

日本の酒とアメリカのビールのビジョン

大阪大学工学部 寺 本 四 郎

昭和38年度わが国酒造における清酒、ビール、ウイスキーの生産額は次の通りである。

	生産額	前年度との比
添酒合計	1,126,225kl (623万石)	115%
ビール	1,725,006kl (949万石)	115.8%
ウイスキー類	53,118kl (29.2万石)	102.7%

数字の上で清酒もビールも15%の伸びで大きく、ウイスキーはやや伸び悩みである。しかし実際の業界にあってはビールの場合古いしにせよの3社に対し新規のものはなかなか伸びがたく、清酒にあっては総数3400軒中自主的な経営をしているものは2~3百軒もあるだろう。多くはその販売面等で四苦八苦しているようである。そうして多くは近視眼的に自己企業の周囲とか、近い業種との摩擦に心をいためている、もっと大きい視野、遠い見透しというようなものを考えるべきではなかろうか。

本年の American Brewer 2月号に米国 New York, J. Walter Thompson 社の Arno H. Johnson が将来のビールの見透しについて論文を発表している。いろいろの見地からの考察をしているのが面白く、わが国の清酒、その他の業界にも役立つのではなかろうかと考え抜率的に紹介し日本の状態と比較して見たい。

1. 米国ビールのビジョン

アメリカではビールの生産は1947年に87.2百万バーレルから1950年には82.8百万バーレルに下り1960年によくやく87.9百万バーレルと1947年の水準にかえっている。これは21~40年代層の人口がこの13年間に1%減った(全人口では25%増加している)ためである。しかし従来の最高の91.2百万バーレルに対し、1961年には1.3%、1962年には2.4%の増加を示しこの趨勢で10年後の1974年にはどうなるであろうか、これに対していろいろの点から考察している。

(1) 総生産額の伸びと個人消費能力の伸び

過去の実績から将来への推測であるが1940年から1963年の23年間に個人1人当たり1年の生産額の伸びを2.4%とし推測を立てた。表1の如くである

表1

年代	米国総生産額 (億ドル)	全自由可能収入 (億ドル)	基本生活費 (億ドル)	自由消費可能額 (億ドル)
1940	2,414	—	—	—
1950	3,737	2,077	1,214	864
1963	5,796	4,000	1,920	2,080
1974	9,250	6,400	2,350	4,050

即ち自由消費可能額 (Discretionary spending power) は1963年は1900年の141%増であるが1974年は1963年の95%増を期待している(1963年第2—4半期のドル価格で)それだけ生活が豊かにいろいろのものにつかえる費用の増加が期待されるというのである

(2) 家庭収入の増加はどうか

過去及び将来の推測は表2の如くである1940~1963年間のインフレは補正しない

表2

年代	全生産額 (億ドル)	個人収入 (億ドル)	戸数 (千戸)	平均1家収入 (税込) (ドル)
1940	1,006	787	34,949	2,250
1950	2,846	2,285	43,554	5,250
1963 (前2—4半期)	5,796	4,600	55,400	8,300
1964~65予想	6,200	4,900	57,000	8,600
1999(5年後)	7,500	5,950	62,800	9,450
1974(10年後)	9,250	7,350	68,800	10,700

この各戸収入増の形を1950年から1962年の12年間に様相を見ると表3の如くである。

表3

年収額	戸数 (100万戸)	増加率 (1950年を100として)
10,000ドル以上	8.3	+246%
7,000~10,000ドル	9.9	+106
5,000~7,000	10.5	+38

5,000以下	18.3	- 27
平均増加 (1962年ドル価換算)		+42%

年収増加は 5,000 ドル以下は減少しそれより上層の方は何れも増加している。これをその年収層とビール消費の状況を見ると表 4 の如くである。(1961年調査)

表 4

家庭年収	個人消費指数 (平均5.8)	全消費に対する比率 (%)
2,500ドル以下	3.2	20.4
2,500~5,000	6.2	28.6
5,000~7,500	6.7	32.8
7,500~10,000	6.7	18.2
10,000ドル以上	5.1	16.5

計100% (=165百万)

即ち年収 5,000~10,000 ドルの階級は最も高く、それより上下層とも減少する。即ち年収の点よりして年収 5,000万ドル以下のものビール消費の少い階層が減じ、それ以上の階層の増加でビール消費の増加を期待し得るも年収10,000ドル以上になればまた減少(ウイスキー消費の増加?)も考えなければならぬ。その間また注意すべきことは“habit lag”のあることで1つの生活環境より上層に入ってもなかなかそれになじむまでに時間のかかることを考慮すべきでビールとしては大体中層、上の中層辺りの需要が下層より大きいと見なければならぬ。

この様相はわが国にあっては近年の国民生活の向上は下級層(一応比較のためこのような言葉をつかうこととする)の飲料といわゆる焼酎ならびに合成清酒、果実酒が減少しそれが前述の清酒、ビールの延びに代ったとも考えられる

表 5

	昭和38年生産額	前年度比(%)
焼酎類	240,437kl (132万石)	95.8
果実酒類	36.688 (20.2万石)	89.8
合成清酒	92,095 (49.6万石)	75.8

(3) 家庭消費は増加する

生活が向上するとビールの家庭への進入も増加するという、年代的変化は第 6 表の如くである

表 6

年代	全消費量 (100万フィッセル)	生ビール	比率(%)	
			(缶瓶詰)	飲食店 家庭内
1934	44.0	375	5	20

1947	87.2	32	25	43
1955	85.0	22	21	57
1963	94.0	18	17	65

前の全盛期の47年ではまだ家庭より外で飲む方が多かったが近年は家庭内の方が多くなった。これも日本とよく似ている。戦前は外で飲むのが男の甲斐性であったが今日では若いカップルが家庭で楽しむのが常態ようになって来た。もちろん戦前派も年の加減で家庭に引込む。

(4) 教育の向上と生活程度の上昇

年と共に教育程度の上昇が見られる20才以上で高校卒の比率は表 7 の如くまた各学校在籍者は表 8 の如くである。

表 7

年代	比率(%)
1920	70
1940	27
1950	36
1964推算	51
1974推算	60

表 8

在籍者 (百石)	初等教育	高校教育	大学教育
1962年	33.0	11.5	4.2
1947年(推定)	41.4	15.9	8.1
増加率(%)	25	38	93

また教育程度が上昇すると個人所得も高くなる。表 9 は1961年調査の例である(年収平均値4,189ドル)

表 9

教育程度	初等卒後の経過年度	0	4年	8年	12年後
初等(8年)	(初年度)	2,090ドル			
高校(初等+4年)	(初年度)	3,865ドル	(4年後)	5,052ドル	
大学(初等+4年+4年)	(初年度)	5,246ドル	(4年後)	7,261ドル	(5年以上)
					7,691ドル

初等教育後 8 年でも平均以下であり大学出は卒業後 1~3 年で平均値以上となっている。

やはり教育程度の上昇は収入の増加もさることながら生活と読書における大きい変化から社会活動力の進展、さらに全生産への個人的関与性の発展から生産能の増加ともなる。これらはまたビールの家庭内進出への好機を与えることも期待出来るとしている。

(5) 家庭中心主義

結婚した家庭が増加しました結婚年代が若くなりつつあり、家庭生活が中心になるような形はまた宗教ないし福祉的な活動となって現われている。教会メンバーは1942年から1962年までには56%も増している（人口増加29%）これらへの出費も153%と増加している。消費生活の出費が家庭生活中心のものに増加していることは表10にも見られる。これは出費項目別において1947年に比し1962年における変化率である。

表10

海外旅行	+428 (%)
ガス	412
電気	387
個人的教育費	369
電話	361
私用住宅	356
自家用車	328
薬品及び雑貨	316
テレビ、ラジオ、レコード音楽	316
化粧品類	267
運動（自分で行なうもの）	262
宗教ならびに福祉活動	253
書物、雑誌、新聞	243
個人消費、平均値	215
家庭内食費	165
衣服靴等	160
主食費	153
ビール	135
運動観賞	133
アルコール飲料	124
映画	88
汽車、バス、電車	85

海外旅行、自宅所有、自家用車、自分で楽しむスポーツとしてゴルフ等わが国も一般に同じ傾向にあるが大分日本より高度である。またガス、電気、電話の消費増大は家庭中心の傾向を表わすものと思う。ビール需要はアルコール飲料より伸びは大きいと見られるが平均値よりはるかに低い（絶対量の消費は別問題で日本よりも個人当たりでビール3.5倍高い）映画、市電、バス類の低下も日本と同じか少しく前に行っているように見える。

(6) 年代層の移行は主要点である

1940年に較べ1964年には5才以上の子供は92.7% 5才～9才の5年間の人口は89%も増している。これが今後

10年には年代層の人口に移行が見られる。表11の如くである。

表11

年代層	過去24年間 (1940～1964) 変化率%	将来10年間 (1964—1974) の変化率(%)
10才以下	+94	+25
10～19	+44	+21
20～34	+8	+37
31～49	+35	-4
50～64	+51	+17
60才以上	+101	+21

過去における特徴は幼年層と老人層の増加である。これは戦後のベビーブームと医学の進歩によって老人の長命度の増加でわが国も同じ傾向にある。そうして現在まで20～34才代の低いことは戦争による被害と見るべきである。そうして次の10年間には20～34才層の増加が多いということが注目される。これはわが国では大学の定員増の問題となって顕れているが、一方またビール需要の面からも好ましいチャンスと見るべきだという。その論拠は表12にある。即ち年代層にある個人当るビール需要量を示す

表12

年代層	指数 (平均を9.8単位とする) (単位)	総量比 (%)
25才以下	9.5	13.8
25～34	14.0	20.0
35～44	12.4	21.1
45～55	9.8	18.0
55才以上	5.0	27.1
計		100

即ちビールを飲む年代層は25～34才が最も高く35～44才層はこれにつき、45～55才層、25才以下、55才以上と少なくなる。即ちビールを飲む年代層の人口増加を狙えというわけである。65才以上の増加は100%あっても絶対数は少なく年寄りでは個人当りの消費もグッと減るのであまり期待すべきでない。（小生のような例外もあるか）

(7) 人口分布様相も大きくかわる

1950年から1960年の間に米国の主要都市199を中心に人口移動を見るとその中心地区の人口増加は僅か1%に過ぎないのに対しその周辺地区における増加は61%に達している。これらの地区以外の増加は7%であるが農村人口は20%も減少している。

農村人口は1940年3050万人（全体の25.1%）から1950年には2510万人（同16.6%）で1960年4月1日では1億8000万の総人口の11%の2000万人となっている。しかし国勢調査の数字よりは更に低く1570万人、即ち全体の9%以下になっているのではないかとされる。この形はわが国でも同じ傾向であるがアメリカの方が一層劇しいようであり、将来の日本もこの形に近く進むのではなからうか。

この地区別の人口集散の問題は米国では更に白黒の問題もあり、白の地区に黒の進出の著しい地帯（Super metropolis）等の問題もあるがここではそれに対する記述は省略する。

衛生都市の発達は生活様式が変る。スーパーマーケット、ショッピングセンター等の形が発達する。スーパーマーケットの発展は1951年一般小売店39万4千軒で304億ドルの売上げに対し1961年にスーパーマーケットは3万軒で382億ドルとなっている。1961年の調査では2494戸の商店内スーパーマーケットは数で12%にすぎないが売上高では70%を占める。さらに小型のスーパーマーケットまがいのものを入れると戸数の比率は34%となり、売上高は92%にも達する。

このように販売形式にあつては商品の包装、外観ならびに広告の力が大きい。ビールにあつてもこの傾向に最大の関心を持たなければならぬことを指摘している。

（8）労働力の変移もビールに影響する

ビールは労働者の飲料であり未熟練工、半熟練工の間に最も需要が多い、しかし近年労働力の変遷の大きいことはビールとしても注目しなければならぬ。女子の労働面へは増加は著しく1940~1962年に196%も増加した既婚者はその内54%を占めている。1947~1962年の15年間労働力の増加は56%であるが、その大部分は既婚婦人によると考える。家庭に子供を持つ労働女子の生活では処理しやすいインスタント型の食品、スナック型の副食が増大する（労働者のビール需要の面ではマイナスである）

労働組成の一方の変遷は単なる人力を必要とするものより次第に技術を必要とするもの、教育を必要とするが多くなりつつある1940~1960年間に労働力内容の変移及び1960~70年の予想を表13に示す

表13

	1940~1960年	1960~1970(予想)
全雇傭（平均）	+ 31 (%)	+21 (%)
技術者、専門家	+100	+42
事務並販売関係	+ 81	+29

熟練工	+ 57	+21
事業者、監督者	+ 52	+23
半熟練工	+ 42	+17
サービス業労働者	+ 32	+26
未熟練工	- 24	± 0
農業従事者	- 52	-18

このような職階層の変遷と将来の予想を考えるとやはりビール需要にも影響して来ることが大きいと見なければならぬ。その理由はこれら職階層とビール需要関係を見れば理解される。表14は各階層における愛飲家（1週14グラス以上）の比率を示す

表14

	1949年調査	1954年調査
平均	27 (%)	27 (%)
未熟練工（除農民）	42	45
半熟練工、熟練工	36	43
サービス業	33	34
事業主、監督者	38	33
事務並販売人	32	32
農民農業従事者	25	20
技術者	23	22
無収入者（主として家婦）	16	11

農民及び女子の労働増参加は未熟練工に比率が高くなる一方、より高度の熟練工ないし技術者が多くなるときこの方でもビール需要に大きくマイナス的な変化があると見なければならぬ。ビールとウイスキーと何れが好むかというアンケートがある。それを職階層等で分別したものは表15である回答あったものを100%としての比率である。

表15

	ビール党	ウイスキー党
工場労働者	64	13
トラック運転手	57	11
若は婚約者	55	2
大学生	39	9
泥酔者	17	36
運動選手	15	2
若夫婦（富裕）	5	37
事業経営者	7	68
医者	5	33
社交婦人	3	38
映画俳優	2	33

これで見ると収入の多いか富裕階級はウイスキーでビ

ールは収入の低い階層と見られる。わが国でピーヤホールと御座敷の「さけ」というところである。

また最もビールの好きな階層すなわち工場労働者とトラック運転手について性別、階級の上下、年齢層について調べたのが表16である。

表16

	工場労働者	トラック運転手
全ビール愛飲者	64	57
性別 男	66	57
女	61	57
階級 A R B	62	57
C	65	58
D	64	55
年齢 18~21	56	54
22~34	67	61
35~49	68	58
50才以上	55	51

ほとんど変化は見られず男子に比べ工場労働者で少し女子が低く、また未成年者が低い

(9) 飲食習性の変移とビールの位置

生活の向上とか社会組織の変遷も重要であるがビールとしては当面の飲食嗜好のライバルを考えなければならない。1940年を基準とすると1962年までの各種飲食品の生長率を示すと表16の如くである、表17は1人当りの消費比率である。

表17 (1940年を100として1960年の増減指数)

罐詰及び冷凍汁 (lbs)	425
瓶詰嗜好飲料 (本数)	214
アイスクリーム (lbs)	160
ーズ (lbs)	156
ビール (ガロン)	125
食品一般平均値	114
コーヒー (lbs)	103
牛乳及びクリーム	94
ココア	87
練乳 粉乳	65

果汁類の異常な発展は近年の食品加工の技術、冷凍、分離減圧、濃縮等化学工学単位操作発展の賜であり、瓶詰嗜好飲料(ソフトドリンク)はコカ、その他魅力的官能刺激性のものの大衆への進出が大きい要素ではないかと思う。これはわが国でも追随の形にある。ただ酪業関係のものが多少減少していることはわが国の実情とは

逆である。何れにしてもこれら新しい飲食物にあって大衆の嗜好に一致するものが出てくればビールにとっては大きいライバルである。

2. 日本の酒のビジョン

日本の最も古い生産工業の一つである清酒醸造も近來各地で近代化が行われつつある。在來の銘醸地といわれる灘、伏見は勿論北海道、四国、九州等各方面でいろいろの規模のものが建設されつつある、もちろん近代の自然科学の発展に負うところが多い。材料、材質、機械化、自動化、自動制御等の変革も大きい、それに拍車をかけているのが労働給源の問題であり、経済政治的な問題であろうと思う。

古い時代からわが国の酒造業は非常に合理的になっていたものである。〆国の大本は農、といわれた時代、米造りが終った十月以降裏作の利かない地方、山陰、北陸、東北地方の農家の余剰労力が清酒醸造の労働給源であった。しかし前述のアメリカと同様わが国の農業労力は次第に工業方面に吸収せられ、農業本態は〆ちやん、農業といわれるようになった。そのしわ寄せが酒造業にもおしよせて来たのである。また近年醸造期間が延長せられ10月初めから工場に入り4月末帰郷という半年以上の労務からして失業保険の考慮もあったが本年からこの方も六ヶしくなり一層季節労働者の存在が不可能となろうとしている。従て労働力確保という点からして昔の100日~150日作業に対し今日250~300日以上四季醸造にかわらんとしつつあるのである。

従って今日酒造の近代化、機械化、自動化というのも自然科学、工業技術の進歩が著しくそれを積極的に進んで取入れるという行き方よりも労働面からの圧迫で仕方なしに進まざるを得なくなったというのが正直なところかも知れない。

理由はともかくここでは科学的工学的な面の発展を見て見たい。

昔の灘あたりの生産 unit は1個半仕舞といって1日総米15石の米(1日10石使用を1個仕舞という)を毎日仕込み50日後から20~23石の清酒をシボリ上げる作業をくりかえし約50日の仕込で年1000石程度の生産を標準とした。作業人(蔵人)はその前後の作業、室づくり、火入れその他を入れて100日の季節労働となっていた。

(地方の1個仕舞では年産500石ないし700が標準)

今日これがスケールアップせられて昨今建設の蔵では1日使用米石数は50~80石、年間清酒20,000石ないし60,000石の生産と発展している。

そうして労働力制限のために機械化が進んで来たので

あるが、どういう形に進んで来たであろうか、第2次大戦前機械化された部分は精白工程と洗米工程にすぎなかった。

最近の自動化としては、こうじ、造りが第1にとりあげられた。このためには温度、湿度の自動調節が取入れ送風機の調整、攪拌装置の自動化と進んでいる。蒸米の放冷機は天然放冷に代って時間の節約となっている。

「蒸米づくり」に従来の三州釜「こしき」式の回分式に代って自動的連続装置が発展して来た。これらの進歩に対しては従来粘稠性というか蒸米の物性をマスターしての機械構造に関する知識が幼稚であったのであるが近年いろいろ苦心して自由にマスターし得ようになり、温湿の調節と共に連続的作動が可能となった。もちろん材質としてステンレス鋼の使用度も高くなりつつある。

更に最も原始的な作業であった「酒搾り」も自動化されんとしている。従来この面にあっては全く科学的な解明がなかったのであるが、近年これらに対し基礎的には過と圧搾とに分けて考察、後者に対しては圧縮性ケーキに対する理論的な究明が行なわれると共にそれらに立脚した装置が工夫されつつある、まだこれが実現に対しては材質、ことに要求せられる物理的性能に合致した材料或は機械的工作等が必要であるがそれも近い将来解決されるものと思う。

「甎づくり」も近年他の醸造工業進歩の跡が再現せられつつある。即ち無菌的通气培養の形は昔ならば失敗したであろうが近年は微生物の栄養の究明からそれに立脚した生理的管理の下に整備されつつある。

輸送関係も人手の外は液状輸送にゴムホースが使用されていたにすぎなかったが高層建築にあってエレベーターからシュート、各種のベルト乃至ロールコンベヤーが利用され更に米に対しては流水輸送、蒸米麴に pneumatic な方法もとられている。もちろんポンプもトリローターポンプその他が利用され、パイプ類も銅管以外アルミ、ステンレス鋼から各種の合成樹脂パイプが利用されている。

火入作業も昔の銅の蛇管に代ってプレート形熱交換機が用いられ、これは又火入作業以外いろいろの冷却、加温に利用されている。

「酒こし袋」も在来の渋引木綿に代って合成樹脂系のテビロン、ナイロン、パイレン、カネカロン、クレハロン、ポリフロン等各社のものの進出がある。

冷凍設備、空調設備も今後の酒造にあっては必須のものである。

近年作業の連続化、自動化、四季醸造の変革を企画する酒造蔵が各地で建設されているが、その1例としてその最も大きい代表的と見られる本年5年灘地方に建設せ

られたもの建設内容を表18に示す。

表18

鉄筋コンクリート4階建塔屋付(高さ31.8m)	
1階	2896,445m ²
中2階	827.720
2階	2856.494
3階	1007.911
4階	643.805
培屋1階	137.515
培屋2階	109.925
計	8477.815m ²
電気設備	受電電力 800 kw 負荷設備 1272 kw 自家発電設備 240 kw
空調設備	冷凍機 6台, 計540 Hp カサバー 11台 温度記録計 12点式 2台
給水設備	屋上水槽 井水60 m ³ 揚水ポンプ 井水10 IP 2台 市水7.5IP 1台
防火設備	火災報知器設備 1式 発信機設置場所 14ヶ所 消火栓 14ヶ所 消防隊放水口 1ヶ所 消防隊送水口 5ヶ所
通信設備	作業通報設備 1式 構内自動交換電話機 24台
エレベーター設備	積載量 2,300 kg 1台 (速度 30m/min)
醸造機械設備	白米袋輸送コンベア 1連 白米空気圧送装置 1式 洗米用渦巻ポンプ 1台 浸漬タンク(不銹鋼2700l) 13基 浸漬米運搬コンベヤー 2連 水切機 2連 連続蒸米機 2台 放冷機 2台 散粉式種切機 2台 製麴機 3基 麴用コンベヤー 1連 仕込用空気圧送装置 1式 酒母タンク(不銹鋼3050l) 16基 酒母冷却タンク(不銹鋼) 2基 酒母温度調節装置 1式

醱酵タンク(不銹鋼20,000l)	56基
空気攪拌装置	1式
醱酵温度記録計	1式
アルコール稀釈及調合タンク(不銹鋼18,000l)	6基
醱待桶(不銹鋼18,000l)	2基
酒粕輸送コンベヤー	1連
沪過調合タンク(不銹鋼17,000l)	50基
火入用タンク(グラスライニング40,00l)	2基
プレート式熱交換機	1式
貯酒タンク(グラスライニング40,000l)	144基
仕込水冷却タンク(不銹鋼14,400l)	4基
仕込水貯水タンク(不銹鋼18,000l)	5基

生産能力 原料白米12,000kg(80石) 1日
 製成清酒36,000l(200石) 1日
 年産(300仕込として) 60,000石

上述のような科学的、工学的な革新とともに労働体勢の変革も古来からの伝統を破る更に革命的なものである。季節労働の形で傭われ、作業は昼間は少く夜間作業の多い形であったものが、常勤労務の形となり昼間の8時間作業と一般的な形となりつつある。灘地方で年産4,500kl(25,000石)の工場の例を示すと、大学出の技術者を工場長としその下に4課長(元の杜氏)第1~4班各7名宛、第5班8名(精米)、ボイラー掛、検査受、炊事各1名、総計44名でその作業時間割は表19の如である。

表19 作業時間割

時 間	第1班	第2班	第3班	第4班	接要			
前7.30~8.00	準備及び洗末	準備	準備	準備	試料採集			
8.00~9.00	出麴	酒母, 醱管理調	粕出し	}				
9.00~10.00	{ 浸漬	{ 味液, アル	醱土槽関		} 逆引, 査定			
11.00~12.00	{ 米出し	{ ルコー	始	} 醱管理				
	{ 水切	{ ル割水						
12.00~13.00	休憩	休憩	休憩	休憩	第5班は精米1日100俵			
13.00~14.00	} 蒸食強	} 醱仕込	} 醱仕込	} 沪過, 火入				
14.00 15.00						} 醱立	}	}
15.00~16.00								
16.00~17.00	麴取込							
17.00~18.00	清掃 機械手入	清掃, 機械手入	清掃, 機械手入	清掃 機械手入				

粘作業内寄は1週間を単位として日2,000kg仕込を6本計12,000kgを1単位として各日の作業内容を表20のようにすすめている。

表20 作本内容

曜日	作 業 内 要
月	初添, 醱立, 仲麴取込, 粕離し
火	(隔) 留麴取込, 上槽, 障引又は沪過
水	仲添
木	留添, 粕離, 上槽
金	アルコール受入, 沪過又は火入
土	初添麴, 醱麴取込, 粕離し, 上槽
日	休日(当直3名)

以上のように今後の酒造業にあっては、

作業は機械的、合理的になることは確実でその結果として品質の均一化は期待することが出来る。何時も品質の一定な製品を出すことは最も清酒醸造において肝要なことであるが、また一面嗜好品としての清酒を考えると銘柄によってそれぞれ個性があっても良ろしいのではないかと思う、将来何れを飲んで同じというようになればまたわびしいものである。

経済的に安価になり得るものなればたとえ画一的な清酒であっても結構である。しかし販売価格の30~50%も税金にとられる酒造業にあっては科学的、労務的な合理化も価格低下には充分期待出来ない。

そうして画一的な酒に慣れることも致し方ないが一方ではそれぞれ個性のある酒が地方によって、醸造家によって持ちつがれることがやはり今後もあって欲しい。これは私のささかなビジョンである。