娘	6.09
15	朝日山	5.79
16	爛漫	4.88
17	高清水	4.87
18	多聞★	4.61
19	菊水	4.27
20	千福	4.23

清酒課税移出	555.0
--------	-------

2005(H17)年石数TOP20

	銘柄	石数 (万石)
1	白鶴	34.30
2	月桂冠	30.87
3	松竹梅	25.59
4	大関	23.65
5	日本盛	18.19
6	世界鷹G	13.08
7	黄桜	13.08
8	菊正宗	12.23
9	オエノン★★	11.45
10	白雪	9.19
11	白鹿	8.52
12	清洲桜	7.11
13	沢の鶴（推定）	6.84
14	剣菱	5.91
15	朝日山	4.97
16	菊水	4.14
17	高清水	3.26
18	爛漫	3.25
19	千福	2.90
20	賀茂鶴	2.86

清酒課税移出	405.6
清酒総生産★★★	410.9

★ 「多聞」：八馬家の経営だったが2002年破綻 銘柄は大関が継承

★★ 「オエノン」：2003年に合同酒精などの持ち株会社として発足

★★★ 清酒総生産＝国内の課税移出＋海外への輸出数量（2005年以降のみ記載。戦後の期間で輸出比率が1%を超えだしたのは2003年。2000年以前は1%未満なので影響が軽微と考えられ、データを作っていない）

清酒出荷石数TOP20、55年の変遷＋パッケージの変化

2010(H22)年石数TOP20★

	銘柄	石数 (万石)
1	白鶴	33.17
2	月桂冠	27.96
3	松竹梅	25.46
4	大関	19.54
5	オエノン	14.07
6	日本盛	14.01
7	世界鷹G	13.39
8	黄桜	10.82
9	菊正宗	9.92
10	白雪	7.20
11	白鹿	6.73
12	清洲桜	5.34
13	沢の鶴（推定）	5.34
14	剣菱	4.19
15	朝日山	4.16
16	菊水	3.21
17	高清水	2.65
18	北冠	2.43
19	爛漫	2.35
20	立山	2.20
清酒課税移出		328.6
清酒総生産		336.3

2015(H27)年石数TOP20★★ （「石数に輸出を含む」の但し書き）

	銘柄	石数 (万石)
1	白鶴	32.52
2	松竹梅	28.11
3	月桂冠	26.08
4	世界鷹G	14.16
5	大関	13.33
6	オエノン	10.74
7	黄桜	9.85
8	菊正宗	9.03
9	日本盛	8.57
10	清洲桜	5.82
11	白鹿	5.67
12	沢の鶴（推定）	3.81
13	朝日山	3.71
14	北冠	3.52
15	菊水	3.25
16	剣菱	2.91
17	高清水	2.70
18	立山	1.89
19	獺祭	1.78
20	一ノ蔵	1.70
清酒課税移出		307.7
清酒総生産		317.8

2020(R2)年石数TOP20★★★ （「石数に輸出を含む」の但し書き）

	銘柄	石数 (万石)
1	松竹梅	26.63
2	白鶴	26.07
3	月桂冠	20.16
4	オエノン	14.42
5	大関	8.87
6	黄桜	8.29
7	菊正宗	7.34
8	日本盛	6.76
9	清洲桜	4.24
10	白鹿	3.38
11	朝日山	2.68
12	菊水	2.65
13	獺祭	2.56
14	キング醸造・播州錦	2.43
15	沢の鶴（推定）	2.36
16	高清水	2.04
17	世界鷹G	1.86
18	剣菱	1.86
19	白河銘醸・谷乃越	1.38
20	一ノ蔵	1.06
清酒課税移出		229.6
清酒総生産		244.1

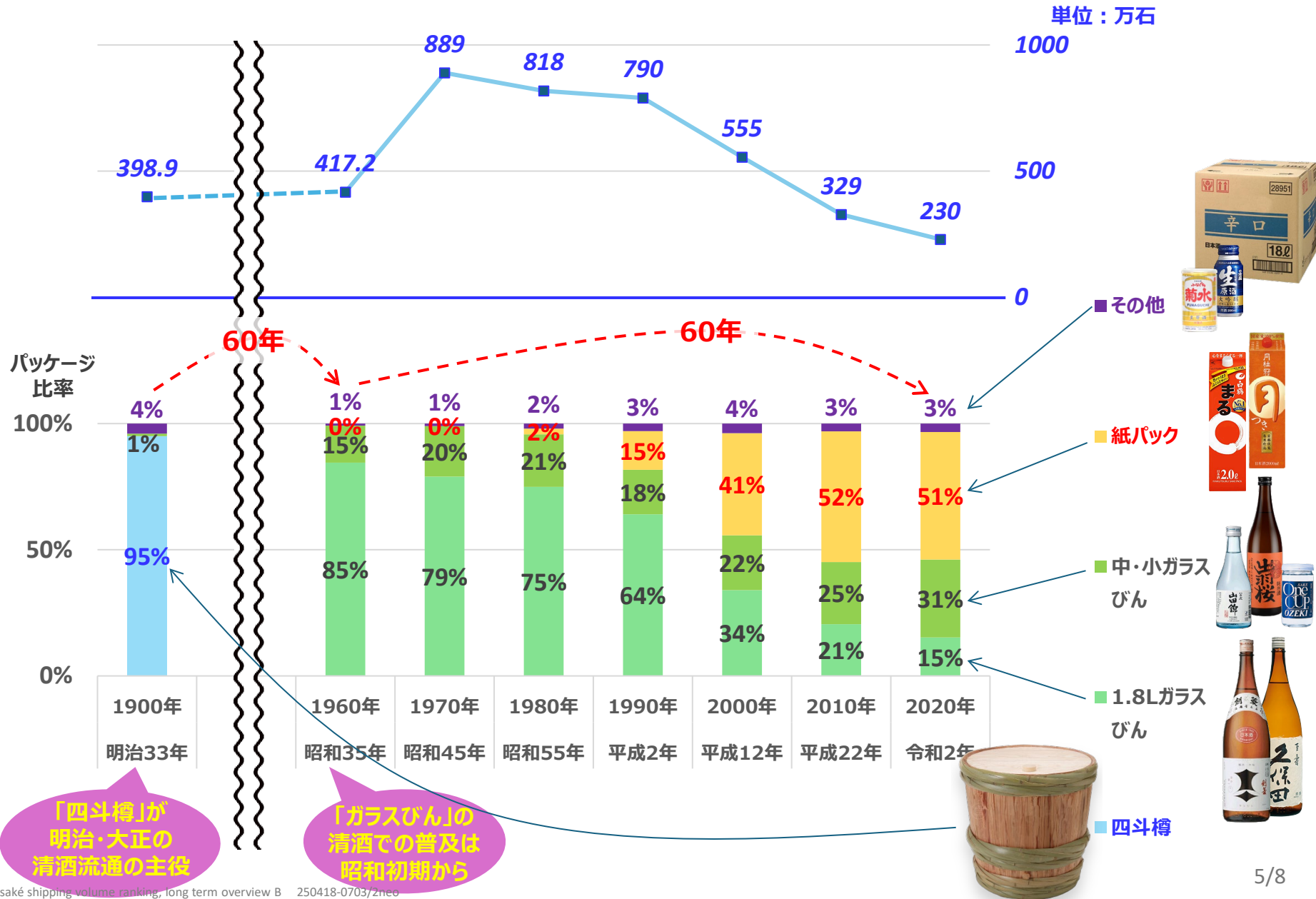
- ★ 白雪は2014年に、2012年以降の数値を修正。おそらく2010年も記載より少ない。
- ★★ 2015年、八海山が3.7万石程度だったと考えるが、日刊経済通信社のランキングリストにはない。
- ★★★ 2020年、八海山が2.7万石程度、北関酒造が2万石程度だったと考えるが、日刊経済通信社のランキングリストにはない。

(end 250418-21/2neo)

関連資料：「清酒出荷石数」と「パッケージ比率」の変遷

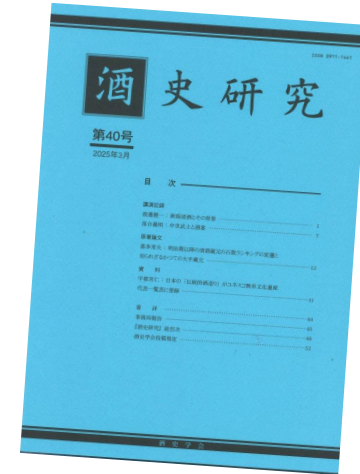
関連資料 1/3

(1960年～2020年のパッケージ比率は筆者が過去に集積した情報による推定 1900年は推測)



前ページグラフに関して：「酒史研究」の論文から関連記述の引用＋追記

江戸・明治を通じて都市部での清酒流通の主流容器は「四斗樽」だった。（酒問屋が、樽の酒を「一合・五合・一升」のいずれかの升で量り、客持参の「通い徳利」などに入れ替える「量り売り」） 地方では、地元の蔵元に客が「通い徳利」「陶器樽」などを持参して酒を買った。流通容器の主役は「木樽」で、大手蔵元の周りには多くの家内工業的樽屋があるのが常だった。（醤油も樽流通だったので大手醤油蔵の周りにも樽屋が多かった。全国で樽屋・桶屋に従事する人はとても多かった。）



2025年の「酒史研究」（「酒史学会」の学会誌）に、私が投稿した『明治期以降の清酒蔵元の石数ランキングの変遷と知られざるかつての大手蔵元』という論文が掲載されました。このスライドの文章は、その一部を引用、追記したものです。

ガラス壺入り清酒は、明治20（1887）年ころから「人工ビン」+「キカイ栓」の形態で出回り始めた（国内用・輸出用）が、ビン入りが前提だったビールのようには普及しなかった。「王冠」の発明（アメリカにおける特許取得）は明治24（1891）年で、日本で使用されるようになったのは明治33（1900）年から。王冠の登場はビン入りビールの普及に拍車をかけたが、清酒で重用された一升壺にはあまり普及しなかった。

清酒でガラス壺が普及するには、まずは、高価で品質が一定しない「人工ビン」でなく、安価で品質の安定した「自動壺」の登場が必要だった。大阪の徳永硝子が一升壺（世界的に例外的大容量だった）をアメリカ製の特注自動製壺機で量産しはじめたのは大正13（1924）年。その結果、昭和初期から壺詰め清酒が急速に増えた。同時に、一升壺は容量が大きいので、「(単式)王冠」ではなく、様々な日本独自の「複式王冠」（外栓と替栓がある王冠。替栓でリシールできる）が開発された。昭和20（1945）年代後半から今も使われる形式の「アルミ製冠頭」と「替栓」（当社－きた産業－などが開発。冠頭のアルミ深絞り技術とスコア管理が安定したのが昭和30（1955）年前後。替栓は、今はポリ栓だが当時はコルク栓）の複式王冠が使われるようになって、「(自動壺の)一升壺」+「複式王冠」が完成し、これが清酒の主流容器になった。

当社は今も「蔵元直詰」や「直詰封緘」と印刷される清酒王冠を多く製造しているが、これは「樽詰め」が「壺詰め」になったところに始まった表記。樽詰めだと酒問屋で詰め替えになるが、ガラス壺だと蔵元で詰められたまま流通するので品質保証にもなる。フランスワインでも、今も「Mis en Bouteille au Château（シャトー元詰め）」と書かれるコルク栓があるが、同じ理屈である。

前々ページのグラフに示す通り、1960（昭和35）年ころには、清酒の全出荷量の85%程度が一升壇詰めとなった。有価で回収され、リユースされる一升壇は長らく清酒の主要容器で、1990（平成2）年の時点でも全出荷量の64%程度を占めていた。1960～1990年代のランキング上位の蔵元は、例外なく大型・高速の一升壇詰めラインを持っていた。換言すれば、量売るために一升壇詰めラインを整備することが当時の大手銘柄の必須条件だった。

その後、清酒の主流容器は大きく変わった。清酒全体で見た場合、1980年代は紙パックは数%だったが、2000年には41%程度になり、2010年以降は50%以上の状態を継続していて、今や「清酒の主流容器は紙パック」と言える。総務省の小売物価統計の清酒の調査対象品も、2002年まで「一升壇」だったが、2003年以降「2リットル紙パック」となっている。

（資料Aの、表9の）2022（令和4）年の上位10社はすべて紙パック製品を販売していて、10社の合計総出荷に占める紙パック出荷比率は67%である。紙パック出荷比率75%以上が10社中、6社もある。清酒紙パックは経済酒として安く販売される場合が多く、また2リットルの増量パックが主流で、採算に影響を及ぼしている面も多い。一方、2022年の11位から30位の20社の中には、紙パックを全く販売しない（ガラス壇商品が中心の）会社が8社ある。15位まででは「獺祭」「朝日山」「八海山」が紙パックを販売しておらず、この3社は清酒業界の中で極めて高収益をあげていることで有名である。収益性と包装容器形態の相関については意見が分かれるところかもしれないが、容器形態への設備対応や対応方針が、大手銘柄の必要条件となっていることは指摘できる。

前々ページのグラフからは、この半世紀、出荷石数減と紙パック比率増が同時に進行していることがわかる。紙パック比率の増加は、清酒総石数の減少に大きく関係していると考える。（清酒「紙容器」は優れたパッケージだと思うが、「安く販売」したことが、清酒市場を収縮させたのではないかな？紙容器がなかった場合でも市場縮小はあったはずではあるが、ロングスパンでみた場合、どちらが良かったのか？）清酒に限らず、酒類全般の特性として、安く売るとは長期的に全体市場を縮小させると考える。

注）本稿ではびんを「壇」と記している。近年は「瓶」の漢字が一般的になったが、字義としては「壇」= Bottle・狭い口のびん、「瓶」= Jar・広い口のびん、なので、清酒の場合は「壇」がより正しい。

（以上 250703/2neo）

(追加情報) 「富貴」ブランドの起源 + 知られざる「新清酒」大手銘柄

「富貴」ブランドの起源

- 冒頭ページの脚注記載の通り、「富貴」は明治・大正期は紅野平左衛門の銘柄だった。最盛期5,000石以上だったが、昭和14年に廃業。銘柄は昭和25年に「萬歳酒造」に譲渡され「新清酒」（合成清酒）の「富貴世界」として復活。
- 左：昭和24(1949)年の「全國酒類醸造家名鑑」掲載の「萬歳酒造」の広告に「富貴世界印 新清酒」とある。
- 昭和38年に萬歳酒造は合同酒精に買収され、「富貴」は同社の銘柄となった。
- 合同酒精は別に昭和39年に「西宮酒精」を買収し、その敷地に四季蔵（西宮工場）を新築して清酒醸造を開始、1965（昭和40）年から大々的に販売。その時、復活使用したブランド名が「富貴」。冒頭ページの表のとおり、1975年は全国で17位となる大規模ブランドとなった。「富貴」は、今は合同酒精東京工場で作られる。

「新清酒」の大手ブランド

「萬歳酒造株」と「西宮酒精」

- 「萬歳酒造」は辰馬家（白鹿）が関係した会社で、清酒は造らず、合成清酒や焼酎、ウイスキーの製造、戦時対応のアルコール製造を行った。合成清酒、アルコール製造の戦前～戦後の大手。大阪と広島に工場があった。
- 倒産した井上酒造という会社を昭和8年に浅尾豊一（辰馬本家酒造の初代社長、13代辰馬吉左衛門の実弟、初代辰馬悦蔵の次男）が引き継ぎ、萬歳酒造としたもの。戦時中は辰馬卯一郎（後の西宮市長）が社長を務めた。井上酒造の倒産時には、浅尾家・辰馬家に相当な金銭的損害が出たそう。
- 第二次大戦に伴い、原料米の使用量を抑える必要から、合成清酒（当時の呼称は「新清酒」）が次世代の清酒になるかもしれない、と考える灘大手の経営者は多かった。この会社は辰馬家（白鹿）などがで出資していたが、他にも「西宮酒精」があった。
- 「西宮酒精」：多聞の八馬家など、灘の清酒蔵元が共同で設立した、合成清酒やアルコール製造の会社。
- 以上の出典：「合同酒精社史」（1970年）、「第十三代辰馬吉左衛門翁を顧みて」（1975年）

(250703/2neo)

