

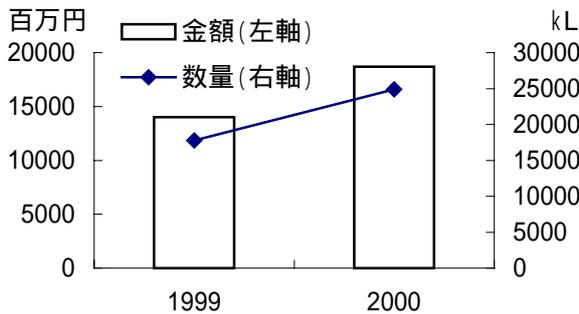
健康酢ブームを考える

2003年10月

飲む酢がブーム

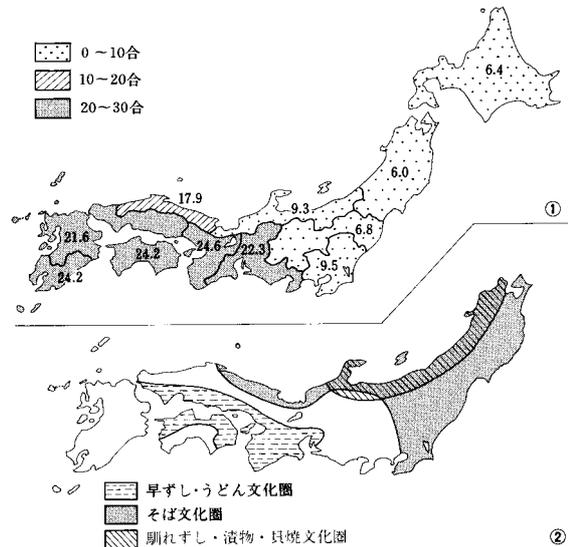
飲む酢がブームである(図1)。特に、鹿児島の黒酢と、沖縄のもろみ酢に注目が集まっている。なぜうけるのか。ブームは続くのか。現状と課題を探ってみた。

図1 酢の健康飲料



(出典) 食品マーケティング 便覧・富士経済

図3 東西食文化(は酢の消費量 1955)

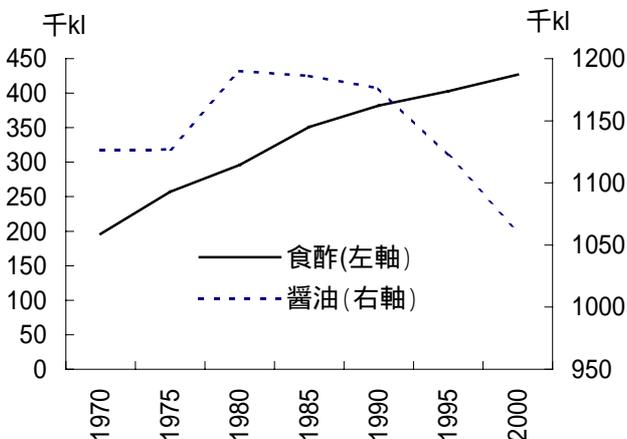


(出典) 佐々木高明「日本文化の基層を探る」(1993) NHKブックス

ブームの背景

図2に示すとおり食酢は他の調味料に比べもともと堅調に推移してきた。これには減塩志向や食生活の変化などの要因が指摘されている。食生活では図3に示す通りもともと酢の消費量は東西格差が著しい。気候が温暖で酢の生産に適した西日本は東日本の4倍も食酢を消費してきた。生産方法の近代化が進み、地域差の障害がなくなったことが堅調な成長の一因と考えられる。このような調味料としての安定基盤に加え、近年では健康食品として直接飲む酢のブームが加わった。

図2 調味料の生産量

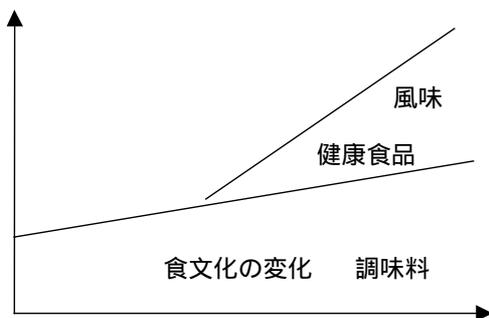


(備考) 農水省資料等より作成

図4に酢の性格の変化を示す。酢は健康に良い機能性があるとされる。しかし、機能性を得るためには、調味料のように少量ではなく、直接飲むなどして大量に摂取しなければならない。こうなると、調味料というより健康食品である。大量に採るようになると、今まではそれほど重視されなかった風味が問われるようになる。大量生産される酢ではなく、伝統的な製法なものが、特に壺で仕込むなど、手間をかけたものが好まれるようになる。その代表が福山の黒酢である。健康食品的な酢として、もろみ酢やきび酢など、バリエーションもでてきた。いずれも好調である。

似た傾向をもつものとしては、同様にブームの本格焼酎がある。焼酎も消費の地域格差が大きく、それが平準化する流れ、いわゆる焼酎前線の北上が首都圏に達したことがブレイクの背景にある。健康にプラスの機能性も似ている。酢とアルコールは親戚である。焼酎と酢は、他にも製造方法など共通点が多い。

図4 食酢の変化



黒酢

黒酢は長期熟成等により酢の色が茶褐色をしているものをさすが、JAS 法等による明確な定義は存在しない。そのため若干の混乱もあるようであるが、代表的なイメージは露天の壺で長い時間をかけて仕込む福山のものであろう。

日本の食酢は 4~5 世紀頃にお酒の作り方と相前後して中国から近畿地方に伝来したらしい。一般に調味料として量産されるようになったのは江戸時代からである。福山での黒酢の製造は意外に新しく 19 世紀の初頭に始まったとされる。

食酢は長いあいだ自然発酵に近い方法で作られてきた。近年では酸素を注入するなど発酵工程を効率化した大量生産の製法が主流である。表 1 に各製法の特徴を示す。福山の黒酢は新しい製法に押されたが、なんとか伝統的手法を守り、近年の活況に至っている。また、福山といえば壺の利用で著名だが、昔は家庭などでは普通に行われてきたものである。福山の長所は、専門業者でありながら大きな仕込み容器を使わず、壺を多数並べていることである。これは、福山の山がちな地形の制約によるもので、千枚田のようなものともいえる。しかし、壺による小ロット管理は、手間を要するものの高品質な酢を生産するに優れた手法である。福山の黒酢は、地形や地理性など様々な要因が重なり残った伝統製法食品といえよう。

なお、深部発酵法は焼酎甲類に、静置法は本格焼酎に、壺仕込みは瓶仕込みにそれぞれ対応するところも、酢と焼酎の類似点である。

表1 酢の製法

	深部発酵法	静置法
特徴	近代的	伝統的
	大量生産	少量生産
	調味料	健康飲料
価格	廉価	高価
醸造期間	短期間	長期間
主原料	醸造用アルコールなど	米、麦など
醸造方法	強制的に通気をする ことにより酢酸発酵を効 率的に行うもの。	対流・自然循環により、表 面の酢酸菌膜が酢を作る もの。

酢の機能性に関しては「鹿児島県の伝統製法食品」¹に詳しい。同書によると、酢は健康を維持する優れた調味料として、洋の東西を問わず昔から使われてきた。酢は食べ物に酸っぱい味をつけ、料理をおいしくするだけでなく、体験的に体の調子をよくする効用があると伝承されている。

また、酢の機能性に着目した大学の科学的研究成果によると、福山の黒酢には、善玉を減らさずに総コレステロールを減らす脂質代謝改善や、抗アレルギー、血圧調整などの作用があるとされている。これらの機能性成分についての研究は途上であるが、各種のアミノ酸が連結したペプチドにその秘密があると推測されている。

もろみ酢

もろみ酢は泡盛の絞りかすに黒糖などを混ぜて飲みやすくしたもので、JAS 規格の酢には該当しない。また沖縄の特産であるが、伝統食品ではない。泡盛の絞りかすは「カンジュ」とよばれ、飼料や豚肉を漬け込むのに利用されてきた。このクエン酸を豊富に含むカンジュの有効利用として、黒糖などを加えて飲みやすくしたものである。最初から調味料で

はなく健康食品として開発されている。黒酢は伝統食品そのものだが、もろみ酢は伝統食品の知恵を現代版にアレンジしたものである。

酒粕を酢にすることで清酒が大先輩である。1804 年、ミツカン創業者初代中野又左衛門が、米ではなく酒粕を原料にした「粕酢」の醸造に成功した²。江戸で人気を博し始めていた「にぎりずし」によく合ったことから、全国へ広がった。ミツカンは食酢の約 1/2 を産する大メーカーであるが、その出発点は酒粕の利用にあったとされる。

もろみ酢を最初に商品化したのは那覇市の隣は西原町にある石川酒造場で 1973 年のことである。もっとも売れ出したのは 20 年後の 1993 年頃からだ。このもろみ酢が他社に広がり昨今の興隆をみたのはここ数年のことに過ぎない。

沖縄銀行が本年の 6~8 月に実施したアンケート調査によると、泡盛製造所のうちの 4 割強がもろみ酢を製造している。2002 年における各社のもろみ酢出荷額は前年の倍に近い。このため新規参入しようとする事業者も 13%にのぼる。製造開始は 1999 年以降が 84%とほとんどを占めている。販売先のうち 78%が県外である。小売価格は 2000 円~3000 円程度が多い。もろみ酢以外のもろみ粕利用についても積極的に、56%の事業者が予定している。具体的には、サプリメント、肥料、飼料、ドレッシング、化粧品、リキュールなどが検討されている。

同行の推計によると、もろみ酢の最終市場規模は 130 億円である。うちメーカーの出荷額は 40 億円と、泡盛(174 億円)の 1/4 に達している。最終市場と比較すると半分近い。メーカー価格と最終価格の乖離が大きいのがもろみ酢の特徴である。これは一般の食酢と異なり、掛け目の大きい薬屋のルートで販売されることが多いからである。しかし、一部では競争激化による価格の下落や誇大広告も散見されるなど、懸念材料も出てきているようだ。

きび酢

さとうきびから作る黒糖の加工食品の中で黒糖焼酎と並び注目を集めているのがきび酢である。昔から黒糖にはさまざまな効用があるとされており、それらの機能性を有する食酢・健康食品として注目されているのである。

健康酢の比較

インターネットなどから黒酢ともろみ酢、きび酢の商品をそれぞれ 70 アイテム程度ピックアップし価格と容量等を調査した。図 5 に各酢の容量当たり単価比較を示す。

各酢とも希少性の高いクラスの価格帯は共通のレベルにある。きび酢はほぼ全体が希少性の領域にある。黒酢ともろみ酢の価格を比べると、上半分はほぼ同一だが、下半分はもろみ酢が高い。黒酢の廉価帯には中国原産のものが入ってくる。一方、もろみ酢は最安値でも黒酢の中堅価格帯と大差ない。またその価格帯の商品は他県産、焼酎の産地である鹿児島と大分のものである。

両者のトップクラスの価格帯が同じであるが、ボトムの商品が黒酢は中国産、もろみ酢は九州産であることが、中下級品の価格差を生んでいると推測される。要するに黒酢は少しばかりだが中国との競争にさらされているが、もろみ酢にはそれがなく両者の大きな違いであろう。従って、トレーサビリティの浸透を図り、非価格競争にもちこむことが県産黒酢の振興に重要であると考えられる。

¹ かがしま文庫「鹿児島県の伝統製法食品」春苑堂 2001

² 当時としては生産性の高い方法だったが、現在ではこの製法はほとんど利用されていない

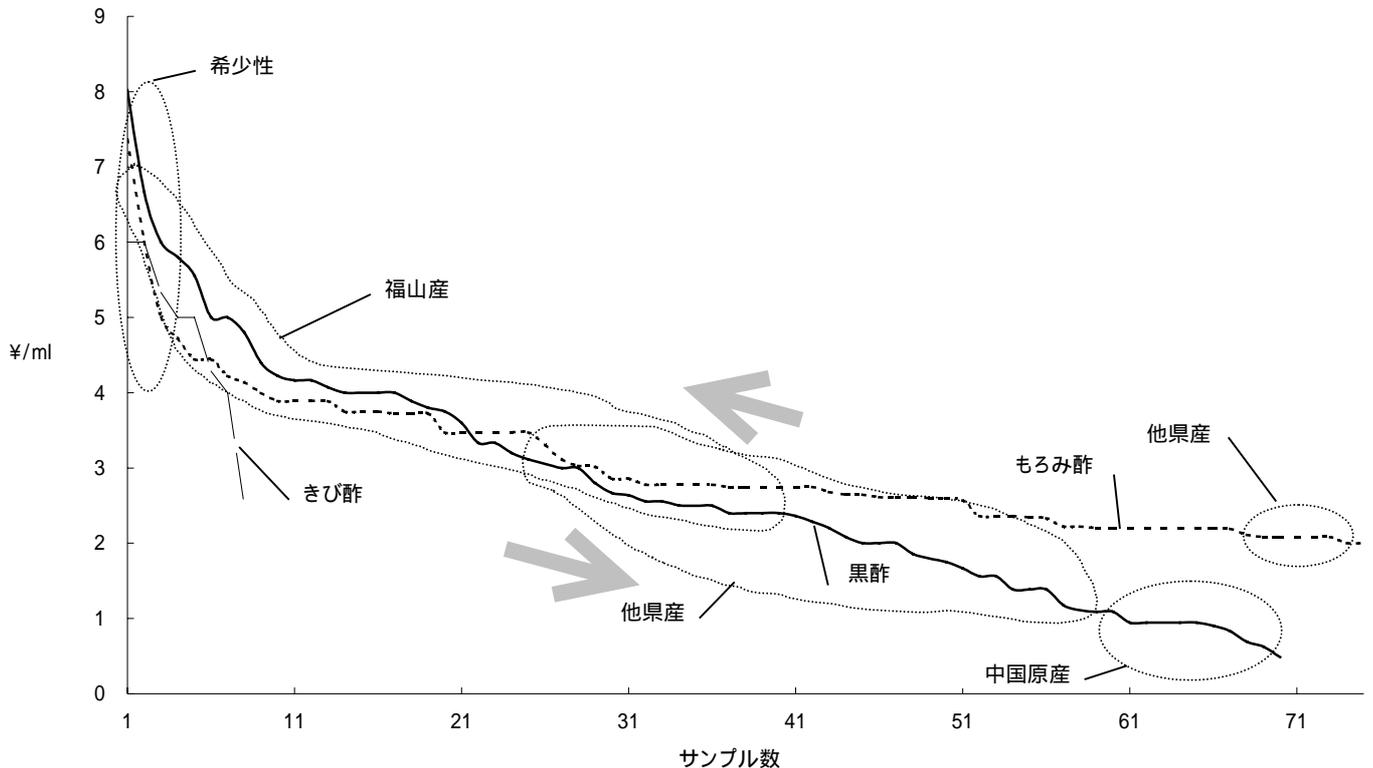
真似が出来ないものの強み

酢の一部が、品質の良いものが、調味料から健康食品へシフトした。一言でいうと、これが健康酢ブームである。健康食品は急成長産業である。実態が良くつかめない面もあるものの、政府が昨年取りまとめたバイオテクノロジー戦略大綱では医薬品とならぶ柱のひとつであり、現在 1 兆円程度とみられる市場規模が 2010 年には 3.2 兆円となるとみられている。

現在の健康食品の問題点はトレーサビリティが弱いことである。本来トレーサビリティが問われそうな分野だが、実態は各種食品のなかでも弱い部類に属する。しかし、早晚健康食品についてもトレーサビリティが問われよう。それをきっかけに、市場がもう一回り大きくなり、洗練された産業に脱皮するとみられる。健康酢は、そのような時代を先取りしている面がある。それが健康食品のなかでも成長率が高い要因であろう。

今後、本格的なトレーサビリティが浸透するとどうだろうか。他の食品でみられるように、産地ごとに価格が異なってくるとみられる。黒酢の福山、きび酢の加計呂麻などの主産地にはプレミアムがつき、福山の黒酢は、中国産の影響を脱して、他県産とも差別化することが可能となる。すると福山の黒酢の平均価格は 2 割程度上昇するだろう（図 5 矢印参照³）。鹿児島特産の黒酢は、今後ますます注目をあびるに違いない。

図5 酢の単位当たり価格(¥/ml)



³ 福山黒酢の市場は現在のところ約 20 億円

〒880-0805 鹿児島県鹿児島市東千石町 1-38
 日本政策投資銀行南九州支店（支店長：福永法弘）
 お問い合わせ先：企画調査課 佐藤 Tel：099-226-820