

下関市における小規模酒造業者の経営展開 —下関酒造を事例として—

三科仁伸・難波利光

はじめに

本稿の課題は、下関市に製造拠点を置く小規模酒造業者の経営展開について、地域社会との関係に留意しつつ、検討することにある。日本における酒造りは、古くから連綿と続けられてきたものであり、我が国の伝統産業と位置づけられる。しかし、後述するように、近年のアルコール市場の縮小と清酒消費の停滞によって、多くの清酒製造業者が経営危機に陥り、廃業に至る事例も少なくない¹。こうした経営環境下において、関門地域における当該産業は、どのように経営を展開しているのだろうか。

こうした問題意識を踏まえて、本稿では、関門地域における伝統産業の経営展開として、下関市に立地する下関酒造株式会社（以下、「下関酒造」と称す）を取り上げる。本稿が検討事例として扱う下関酒造は、資本金 1,240 万円、従業員数 30 名の小規模な清酒製造業者であり、清酒製造事業及び販売業を事業内容としている。なお、下関酒造は山口県酒造組合には加盟していない²。

そこで、上記の課題を検討する論点として、以下の二点を設定する。第一に、近年のアルコール市場の動向を確認した上で、下関酒造の経営の歴史について、経営者の活動を踏まえて概観する。そして、第二に、地域ブランドの活用による地域社会との関わりについて分析し、あわせて近年の取組みについても検討する。

本稿の作成にあたっては、三科仁伸と難波利光が共同して実施した下関酒造現社長の内田忠臣への聞き取り調査の成果を中心に分析をすすめ、同社より提供された資料や関連する二次資料等の検討をおこなった。このうち、聞き取り調査による記述については、本稿では原則として、注記は省略した。

なお、下関市に立地する酒造業者としては、山口県酒造組合に加盟するものとして、長州酒造株式会社（以下、「長州酒造」と称す）がある。この長州酒造は、1871（明治 4）年創業の児玉酒造の事業を、山陽小野田市に本拠地を置く太陽光発電システムを手掛ける長州産業が継承したものである³。そのため、経営主体の連続性という観点から、長州酒造については、本稿では取り上げないこととする。

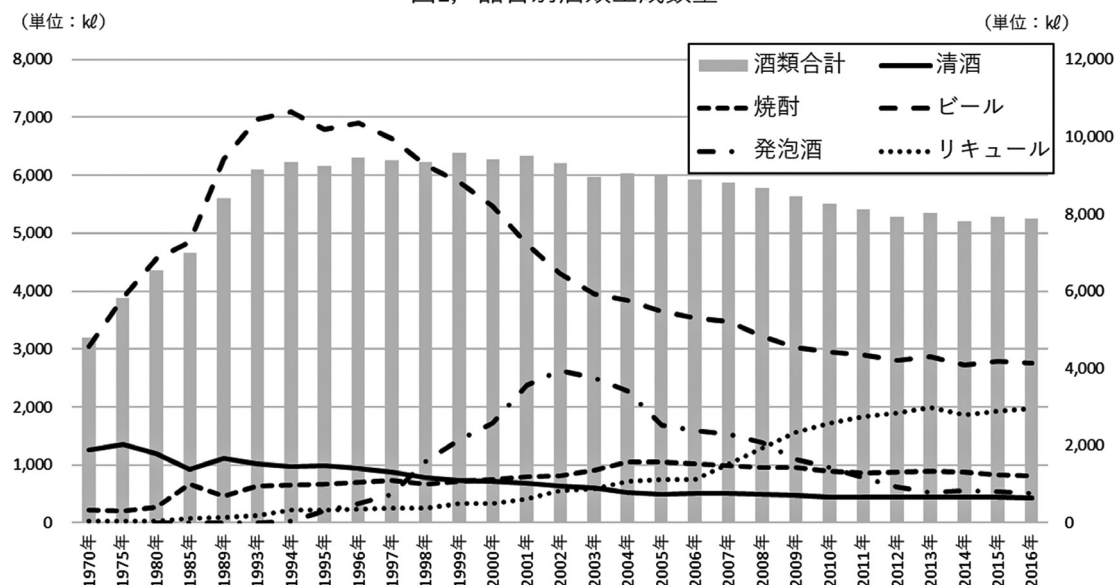
1. アルコール市場の動向と清酒消費

はじめに、近年のアルコール市場の動向について確認しておく。ここで、図 1 として、1970 年以降の品目別酒類生成数量を示す。図 1 からわかるように、1990 年頃まで拡大を続けた酒類生成数量は、1990 年代に入るとほぼ横ばいになるも、1990 年代半ばころより減少傾向を示している。こうしたアルコール市場の拡大は、ビール消費の増大によるところが大きかった。しかし、近年では、リキュール類の消費拡大によって、ビールの生産は減少しつつある。こうしたアルコール市場の推移に対して、清酒の生産量は 1970 年以来、一時的な例外を除き、減少が続いている。これは、消費者の清酒離れが大きな原因である。

次に、近年における山口県の清酒消費数量を確認すると、2013 年度は 6,360 キロリッ

トルであったのに対し、2014年度は6,328キロリットル（2013年度を基準年として、99.5%）、2015年度は5,883キロリットル（同、92.5%）、2016年度は7,599キロリットル

図1、品目別酒類生成数量



典拠)「国税庁統計年報」(各年)より作成。

(同、119.5%)、2017年度は5,251キロリットル(同、82.6%)となる⁴。

このようにみると、全国的なアルコール市場の縮小と清酒生産の低下に加え、下関酒造が立地する山口県内の清酒消費の減少は、下関酒造を取り巻く厳しい経営環境を示している。こうした点を踏まえつつ、3節及び4節で下関酒造の取組みについて検討していく。

2. 下関酒造の経営展開

次に、下関酒造の歴史的展開について概観しておく⁵。下関酒造の創業日は、1923(大正12)年12月15日であった。同社は、近隣の農業経営者が生産した米を活用して清酒生産をおこなうことを目的として、彼らを中心として設立された企業であった。山口県豊浦郡生野町(現・下関市生野町)の村長を務めていた内田勝太郎が助役や収入役などの幹部と協議の上、当時の下関には酒造業者がなかったことから、地元の有志によって設立を計画されたものであった。設立時の資本金は15万円で、発行株式は3,000株であった。これらの株式は近隣地域の居住者を中心に引き受けられ、当時の株主は445名であった。戦後に入ると、1954(昭和29)年には、資本金が620万円まで増加している。また、1970年代から80年代前半にかけて、大規模な近代化計画を実施した。1971年の第1次近代化五ヵ年計画、1977年の第2次近代化五ヵ年計画、そして、1982年の第3次五ヵ年計画である。これらの近代化計画の中では、生産設備の近代化が集中的に推進された。このうち、第3次近代化五ヵ年計画の初年度にあたる1982年には、米焼酎の製造免許が下付されている。

その後、1988年には、下関酒造に対してリキュール製造の免許が下付され、次節で詳述する「とらふくのひれ酒」の製造及び販売が開始される。1991年には、大規模な増資を実施し、資本金は1,241万円となった。こうした中で、経営者の世代交代がおこなわれ、

1996（平成8）年11月、内田忠勝にかわり、内田忠臣が社長に就任している。内田忠臣は、内田忠勝の長男であり、大学卒業後には地元の造船会社に勤めるも、1984年に後継者に指名される。そこで、下関酒造に入社し、清酒や焼酎の製造方法について学んだ。内田忠臣自身は理系分野の出身であり、造船所で機関設計を担当した経験を活かして、酒造りの機械化や通年化など近代化を押し進めていった⁶。

こうした展開を踏まえた上で、下関酒造の経営者の活動についてみていく。1971年から始まった一連の近代化計画を主導したのは、前社長の内田忠勝であった。彼は内田勝太郎の次男であり、第二次世界大戦中には、山下軍司令官の幕僚として活躍した人物である。戦後は、大洋漁業株式会社（現、マルハニチロ）に入社し、マルハ魚肉ハムソーセージの開発などに携わった。大洋漁業株式会社に20年近く勤めた後、1971年、下関酒造の社長に就任している。その後、社長就任から15年の間で、下関酒造の販売実績を5倍に拡大させている。こうした業績の拡大は、「攻専は最大の防御である」とする、元軍人である内田忠勝の経営方針に支えられていた。

彼が社長に就任した当時は、米の統制が撤廃された直後の時期であり、自主流通米制度が適用されると、酒造業者は激しい企業間競争にさらされることが想定された。そのため、旧来的で非近代的な企業経営では生き残ることが困難であると感じた内田忠勝は、近代化計画の実施に着手する。これに対して、業界や社員からの反対もあったが、彼は、「戦に負けたみじめさは、戦争をしたものでないとわからない」という意識のもと、第1次近代化五ヶ年計画を策定して、工場の近代化や自社プラントの販売計画を作り、実行にうつした。次に、これを受けて第2次近代化五ヶ年計画及び第3次近代化五ヶ年計画を展開し、近代的な生産設備と全国的販売網の構築を実現した。

内田忠勝が社長就任後に取り組んだ活動として、経営基盤の安定を目的とした、販売店網の強化が挙げられる。下関酒造では課税酒重点の方針に沿って地元下関地域を固めるために、山口県内北部及び中部、東部の三地域にそれぞれ特約店を設け、直売取引をおこなった。また、東京や大阪、京都といった都市部に加え、中国地方や九州地方の各県に対して、特約店を設置し、販売体制の基礎を確立した。広域的な販売網の確立には、大洋漁業株式会社時代に関係をもった特約店の協力による部分も大きかった。

こうした販売店網に対して、下関酒造では「関娘」の販売50周年を記念して醸造した「はまゆう」を販売している。「はまゆう」という名称は、下関市の花である浜木綿からとられたものである。また、下関酒造では、安徳天皇を祀る旧官弊大社赤間神宮の御神酒である「水天門」を醸造するなど、下関市に拠点を置く酒造業者として、地域社会と密接な関係を有していた。こうしたものに加え、下関市は国内有数のふぐの水揚げ地であるにも関わらず、ふぐ料理に適した清酒がなかったことから、本醸造酒の「ふく」を醸造し、東京や大阪をはじめ、地元下関のふぐ料理店向けに販売をおこなった。こうした地元志向型の経営意識はその後継承され、次節で詳述するようなふぐのひれ酒の開発につながるものと考えられる。

さらに、内田忠勝は、杜氏の養成にも積極的に取り組んだ。季節労働者である杜氏の高齢化を背景として、将来的には自社社員が製造を担うべきであると考え、優秀な技術社員の採用を検討した。しかし、技術社員を通年雇用するならば、酒造りが休止する夏期間の業務を確保する必要が生じる。そこで、焼酎の製造免許を受けることにより、一年を通

して酒造りを実践する体制を構築した。このことは、継続的なアルコール生産によって、経営を安定化させることにもつながっていた。こうしたことを背景として、下関酒造では、優秀な製造技術者を社員として採用することで、醸造体制の万全化を図ったのである。こうして製造された本格米焼酎は、山口県商工指導センターから、「極めてさらっとしてのみ易く香りがよい」と評価された。その銘柄は、人間関係を大切にしていくなりの意向から、「橋」や「渡り行く人 販る人 人の心の懸橋」などと命名された。

なお、下関酒造では、1998年に杜氏制度を廃止し、従業員による酒造体制へと完全移行している。同年には、26歳の最年少杜氏と20代蔵人からなる製造部醸造課を発足させ、生産体制の刷新を実現している。

3. 地域ブランドを活用した商品開発

下関市における地域ブランドの中で、ふぐはその代表的なものといえる。下関市は国内有数のふぐの水揚げ量をほこる一大産地であるとともに、近代以降、その食文化の中心地であった。このことは、1887年に下関の春帆楼の初代女将であるミチが、当時の内閣総理大臣である伊藤博文に提供したことを契機として、ふぐ食の解禁がなされたことによるものである⁷。ふぐは日本酒との相性もよく、特に熱燗で供するのが適切とされ、ひれ酒を中心に、身酒や骨酒、白子酒などとしても活用されている⁸。

前節で検討したように、下関酒造は地元地域に密着した商品開発を展開してきた。この点を踏まえて、本節では、下関酒造によるふぐのひれ酒開発と販売の取組みについて詳述する⁹。

内田忠臣によると、先代の内田忠勝が社長を務めていた1988年、下関の税務署長から「ふぐの本場・下関に『商品化したひれ酒』が無いのは遺憾である」と指摘されたことが開発の契機とされている。当時は、近隣地域でふぐのひれ酒が販売されていたが、これには焼きひれそのものが入っておらず、ふぐのエキスが配合されているのみであった。内田忠勝は、下関市の酒造業者としてひれそのものを入れた本物のひれ酒を商品化することを決意し、製造部員にその可能性を調査研究させた。こうした意向を受けて、当時は常務取締役であった内田忠臣が、山口県工業技術センター（現、山口県産業技術センター）に相談にいくも、専門家は否定的な意見を示した。なぜなら、当時は、ひれにはゼラチンが含まれているため、酒に入れると混濁を起し長期間の品質維持が難しいとされていたためである。一般的な料亭などでは、天日干ししたひれをじっくりと焼き上げてひれ酒をつくるが、長期間の保存を目的としていないために、混濁の問題は考慮されていなかった。そこで、長期間の保存が可能なひれ酒を製造するために、ひれの成分が清酒の質を低下させない方策を検討する必要に直面した。即ち、下関酒造は、ひれの乾燥方法や焼き方、保存方法、使用方法等について、販売商品として根本から見直す必要に迫られたのであった。

その後、商品開発に向けた試行錯誤が続けられ、混濁の問題を解決させる。こうして商品化の目途が立つと、次に品質保持期間の問題について経過観察が続けられた。この間に、瓶やパッケージのデザインの検討がおこなわれた。一般的な料亭では、約一合弱の有田焼の白磁の器に入れてひれ酒を提供していたことから、本場の雰囲気を出すために、この白磁に似た瓶で一合サイズのワンカップ形状のものを採用することとした。また、瓶に直接描く図柄は、かわいいふぐであることが絶対条件とされ、仲の良い二匹のふぐのデザイン

が採用された。そして、製造から一年経過後の品質チェックを完了させると、ようやく市場への投入が決定されたのである。

下関酒造のひれ酒は、ふぐの中でも市場価格が高価な、厳選したとらふぐのひれだけを使用している。下関酒造が独自に開発した手法によって焼き上げ、ひれそのものを入れた本物のひれ酒を製造することで、ひれ酒独特の鮮烈な香りや風味を長期保存することに成功したといえる。その結果として、下関酒造のひれ酒は、農林水産大臣賞や「地酒大show お爛にしてして美味しい日本酒ゴールド賞」などを受賞するとともに、下関ブランド認定商品にも登録されている。

また、2015年には、下関市産の酒米と水を使って酒造りを進める「下関地酒プロジェクト」を実施した。下関酒造では、以前から地元産の酒米だけを使った酒造りを模索してきたが、酒米の安定的な供給を維持することが難しく、実現しなかった。しかし、県内での酒米の需要が伸びていることを背景に、JA下関が酒米「山田錦」の試験栽培を始めることとなった。これを受けて、「下関の酒米と水を使い、下関の酒蔵で地酒を造ろう」というプロジェクトが始動する。JA下関では、約1ヘクタールの農地で酒米の試験栽培をおこない、2016年に、下関酒造はこの酒米を活用して酒造りをおこなった¹⁰。このプロジェクトによって、戦争などの影響によって半世紀以上途切れていた地元産の酒米を使用した酒造りが再興されるとともに、作られた酒は、創業時の下関酒造への出資者数にちなみ、「下関 Spirits445」と命名された¹¹。こうした取り組みからもわかるように、下関酒造では、地元産出の酒米を使用した酒造りをおこなうなど、地産地消を前提とした生産意識をみることができよう。

ここまでみてきたような下関酒造の製品開発は、その立地的特性を活かしたものといえる。小規模メーカーにとって、地域ブランドを活用した製品開発は販売規模の拡大に資するものと考えられる。

4. 下関酒造の近年の取組み

本稿の最後に、近年における下関酒造の取組みについて検討する。ここで、表1として、2000年以降の下関酒造の主な取組みを示す。この時期は、1996年に社長に就任した内田忠臣によって本格的に経営が主導されるとともに、1998年に杜氏制度が廃止されたこととあわせて、現在の下関酒造の基礎が形成された時期といえる。本稿では、表1中에서도示した、酒蔵祭りや酒庵「空」の取組みを中心としつつ、海外への輸出の実態や女性蔵人の活躍について検討していきたい。

下関酒造では、2009年から毎年、酒蔵祭りを実施している。このイベントは、内田忠臣の発案によるものであり、2009年4月の酒蔵祭りでは、来場者は日本酒を味わいつつ、利き酒大会や見学会、酒粕詰め放題、粕汁の無料配布など各種イベントに参加した。また、近隣の商店街の協力のもと、ちくわやウニの瓶詰、地元直送の野菜も特別価格で販売した。下関酒造は生野神社の参道に面していることもあり、内田忠臣は、こうしたイベントを通して、「かつてにぎやかだった参道の復興にもつながれば」と考えていた¹²。

同年秋の酒蔵祭りである豊穰祭では、樽酒や粕汁の無料配布、酒蔵見学などの催しを開催するとともに、近隣の農家の直売市やしぼりたて新酒の特売がおこなわれ、焼きたてパンなどの店舗も出店した。ここでは、升を使って酒瓶にどれだけ多くの水を注ぎ入れるか

競う酒瓶早詰め競争のほか、下関酒造のフラッグシップボトルである「関娘」が当たる抽選会なども実施された¹³。このように、回数を経るごとに様々な取組みが重ねられていき、

表1, 2000年以降の下関酒造の主な取組み

年	事項
2000年	全国新酒品評会にて、金賞受賞
2001年	直営店舗である酒庵「空」を開設、直売開始；桜酵母による清酒「彩月百華」・「花の雫」の発売開始；角打ジャズにてコンサート再開
2002年	多目的イベント会場として酒蔵ホールを開設；角打ちコンサートの本格化；酒の文化講座（利酒入門講座）を開講
2003年	全国新酒品評会にて、金賞受賞；大河内宮農組合との山田錦の契約栽培開始；日本酒オーナー制度を約180名により開始
2004年	山口県事業「日本一元気カンパニー創出塾」にて推薦企業に選定；清酒「海響」の開発開始；ISO9001を取得
2006年	日本酒とワインを学ぶ講座「酒落楽倶楽部」開講；お酒の学校を開校
2007年	下関市より、「海響」が下関ブランドに認定
2008年	下関市より、「とらふくのひれ酒」が下関ブランドに認定；直売部を開設し、本格的に開
2009年	第1回酒蔵祭りを実施
2010年	中生新千本の栽培を、山口県・瀬戸内Gと契約。
2011年	酒庵「空」にて、酒蔵カフェを開設；酒スイーツの販売開始；酒蔵が下関景観賞を受賞
2012年	山田錦の栽培を、山口県・瀬戸内Gと契約；酒庵「空」にて、フラワーアレンジメント教室を開講
2013年	「海響」がモンドセレクション金賞受賞；貴飯にて、山田錦の契約栽培開始
2014年	「関娘 大吟醸KUブランド」及び「関娘 純米酒KUブランド」がモンドセレクション金賞受賞；島根県JA斐川と加工米の栽培契約を締結；第1回酒蔵ハロウィン祭を開催
2015年	山田錦の栽培をJA下関と契約し、下関産酒米の栽培に本格的に協力
2016年	日本晴の栽培をJA下関と契約；カフェにテイクアウト部門を新設し、酒庵「空」との二部門制にて、直売部門を強化；「下関Spirits 445」の発表及び販売開始
2017年	決算月を9月から3月に変更；3月にて、第94期決算（6ヶ月決算）を実施
2018年	ワイングラスでおいしい日本酒アワード2018にて、蔵人の自慢酒が最高金賞を受賞；ロンドン酒チャレンジ2018にて、「関娘 大吟醸原酒」が金賞を受賞し、「獅道」が銀賞を受賞；熱燗コンテストにて、「獅道」が金賞を受賞

典拠) 下関酒造提供資料より作成。

2012年には、日本酒を使用した鍋料理である美酒鍋も振る舞われた¹⁴。

内田忠臣は、こうした酒蔵を開放するイベントを通じて、「地域活性化」を図ることを目的としている¹⁵。彼自身が、「酒に限らず、地元の産品の地産地消を広めるために始めた。この場が地域の方との交流の場になれば」と述べていることから解るように、酒蔵のみならず、それを起点とした地域社会の発展が目されているといえよう。

酒蔵祭り以外では、下関酒造による地域との関わりとして、同社の敷地内に併設されている酒庵「空」の取組みが挙げられる。表1に示したように、酒庵「空」は2001年に直営店舗として開設され、2011年に酒蔵カフェを併設した施設である。この施設は、大正時代に建てられ、事務所や倉庫として使われていた社屋の一部を改装したものである。内

部の床は土間風であり、天井は梁がむき出しの純和風の造りとなっており、れんが造りの金庫は日本酒の展示スペースとして活用された。それによって、純和風の開放感のある空間が演出された。

ここでは、グレープフルーツジュースのシャーベットに日本酒をかけたデザートや利き酒セットといったアルコール飲料のみならず、従業員が半年間をかけて開発した酒粕で作った大吟醸チーズケーキや甘酒を牛乳で割った甘酒ミルクといったノンアルコール飲料も提供している。この取組みについて、内田忠臣は、「日本酒になじみのない女性に親んでもらいたい。酒を飲まない人も酒かすを使ったメニューを味わってほしい」、「日本酒の魅力を様々なかたちで伝えていきたい」と述べている¹⁷。このように、日本酒に関連する商品開発を通じて、広くその魅力を発信しているといえる。

また、下関酒造の酒蔵を活用して、2014年には「関の花&関娘 酒蔵ハロウィーン祭」と銘打ったイベントが開かれた。このイベントは、下関産の花「関の花」をPRしたい県花卉園芸農業協同組合と下関酒造が協力して実施したもので、バラの花で彩られた酒蔵に、子供たちが作ったカボチャのランタンなどが飾り付けられた¹⁸。

こうした地域密着型の活動と同時に、下関酒造では、自社製品の海外への展開にも積極的に取り組んでいる。2018年には、シンガポール向けに「獅道」の輸出を開始した。この「獅道」とは、下関産の山田錦を使用した新しいブランドである。従来の清酒製造では勘に頼っていた部分を数値化し、室を改造して温度や湿度の管理を徹底するなど、酒造りを基礎から見直して醸造した銘柄である。「獅道」をシンガポールの見本市に出品した際、現地の輸入業者から高評価を受けたことから、レストラン向けに輸出を開始し、海外展開を本格化させている¹⁹。

2019年には、JA下関が生産した山田錦を使用し、50%精米の純米吟醸酒である「蔵人の自慢酒」が、イギリスで開かれた日本酒専門品評会で最高金賞を受賞している。国際的な品評会で評価や海外への販路拡大について、下関酒造の常務である内田喬智は、「(下関酒造は一引用者注)世界に認められる酒を目指している。地元農家と一緒にやっていきたい」と述べている²⁰。こうしたことから、国際的な視野をもちつつ、下関酒造が地域に根差した酒造りを志向する姿をみることができよう。

また、下関酒造の先駆的な試みとして、女性杜氏の採用が挙げられる。下関酒造では1990年代前半から女性による酒造りを進めており、1994年には女性スタッフのみによる酒造りを実現させている²¹。一般的に酒造りを担う蔵人の世界は、男性が支配的であるといえよう。これには様々な要因が指摘できるが、生産現場の問題としてみた場合、酒造りの工程で必要とされる厳しい肉体的な労働は、女性には不向きであると考えられる一つの要因であろう。これに対して、下関酒造の場合は、1970年代から80年代にかけて生産設備の機械化が進められたことによって、女性による酒造りの可能性が広げられたと考えられる。具体的には、コンピューター制御による醪の攪拌や温度管理を実現したことにより、肉体的な重労働が大きく緩和されたといえる²²。

例えば、1996年に下関酒造に就職した萬治香月の場合も、先進的な生産システムの導入が、就職先を選択する上で大きな役割を果たした。宇部工業専門学校で化学を専攻していた彼女の場合、1992年に液化仕込み方式の酒造りの機械が下関酒造に導入されたことで、自らの専門的知識を酒造りに活かす可能性が開かれたといえる。この機械は酵素を使っ

て米を液化させるもので、従来の蒸米に替わる役割を果たすものである。内田忠臣は、清酒製造業における後継者不足を解消するためには、「根本的に労働条件を変えねばならない」と考えており、生産設備の近代化に伴う女性の登用は、酒造りの優秀な担い手を広く確保するという意味において、必要なものと考えられる²³。

おわりに

以上、本稿では、下関市に立地する小規模酒造業者の経営展開について、経営者の活動に留意しつつ、地域社会との関係を踏まえて検討してきた。本稿での検討結果を、冒頭に提示した論点に即して整理すると、以下のように集約される。

すなわち、下関酒造では、1970年代以降、内田忠勝の下で生産の近代化が進められるとともに、地域的特性を活かしてふぐのひれ酒などの開発を進めていった。また、地域に酒蔵を開放する各種イベントを実施するとともに、JAや近隣事業者とも連帯しつつ、広範な地域活性化を志向している。そして、こうした地域密着型の姿勢をとるとともに、海外への販路拡大といった国際的な視野を持っているといえる。また、守旧的な慣行が維持される傾向のある当該産業において、女性杜氏の採用などの革新的な経営姿勢を打ち出している。

こうした下関酒造の活動の背景には、高度成長期以来の清酒市場の縮小が考えられる。従来的な生産様式や労働環境では市場環境の変化に適応できず、経営不振に陥るリスクが想定されることから、こうした先駆的な取組みを推進しているといえる。また、下関市に立地する酒造業者として、地域ブランドを活用した商品開発は、地産地消型の流通を中心とする小規模酒造業者にとって、強力な販売戦略となるであろう。このように考えると、下関酒造の経営展開は、下関市における地域社会との共栄を前提としつつも、伝統産業における経営革新を実現したものといえよう。

1 清酒の製造免許場数の推移をみると、1970年には3,533蔵であったが、1980年には2,947蔵、1989年には2,438蔵、2000年には2,152蔵、2010年には1,736蔵、2017年には1,594蔵へと減少している。このことは、半世紀の間に、酒造業者が半数以下に減じたことを示している（国税庁課税部酒税課『酒のしおり』、国税庁、2019年、58頁）。

2 下関酒造提供資料。

3 「長州酒造：新酒蔵、下関に建設 長州産業が参入『長州酒造』来春に醸造開始」、『毎日新聞』（山口版）、2019年9月5日付。

4 「県別の消費数量の推移《山口県の消費数量の推移》」、国税庁HP（<https://www.nta.go.jp/about/organization/hiroshima/sake/syuhijoukyou/index4-5.htm>、L.A. 2020年1月28日）。

5 内田忠勝「〈醸家銘々伝〉山口県・下関市 下関酒造」、『日本醸造協会雑誌』第80巻第2号、1985年、120頁；下関酒造提供資料。

6 「ひとと：下関酒造 内田忠臣さん」、『毎日新聞』（山口版）、2018年12月23日付。

7 相良治美編『永久保存版「ふく」』、株式会社カザン、2014年、56頁。

8 『ふく百華』出版委員会編『ふく百華』、『ふく百華』出版委員会、1996年、170頁。

-
- 9 「下関酒造とらふくのひれ酒」, 下関酒造HP (<https://www.sekimusume.co.jp/shopbrand/hiresake>, L.A. 2020年1月23日)。
- 10 「下関地酒プロジェクト:JA と地元酒造会社が連携 下関の酒米と水を使用」, 『毎日新聞』(下関版), 2015年12月9日付。
- 11 「地元の米と水, 下関地酒できた JA 協力, 作付け増へ」, 『朝日新聞』(山口版), 2016年5月22日付。
- 12 「酒蔵祭り:下関酒造で初 300人が満喫」, 『毎日新聞』(下関版), 2009年4月19日付。
- 13 「豊穰祭:秋の実りに感謝一下関酒造で」, 『毎日新聞』(下関版), 2009年11月1日付。
- 14 「酒蔵祭り:下関できょうまで」, 『毎日新聞』(下関版), 2012年4月22日付。
- 15 「酒蔵祭り:地酒を堪能一下関酒造」, 『毎日新聞』(下関版), 2010年10月24日付。
- 16 「酒蔵まつり:左党も家族も満喫 野菜なども販売 地域交流の場,きょうまで 下関酒造」, 『毎日新聞』(下関版), 2016年4月10日付。
- 17 「下関酒造に『酒蔵カフェ』誕生 飲まない方にも酒かすケーキ」, 『朝日新聞』(下関版), 2011年1月12日付; 「カフェ:酒蔵でほろ酔いスイーツ ノンアルコールのメニューも一下関酒造」, 『毎日新聞』(下関版), 2011年1月13日付。
- 18 「催し:花と地酒でハロウィーン, 幻想的雰囲気楽しむ」, 『毎日新聞』(下関版), 2014年10月5日付。
- 19 「下関酒造, シンガポールへ輸出開始」, 『読売新聞』(山口版), 2018年12月5日付。
- 20 「蔵人の自慢酒:英国の日本酒品評会で最高賞」, 『毎日新聞』(山口版), 2019年8月15日付。
- 21 「日本酒造り, 女に任せて 男の世界に挑戦 生き残り策を探る試みも」, 『朝日新聞』(全国版), 1994年7月24日付。
- 22 「女性蔵人 感性で挑む紅一点」, 『朝日新聞』(全国版), 1997年1月5日付。
- 23 同上。