

鹿児島県経済の課題と焼酎産業

中西 孝平*

1 はじめに

本稿は、鹿児島県経済（以下、県経済）の課題を明らかにしたうえで、当該課題の解決に資する研究方法として、焼酎産業に焦点を当て、当該産業の問題性について、県経済の課題との関係において検討することを目的としている。

第2章では、鹿児島県農業の概要を述べた後、同県の代表的農産物である甘藷の生産量の91.8%が工業用原料を用途としており、生食用甘藷の生産を中心とする他都道府県とは異なる特徴をもつことを明らかにしている。

第3章では、鹿児島県製造業（以下、県製造業）について、『平成26年度工業統計調査結果』を分析した結果から、従業者数300人未満の中小規模の事業所が同県における雇用の主な受け皿になっており、このうち従業者数30～99人の層が県経済の牽引役になっている可能性があることを指摘している。

第4章では、県製造業の業種構成を分析したうえで、食料・飲料品製造業¹が同県の主要産業であり、その製造品付加価値率の向上が課題となっていることや、同産業は県第一次産業と強い連関をもち、その主たる産業として、焼酎産業があることを明らかにしている。

第5章では、鹿児島県焼酎産業（以下、県焼酎産業）の零細性を指摘したうえで、同産業において、桶売りが企業規模の大小を問わず広範に行われており、多くの原酒が県外へと売られていることを明らかにしている。ここから、同産業が他都道府県向け原材料の供給元となっており、付加価値を生み出しにくい脆弱な構造をもっていることを指摘している。そして、焼酎メーカーが桶売りに依存せず、消費者から強い支持を得られる酒の作りこみを通して製品開発力の向上に尽力すれば、県焼酎産業が付加価値を生み出す構造へと転換することは不可能ではないとしている。

2 鹿児島県の農業

(1) 鹿児島県の農業

鹿児島県の農業産出額（2014年）は、4,263億円（都道府県別の構成比5.1%）で、北海道の11,110億円（同13.3%）、茨城県の4,292億円（同5.1%）に次いで全国第三位となっている。また、農業産出額に占める米の産出額の割合が4.3%と他の都道府県に比べて低いことを特徴とする。

キーワード：鹿児島県経済、焼酎産業、中小企業

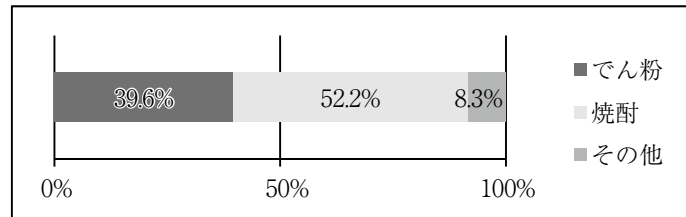
* 本学経済学部講師

1 本稿では、日本標準産業分類（平成25年10月改訂）の中分類09「食料品製造業」と同10「飲料・たばこ・飼料製造業」を合わせてこのように呼ぶこととする。

(2) 鹿児島県における甘藷生産

鹿児島県の甘藷の収穫量（2015年産）は295,100t（都道府県別の構成比36.2%）と全国第一位となっており，第二位の茨城県の165,500t（同20.3%）を大きく引き離している。また，同県における甘藷生産は，でん粉や焼酎など，工業用原料としての用途が91.8%に達し（図表1参照），生食用甘藷の生産を中心とする他都道府県とは顕著に異なる特徴となっている。

図表1 鹿児島県における甘藷生産（2015年度）



面積 (ha)	単収 (kg)	生産量 (t)	用途別 (t)		
			でん粉	焼酎	その他
12,400	2,380	295,100	116,800	153,900	24,400

出所：独立行政法人農畜産業振興機構ホームページ：https://www.alic.go.jp/（2017年6月1日参照）

3 鹿児島県製造業をめぐる状況

(1) 事業所数

県製造業における従業員4人以上の事業所数は2014年12月現在，2,200か所ある。このうち，従業員300人未満の事業所は2,181か所で，県内事業所総数の91.9%を占める。

規模別の構成比は，4～29人の事業所が79.4%（対前年比3.5%減），30～99人が15.8%（同0.6%減），100～299人が3.9%（同4.4%減），300人以上が0.9%（同増減なし）となっている（図表2参照）。

(2) 従業者数

県製造業の従業者4人以上の事業所に勤める従業者数は2014年12月現在，約6.8万人である。このうち，従業者300人未満の事業所に勤める従業者数は約5.2万人で，全体の76.0%を占める。

規模別の構成比は，4～29人の事業所が29.3%（対前年比1.0%減），30～99人が26.8%（同0.4%増），100～299人が19.9%（同5.7%減），300人以上が24.0%（同2.9%減）となっている（図表3参照）。

(3) 製造品出荷額等

県製造業の従業者4人以上の事業所の製造品出荷額等は2014年12月現在，約1兆9,128億円となっている。このうち，従業者300人未満の事業所の製造品出荷額等は1兆3,763億円で，総額の72.0%を占める。

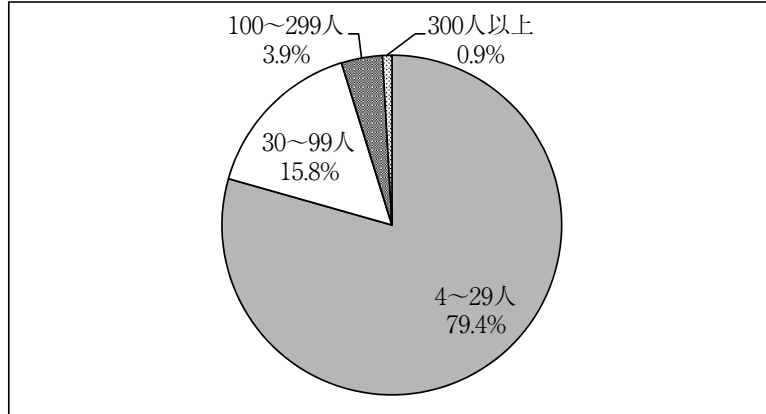
規模別の構成比は，4～29人の事業所が21.4%（対前年比3.7%減），30～99人が31.6%（同10.4%増），100～299人が19.0%（同2.3%増），300人以上が28.0%（同12.9%増）となっている（図表4参照）。

(4) 小括

以上から，県製造業について，次の三点が指摘できる。第一に，従業者数4～29人の零細な事業所が多い一方で，従業者数300人を超える大規模な事業所の数が極めて少ないこと，第二に，従業者数300人未満の中小規模の事業所が同県における雇用の主な受け皿になっていること，第三に，従業者数30～99人の層

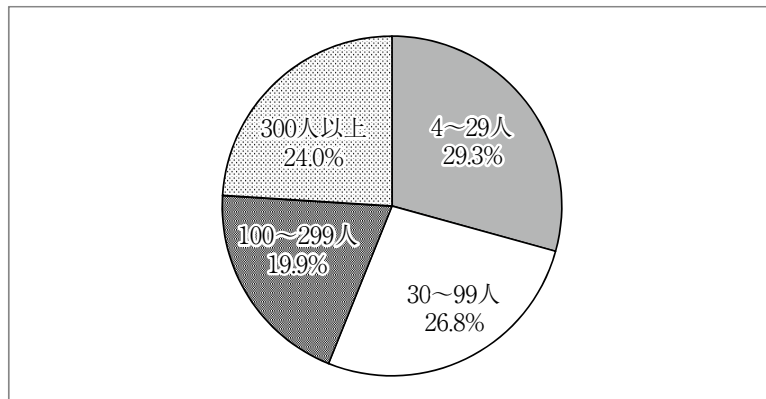
において、事業所数の減少幅が小さく、従業員数が小幅増、製造品出荷額等が大幅増となっていることから、この層が県経済の牽引役になっている可能性があること。

図表2 鹿児島県製造業の規模別事業所数



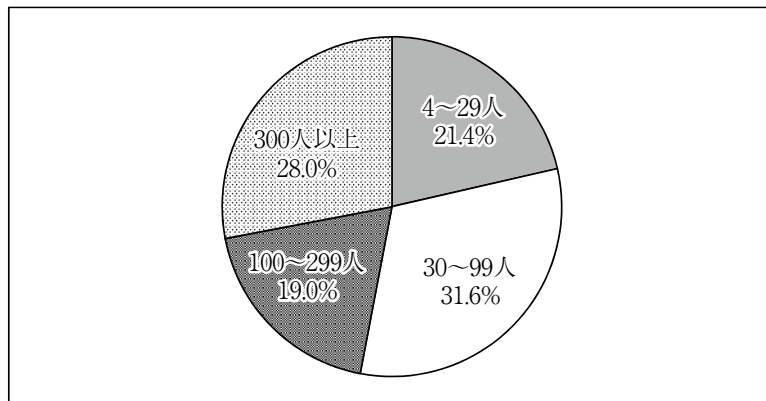
出所：鹿児島県企画部統計課（2014）、「鹿児島県の工業—平成26年工業統計調査結果」。

図表3 鹿児島県製造業の規模別従業員数



出所：鹿児島県企画部統計課（2014）、「鹿児島県の工業—平成26年工業統計調査結果」。

図表4 鹿児島県製造業の製造品出荷額等



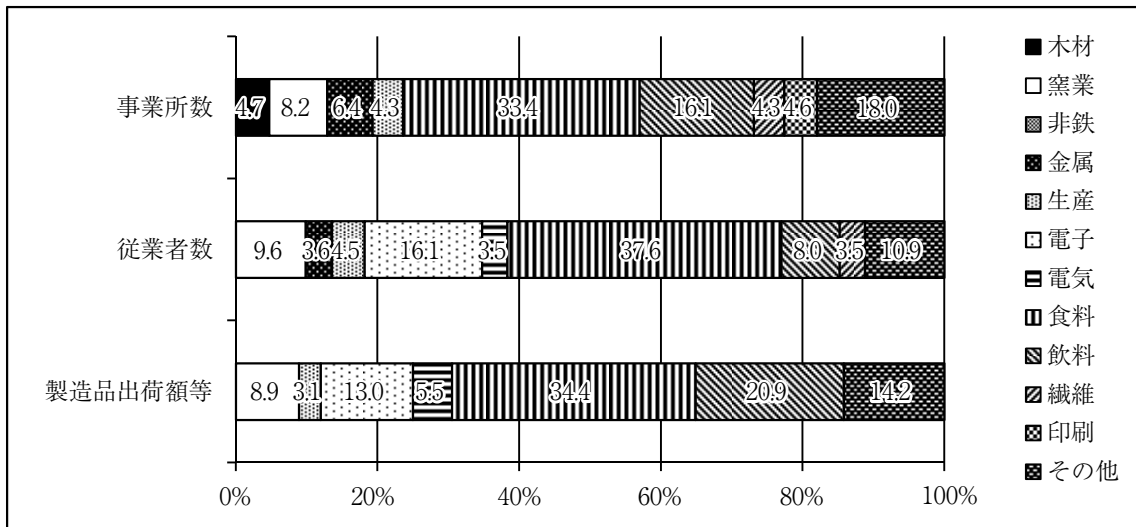
出所：鹿児島県企画部統計課（2014）、「鹿児島県の工業—平成26年工業統計調査結果」。

4 鹿児島県製造業の業種

(1) 業種構成

県製造業の事業所数でみた業種構成は、食料が33.4%で最も高く、次いで飲料が16.1%、窯業が8.2%、金属が6.4%、木材が4.7%となっている。また、従業者数では、食料が37.6%で最も高く、次いで電子が16.1%、窯業が9.6%、飲料が8.0%、生産が4.5%となっており、製造品出荷額等では、食料が34.4%で最も高く、次いで飲料が20.9%、電子が13.0%、窯業が8.9%、電気が5.5%となっている(図表5参照)。

図表5 鹿児島県製造業の業種別事業所数・従業員数・製造品出荷額等の構成比



出所：鹿児島県企画部統計課(2014)、「鹿児島県の工業—平成26年工業統計調査結果」。

(2) 進出企業の動向

2014年の鹿児島県進出企業(以下、県進出企業)の状況は、事業所数260か所(占有率11.8%)、従業者数27,491人(同39.9%)、製造品出荷額等1兆221億円(同53.4%)であった。

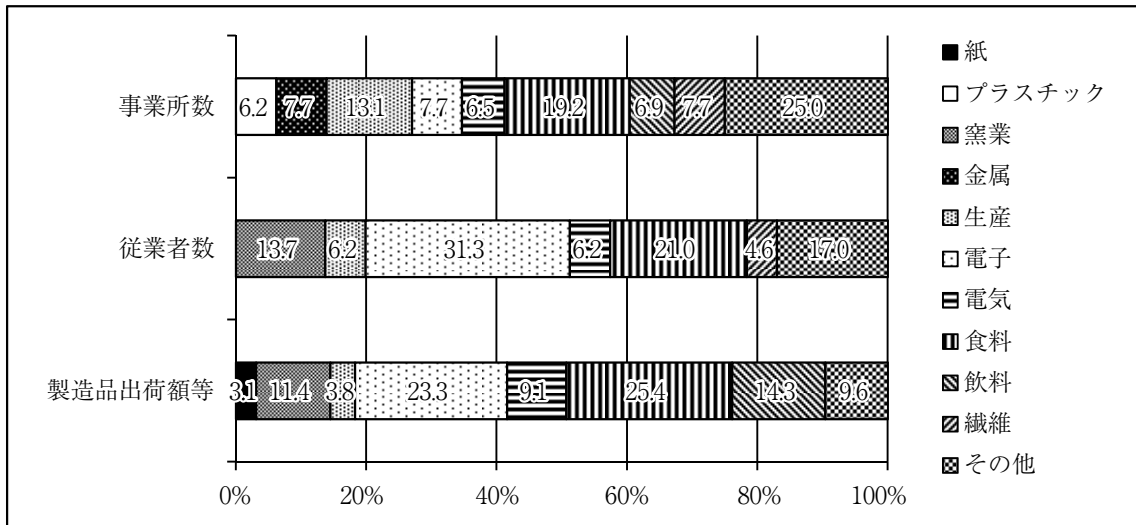
県進出企業の事業所数でみた業種構成は、食料が19.2%で最も高く、次いで生産が13.1%、金属と電子、繊維がそれぞれ7.7%となっている。また、従業者数では、電子が31.3%、食料が21.0%、窯業が13.7%、電気と生産がそれぞれ6.2%となっており、製造品出荷額等では、食料が25.4%、電子が23.3%、飲料が14.3%、窯業が11.4%、電気が9.1%となっている(図表6参照)。

ここで、食料、飲料、電子、電気、窯業、生産の6業種について、進出企業の県全体に占める割合を見ると、事業所数では、電気が45.9%で最も高く、次いで電子が37.0%、生産が35.8%、食料が6.8%、窯業が6.6%、飲料が5.1%となっている。また、従業者数では、電子が77.6%と最も高く、次いで電気が71.1%、窯業が56.9%、生産が54.3%、食料が22.2%、飲料が9.7%となっており、製造品出荷額等では、電子が95.7%で最も高く、次いで電気が88.5%、窯業が68.7%、生産が65.8%、食料が39.5%、飲料が36.7%となっている(図表7参照)。

(3) 製造品付加価値額

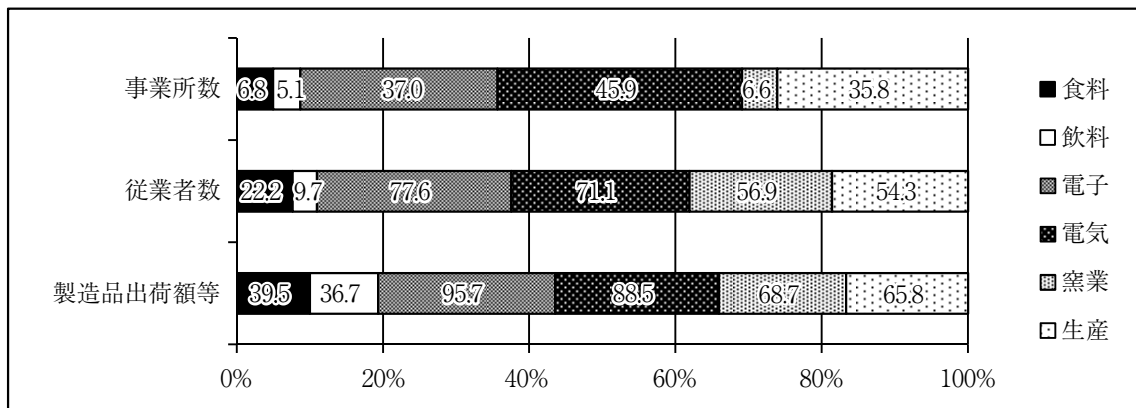
県製造業の2000~2010年の製造品付加価値率の推移を全国と比較すると、旧電気機械では、全国では低下しているのに対し、同県では上昇している。また、窯業では、同県は全国に比べて10年間の低下幅が小さい。それに対して、食料品及び飲料等では、全国よりも低い水準にあり、10年間の低下幅も全国に比べ

図表6 鹿児島県進出企業（製造業）の業種別事業所数・従業員数・製造品出荷額等の構成比



出所：鹿児島県企画部統計課（2014）、「鹿児島県の工業—平成26年工業統計調査結果」。

図表7 進出企業6業種の鹿児島県全体に占める割合



出所：鹿児島県企画部統計課（2014）、「鹿児島県の工業—平成26年工業統計調査結果」。

図表8 鹿児島県と全国の付加価値率の推移

	00年		05年		10年		00~10年変化	
	鹿児島	全国	鹿児島	全国	鹿児島	全国	鹿児島	全国
製造業合計	40.7	36.7	37.4	35.2	35.5	31.4	-5.2	-5.3
食料品	34.2	38.2	31.9	37.6	27.1	35.9	-7.1	-2.3
飲料等	26.2	31.5	25.2	30.3	25.3	30.9	-0.9	-0.6
窯業・土石	51.1	48.5	54.7	49.4	49.7	43.7	-1.4	-4.8
旧電気機械	46.2	33.9	44.2	33.8	49.6	32.3	3.4	-1.6

出所：日本銀行鹿児島支店（2013）、「鹿児島県の製造業の特徴と今後の方向性について：食料品製造業の付加価値率向上に向けて」。

て大きい（図表8参照）。

(4) 県内業種の食料・飲料品製造業への傾斜

以上から、県製造業において、食料及び飲料の構成比は事業所数、従業員数、製造品出荷額等のいずれ

においても高い。とりわけ、製造品出荷額等は合計で県製造業全体の55.3%を占めている。一方、電子及び電気の構成比は事業所数で低いものの、従業者数及び製造品出荷額等で高くなっており、これらの業種では、少数の事業所が多く雇用を生み出し、高額の出荷を行っている。

次に、県進出企業の占有率は、事業所数、従業者数、製造品出荷額等のいずれにおいても食料及び飲料で低く、電子及び電気が高い。つまり、県内企業の業種は食料及び飲料に傾斜しており、県進出企業は主に電子及び電気を担っている。

(5) 甘藷生産と食料・飲料品製造業の連関

第2章で述べたとおり、鹿児島県の甘藷生産量の91.8%は工業用原料を用途としており、そのうちの52.2%は焼酎用である。また、県製造業における食料・飲料品製造業の構成比は極めて高い。ここから、県経済においては甘藷生産と食料・飲料品製造業が強い連関をもち、かつその主たる産業として、焼酎産業があると言える。

近年、県食料・飲料品製造業の製造品付加価値率の低下幅が全国を上回っており、その克服が県経済の課題となっているが、次章では、県焼酎産業に焦点を当て、当該産業の問題性について、県経済の課題との関係において検討したい。

5 鹿児島県の焼酎産業

(1) 焼酎とは

酒には醸造酒と蒸留酒の二つがある。このうち、醸造酒とは、原料を酵母によりアルコール発酵させて作られた酒のことであり、ビールやワイン、清酒などがこれにあたる。一方、蒸留酒とは、醸造酒をさらに蒸留して作られた酒のことで、醸造酒に比べて高いアルコール度数を得られる。

焼酎²は蒸留酒の代表的なものであり、わが国では、九州・沖縄地域において生産が盛んである。その理由は、これらの地域は気温が高いために清酒の生産に向かず、いもや穀類を主原料とする蒸留酒の生産が中心となったためである。

焼酎は、蒸留法の違いから、酒税法上、旧甲類焼酎と本格焼酎（旧乙類焼酎）に分けられている。

旧甲類焼酎は、伝統的な焼酎に対する新たな焼酎の意味で、原料を糖化、醗酵してできたもろみを連続式蒸留機を用いて蒸留し製造した、アルコール度数36%未満のものを指す³。主原料⁴特有の癖がなく、いろいろなものとミックスさせ、飲み手の好みのものを造ることができることを特徴とし、チューハイなどに用いられる。

一方、本格焼酎は、原料を糖化、醗酵してできたもろみを単式蒸留器を用いて蒸留し製造した、アルコール度数45%以下のものを指し⁵、主原料に由来する芳醇な香味を楽しむことができることを特徴とする。

(2) 鹿児島県の焼酎産業の概要

鹿児島県には、鹿児島県酒造組合に加入している焼酎メーカーが100社存在し⁶、共同びん詰会社に原酒を供給する非組合員の焼酎メーカーを含めれば114社存在する⁷。

2 焼酎の製成方法については図表9を参照のこと。

3 関根彰（2005）、『世界のスピリッツ 焼酎』、技報堂出版、p.46。

4 いも、米、麦、そば、黒糖などがある。

5 同書、p.46。

6 同一社内に属しながらも単独で鹿児島県酒造組合に加入している4事業所を除く。

7 鹿児島県酒造組合ホームページ：<http://www.tanshikijoryu-shochu.or.jp/>（2017年7月13日参照）

これらの焼酎メーカーのうち、資本金3億円を超える企業は1社のみで、その他は全て資本金300億円以下となっており、そのうち、61社は資本金1,000万円以下となっている⁸。また、従業員数では、全社が300人未満となっており、その内訳は、従業員数4人未満が10社、4～29人が46社、30～99人が16社、100～299人が3社、不明が39社となっている⁹。なお、従業員数4～29人のうち、従業員数4～20人は40社あり、従業員数4人未満の10社を合わせた50社が中小企業基本法の定める小規模企業者となる。

次に、製成数量で見た場合、鹿児島県内の焼酎メーカーのうち、製成数量が2000kLを越える専業者は17社に過ぎず、その他の専業者は全て2,000kL以下となっている。その内訳は、集約参加・休造あるいは20kL以下が7社（構成比7%）、20～400kLが53社（同55%）、400～2,000kLが19社（同20%）、2,000kL以上が17社（同18%）となっている¹⁰。

以上から、鹿児島県内の焼酎メーカーは、1社を除き、全て中小企業であり、そのうちの半数以上が資本金1,000万円以下あるいは従業員数20人以下、製成数量2,000kL以下というように、零細性を特徴としていることがわかる。

(3) 桶売り

桶取引¹¹は、製造業者間での原酒売買のことを言い、売りを「桶売り」、買いを「桶買い」と言う。このうち、本格焼酎の生産においてはこれまで桶売りが広範に行われてきた。その要因としては、次の三点が指摘できる。

第一に、いも焼酎の生産においては、主原料の甘藷は保存性が著しく低く、季節生産の制約を受けるため、生産コストの低減や余剰設備の有効利用へのインセンティブが強く働くこと、第二に、農村杜氏の減少と高齢化を受けて、通年の正規雇用の必要性が高まっているため、通年での生産が求められること、第三に、本格焼酎では市場が急激に拡大している場合、アウトソーシングへのニーズが高まること。

鹿児島県における本格焼酎の製成数量（2015年度）は147,224kLで、宮崎県に次ぐ全国第二位となっている。このうち、九州内外（鹿児島県内を含む）への課税移出量は118,424kLであり、製成数量との間に28,800kLの差額が発生している。これが県内で製成された本格焼酎の未納税移出量に該当し、いわゆる桶売りの結果発生したものである。

鹿児島県を含む南九州3県を所管する熊本国税局管内において、各製成数量階層の課税移出量の割合は、20kL以下が1,400%、60kL以下が4.0%、100kL以下が7.8%、200kL以下が22.9%、400kL以下が13.4%、600kL以下が28.4%、2,000kL以下が44.7%、5,000kL以下が31.5%、5,000kL超が15.9%となっている（図表10参照）。

以上から、桶売りは企業規模の大小を問わず広範に行われており、とりわけ、20kL以下と400～5,000kLの層において顕著であることがわかる。ここから、原酒の多くが鹿児島県外に売られていることがわかる。

(4) 桶売りの問題性

焼酎メーカーにとって、桶売りには大量生産による生産コストの低減や余剰設備や労働力の効率的運用等のメリットがある。その一方で、桶売りへの過度の依存は次の二点の問題点をもつ。

第一に、買い手が資本の効率的運用を目的に桶取引を行っていることに鑑みて、焼酎をめぐる市況の動向に自社の業績が左右されることを意味すること、第二に、製品開発力の低下を招く可能性があること。

8 鹿児島県酒造組合ホームページと帝国データバンク（2008）、『焼酎業界の現状と今後 2008』を参照。

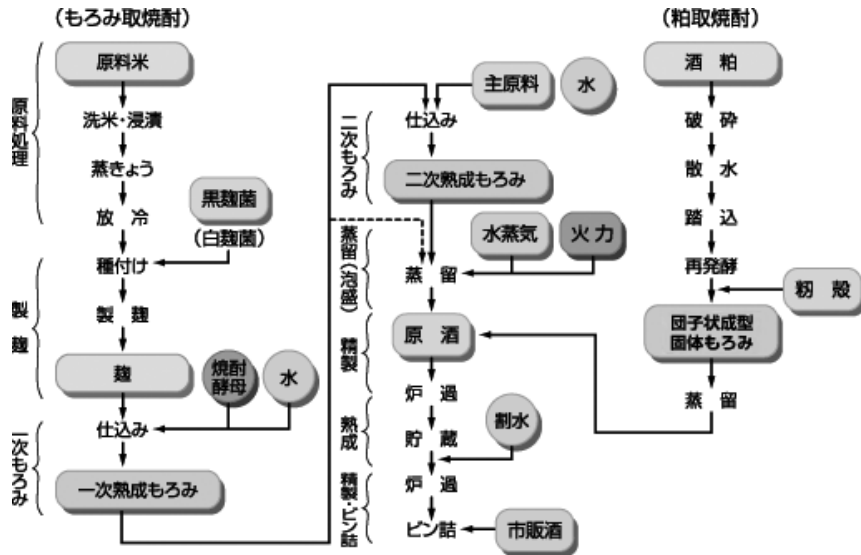
9 同上。

10 国税庁課税部酒税課（2016）、「単式蒸留しょうちゅう製造業の概況（平成27年度分）」、p.1.

11 課税対象とならないことから「未納税取引」とも言う。

このうち、第二の点について、5,000kL 超層の焼酎メーカーの中には大手メーカーへの安定した桶売りで急成長したものもある¹²が、若者の酒離れが指摘されるなか、今後、かつてのブーム期のような焼酎市場の急拡大は望みにくい。このような状況下では、焼酎づくりを通じた戦略的な経営がなされるのでなければ、経営基盤は弱まると考えられる。

図表9 本格焼酎の製造工程



出所：日本酒造組合中央会ホームページ：http://www.japansake.or.jp/（2017年6月11日参照）

図表10 熊本国税局管内における專業者の各製成数量階層の桶売りの割合

製成数量階層	課税移出量 (kL)	割合 (%)
集約参加・休造	43	—
20kL 以下	2,646	1,400
60kL 以下	32	4.0
100kL 以下	166	7.8
200kL 以下	1,262	22.9
400kL 以下	1,203	13.4
600kL 以下	1,069	28.4
2,000kL 以下	16,485	44.7
5,000kL 以下	13,459	31.5
5,000kL 超	51,425	15.9
合計	87,791	20.7

出所：国税庁課税部酒税課（2016）、「単式蒸留しょうちゅう製造業の概況」, p.3.

6 おわりに

県食料・飲料品製造業の製造品付加価値率の低下幅は全国を上回っており、その克服が県経済の課題となっているが、本稿では、その方法論として、焼酎産業に焦点を当て、分析を試みた。その中で、県焼酎産業において、桶売りが企業規模の大小を問わず広範に行われていることを明らかにした。

このような桶売りへの依存は、焼酎ブームの中で、需要先が県内から全国へと拡大する中で深まったも

12 野間重光（2003）、「本格焼酎製造業の成長と産地の変貌」, 野間重光・中野元 [編著] 『しょうちゅう業界の未来戦略』, ミネルヴァ書房, p.75.

のであるが、これは県焼酎産業が他都道府県を需要先とする原材料供給元へと変化し、付加価値を生み出しにくい脆弱な構造をもつようになったことを意味する。

前章で見たとおり、県焼酎産業は零細性を特徴としており、桶売りは製成数量20kL以上の全ての層において広範に行われている。このうち、県焼酎産業において、企業数の構成比が大きい20～400kL層及び400～2,000kL層に属する小規模の焼酎メーカーでは、消費者の嗜好を探りつつ、消費者からの強い支持を得られる酒の作りこみが求められる。

近年、クラウドファンディングや仮想コミュニティの発展によって、小規模企業でも試作段階からの消費者の参画と資金調達が可能となっており、小規模の焼酎メーカーが高付加価値製品を開発するうえで追い風となっていると言える。それゆえ、零細性を特徴とする県焼酎産業が、桶売り依存を脱却し、付加価値を生み出す構造へと変化を遂げることは不可能ではないと考える。

参考文献

1. 鹿児島県企画部統計課（2014）、「鹿児島県の工業—平成26年工業統計調査結果」。
2. 菊地裕幸（2017）、「鹿児島県における「食」関連産業の課題—飲食料品製造業を中心に—」、『地域総合研究』第44巻第2号。
3. 関満博（2013）、『鹿児島地域産業の未来』、新評論。
4. 関根彰（2005）、『世界のスピリッツ 焼酎』、技報堂出版。
5. 日本銀行鹿児島支店（2013）、「鹿児島県の製造業の特徴と今後の方向性について：食料品製造業の付加価値率向上に向けて」。
6. 野間重光・中野元（2003）、『しょうちゅう業界の未来戦略』、ミネルヴァ書房。
7. 渡辺克司（2013）、「焼酎ブームの論点整理と本格焼酎の生産・流通・消費の特徴」、『鹿児島経済論集』第53巻第1-4合併号。