泡盛の現在
―沖縄の若者たちの泡盛観―

安里　一希

1、はじめに

泡盛は、沖縄を代表する伝統的な蒸留酒であり、沖縄県内の宴会ではおなじみのお酒であり、県内各地の居酒屋には必ずと言っていいほど泡盛が販売されている。

ところが、近年のメディア報道では、県内の泡盛の生産量が減少の一途を辿っており、特に若者の泡盛離れが顕著だという。また、2019 年度末から拡大した新型コロナウイルスのパンデミックにより、沖縄県も緊急事態宣言がたびたび発令され、不要不急の外出の自粛が呼びかけられ、飲食店の時短営業に伴い、店内での酒類の提供が制限されるようになった。そのため、いわゆる「宅飲み」と呼ばれる自宅での飲酒が日常の風景となっているが、何より大打撃を受けたのは、飲食店や酒造メーカーであろう。特に、若者離れが著しい泡盛業界はどのような状況になっているのか、それが気になり、今回のテーマとして調べてみたいと考えた。

本稿ではまず、泡盛の基本的な歴史について先行研究からまとめ、次に県内の若者にアンケートを実施し、泡盛に対する率直な意見や感想について聞いたことをまとめてみた。そして、今後、泡盛の生産や伝統が途絶えないようにするためにはどうすれば良いのか、沖縄県に住む若者の一人として私自身で課題を探ってみた。本研究をきっかけに、泡盛の魅力を広く県内外や海外の人々にも知ってもらい、飲む／飲まないに関わらず、県内の若者が地元産の泡盛を誇りに思うようになって欲しいと願っている。

２、泡盛の歴史

泡盛の特徴として次の 4 点が挙げられる。まず、泡盛の原料にはタイ米を使用しており、黒麹を用いている。仕込みは一回だけの全麹仕込みで、単式蒸留器で蒸留する。

名称の由来はいくつか存在するが、一般的に言われているのは、泡盛を造る原料が元は粟を用いていたからという原料起源説や、蒸留の仕立てでは泡が盛り上がる様子から泡盛となったと考える泡由来説がある。他には、薩摩藩が九州の焼酎と区別するために名付けたとする薩摩命名説や、古代インドの文語であるサンスクリット語で酒を意味する「アワムリ（awamuri)」に由来するという説など多岐にわたる。現段階では、蒸留の工程で見られる「泡を盛る」技法がタイ族に伝承されていることや、琉球王国と交易をしていた福建省福州地区でも見られることなどから、「泡を盛る」お酒としての泡由来説が最も有力だと考えられているようだ。

その泡盛の起源については 2 つのルートがあるとされる。一つは、タイの「ラオ・ロン」を起源とする、海洋貿易に伝来した「南ルート」で、もう一つは、同じくタイを起源として、中国雲南省や福建省を経由して陸路を通って伝来した「北ルート」である。いずれのルートであれ、伝えられた技術は先人たちの創意工夫によって沖縄の気候風土に適した醸造法に

改良され、現在に伝えられているという。最も有力なのは「南ルート説」で、これは東恩納寛淳がタイで「ラオ・ロン」を賞味した際に、「泡盛は香気・風味ともにラオ・ロンと全く同一であることに感慨を受けた」と「泡盛雑考」(1934 年) に著したことがきっかけである。

かつて琉球王国時代に首里王府は、泡盛を薩摩や江戸への重要な貿易品として醸成しており、泡盛造りは首里城裏手の崎山・赤田・鳥堀（いずれも現在の那覇市）の首里三箇に限られ、古来より泡盛を造り続けてきた 30 人の本職とこれに 10 人の重職を加えた合計 40 人の専門職人が泡盛を造っていたという。万が一失敗すれば、軽いもので蒸留器の没収の罰が下され、重いもので家財没収となり、さらに島流しの刑に遭うという。それほど泡盛は大変貴重なものとして取り扱われ、王府直属の監視の下、その管理・保存が徹底され重宝されていたのである。

1879 年の「琉球処分」により、琉球王国は滅亡し、沖縄県として新時代を築くことになるが、それにより、従来の身分制や行政が大きく改変され、その影響は泡盛にまで及んだ。沖縄県になって以降は、それまで首里三箇にのみに許されていた泡盛製造が自由化されたことで、泡盛製造業者が 447 戸にまで膨れ上がった。そして、次第に沖縄を代表する産業に発展していった。また、酒造りの自由化によって泡盛は市場に流通するようになり、酒税法で価格が本土の焼酎の 6 割ほどに設定されたことで、その人気ぶりは鹿児島産の焼酎をしのぐ勢いであった。1888 年に「沖縄県酒類出航税」が公布されると、県内出荷の税額はそのままであったが、県外出荷には税が加算され、値段がおよそ 2 倍にまで高騰した。しかし、このような税制の変化の影響があったとはいえ、泡盛の生産は順調に伸び続けた。その結果、何度も増額され、最終的には酒税のかけ方が変わり、度数が高くなるとともに税額が重くなるという仕組みになっていった。この増税により泡盛の県外移出は不振に陥ったといわれる。その後、第一次世界大戦による世界的不況の影響で、泡盛業界はさらに不振に陥り、第二次世界大戦では戦時統制化で泡盛産業も国策から自由にできずに進展することは不可能であった。

沖縄戦でかつての王都首里も多大な被害を受け、各地にあった泡盛製造工場もろとも焼失し、そのために蒸留器などの設備が完全に破壊されてしまった。ニミッツ布告により酒造が禁止されると、琉球列島米穀軍政府の許可なしに酒類の販売・製造を行うことができなくなってしまった。しかし、そうした状況の中でも人々の泡盛製造への情熱は失われなかった。というのも、戦後に入手が困難となったタイ米に変わって、黒糖やトウモロコシなど発酵性のあるものを探して出しては原料とし、密造を行っていたのである。収容所のある地域では、手製の道具やあり合わせの蒸留器を使って公然と泡盛の密造が行われていたようである。この蒸留器は、米軍の水筒や水管、燃料缶を集めて作ったもので、材料を提供してくれた米兵にも泡盛が流されていたという。こうして密造が一般化され始めると、あちこちで「ヤミ酒」が広まるようになり、泡盛を含むこれらのヤミ商品によって、物資や食料の乏しかった沖縄の人々の喉を潤し、やがて戦後復興の礎が作られていったのである。そして 1972 年に沖縄が日本に復帰すると、泡盛製造は民営化され、沖縄の代表するお酒となって日本全国、海外にまでその名が知られるようになった。

３、研究の方法および調査期間

本研究では、県内在住の若者（20 代）を中心にアンケート調査を実施したり、実際に泡盛製造の工場を訪れてお話を伺った。その調査の方法と期間については下記の通り。

〇研究方法

・文献調査

・工場見学

・Google フォームを使用し泡盛に関する意識調査

〇対象地域

・那覇を中心とした酒造メーカー

〇調査期間

・6 月～7 月　泡盛に関する文献資料の収集

・7 月～8 月　若者層へのアンケート調査を実施し、データを取りまとめる。

・9 月～12 月　泡盛酒造所に現地調査

４、調査概要

1. 沖縄大学の学生に 102 名を対象にアンケート調査

アンケートは下記の 16 項目で構成し、Google フォームを使用して回答を得た。

(1)　質問項目

タイトル：「現代沖縄における泡盛と若者」の意識調査	
【質問 1】	性別（一択選択）
【質問 2】	学年（一択選択）
【質問 3】	好きなお酒の種類（複数選択）
【質問 4】	苦手なお酒の種類（複数選択）
【質問 5】	お酒を購入や注文する際に気にかけているポイント（複数選択）
【質問 6】	お酒を飲むシーンについて、よく行うものを選択してください。(複数選択)
【質問７】	泡盛に対する印象を自由に記入してください。(自由記述)
【質問８】	泡盛の消費量が下がっている中、泡盛の消費量を増やすにはどうするべきだと思いますか。(複数選択)

(2)　結果

1. 性別

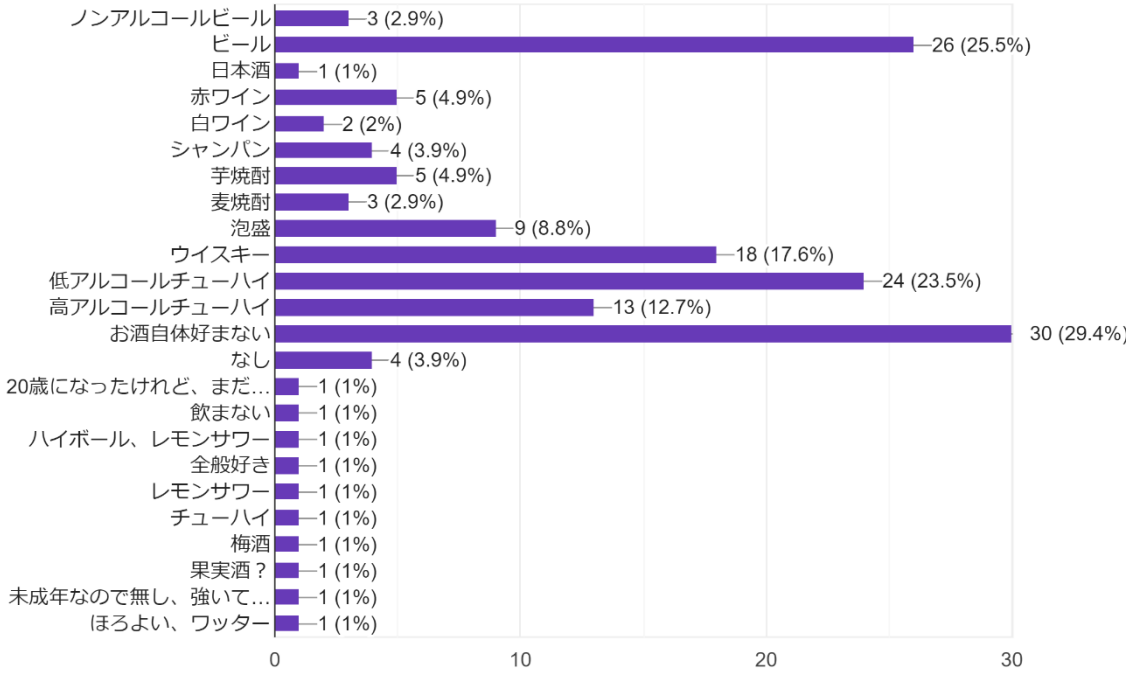
男性 7 3 名	女性 29 名

2. 学年

1 年次	2 名
2 年次	46 名
3 年次	36 名
4 年次	18 名

3. 好きなお酒の種類を選択してください。

102 件の回答

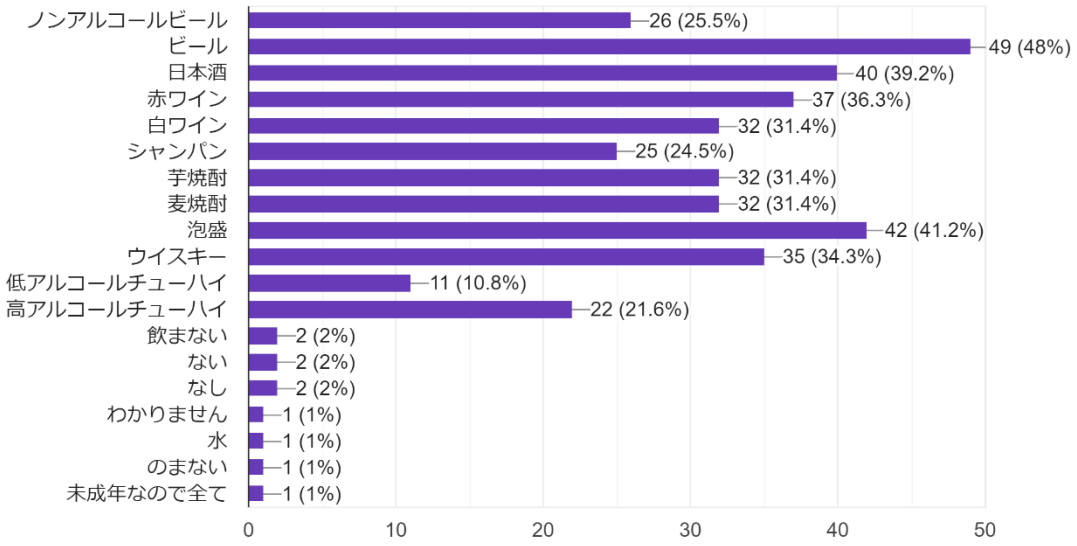


好きなお酒を聞くための設問であったが、最も多かった回答としてはは、「お酒自体好まない」という回答であり、30 票と全体の約 3 割に相当する。次に多かったのはビールで、26 票であった。その次に、低アルコールチューハイが 24 票で、続いてウイスキーが 18 票という結果になった。今回の研究対象の泡盛は 9 票であり、若者から好まれていない現状が伺えた。

結果として、若者に好まれているお酒は、すべて缶で販売されているものが多く、それは手軽に飲める利便性が最大の要因であると考えられる。

4. 苦手なお酒の種類を選択してください。

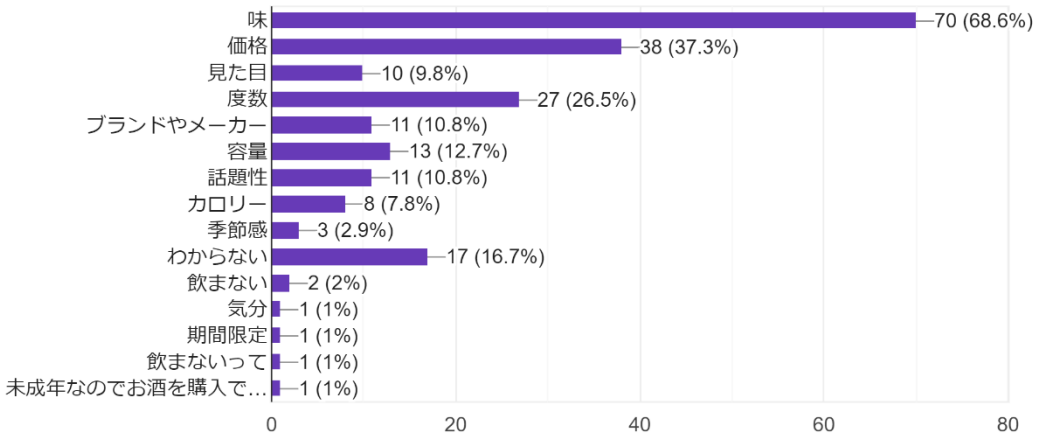
102 件の回答



ビールが、49 票であり、約半分が苦手であると答えた。次に回答が多かったのは泡盛であり、42 票であった。その次に日本酒が 40 票であり、それぞれの共通点として味に癖があり、アルコールの味を感じさせるものが苦手になる傾向が多いと理解できる。

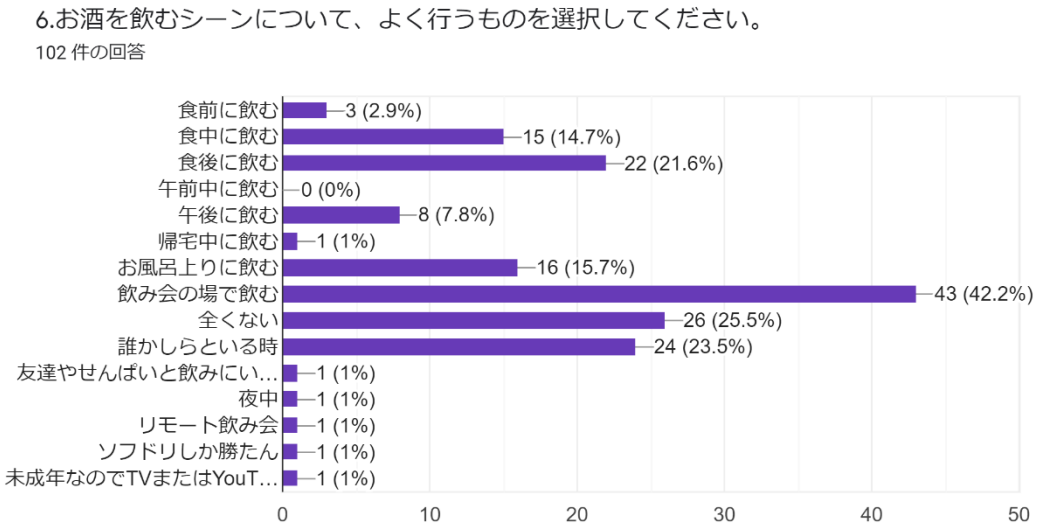
5. お酒を購入や注文する際に気にかけているポイントを選択してください。

102 件の回答



購入する際に気を付けている点として、最も多く票が集まったのは「味」であり、70 票であった。次に「価格」が 38 票で、その次が「度数」で 27 票であった。この結果から、「味」が最も重視されおり、それが若者の泡盛に対する苦手意識に結びついていることが伺

えた。



お酒を飲む場面では、「飲み会」と答えた人が 43 票と最も多く、次に「全く飲まない」26 票が 26 票という結果になった。その次に、「誰かといる時に飲む」という回答があったが、ここから、お酒は一人で飲むよりも複数の人と楽しむために飲むという若者の意識と傾向が伺えた。

7. 泡盛に対する印象を自由に記入してください。

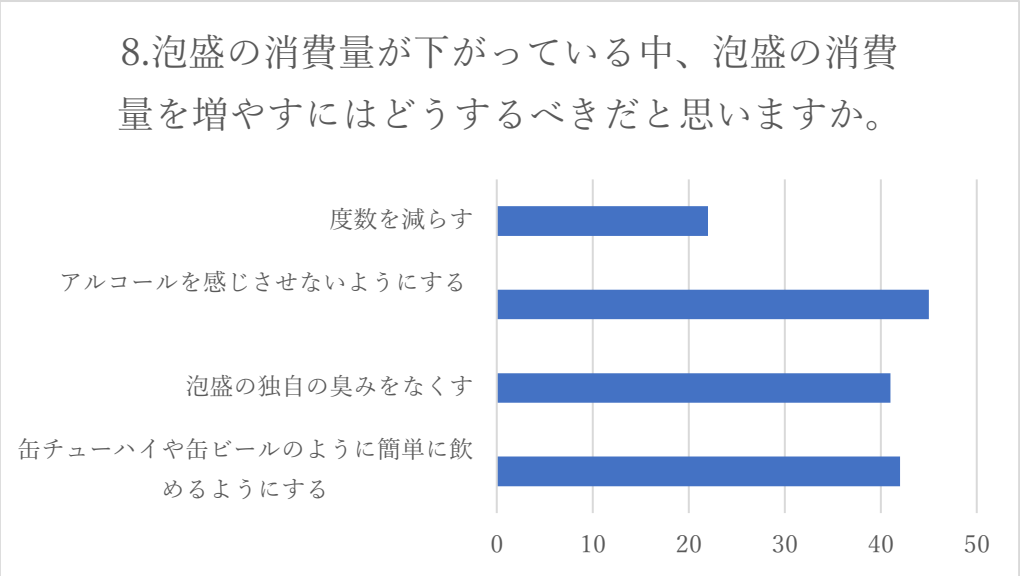
結果

美味しくない
飲まない
なし
まずい
沖縄のお酒
特になし
アルコール度数が高い
苦手
沖縄って感じがする
度数が強い
ない
瓶以外で見たことがない
大人な味がしそう
年配の方が好きそう

匂いが強い
次の日まで匂いしてしまう飲み物。
辛い、くさい
あまりおいしいとは思わない
飲んだことないので難しいですが、若者が好まなそうなイメージがあります。
アルコール度数や口当たりが強い印象
飲みにくい。
苦い
臭い。沖縄の伝統感。年寄りとヤンキーが飲んでいる印象。
酔いが早く回りそう
上級者
大人の飲み物
度数が高くて飲み会の後半に飲むイメージ
アルコールつよい！
アルコール度数が高いく、飲みにくいイメージ
泡盛は飲めるけど、酔いやすいイメージ
くさい
沖縄らしい
おじさんが飲んでいるイメージ。
酒豪が飲む
きつそう！！
きつい
20 代はあまり飲まないイメージ。
癖のある匂い
大人の味
匂いが強そう
アルコール度数がきつい
沖縄
最高
ブランド力は強いと思う。若い世代にはあまり人気がない。
手がつけづらい
沖縄の強いお酒
もうちょい美味しければなーと
とくにない
中年男性が飲んでいる印象が強いです。
沖縄独自の酒

親が飲んでいるイメージ
おじーが飲む酒
郷土のお酒という印象
安く酔っ払える
泡盛＝沖縄
おじさんが飲むもの
よくわからない
沖縄の人に愛されているお酒で、次の日に匂いが残りやすい。
最近は色々な酎ハイなどが出てきて、飲む機会が減っていると思うけど、沖縄の泡盛をなくすわかにはいかないので、若者も飲んだ方がいい
においがきつそう
飲める人が限られている。
度数が強い、身体に悪い
おじさんに人気
度数が高い
微妙、まだ飲めない
おじいちゃんが飲んでそう
泡盛残波をよく CM で耳にするので泡盛残波の印象
やばい
美味しいとは思わない
きつそう
大人の人が飲むような印象です。
悪酔いする。
いい
若者にはまだ早いお酒
沖縄が有名という印象
高い
無理
楽しくなる
アルコールが強そう

この自由記述の結果から、大半の回答者が泡盛への苦手意識が強いということが分かった。「若者にはまだ早い」や「おじさんに人気」、「親が飲んでいるイメージ」などから、私たち若者世代（20 代）の味覚にはあまり合わず、そのために好まれにくい傾向があることが分かった。



このアンケート結果では、「アルコールの風味を感じさせないようにする」の回答が多く、現代の 20 代が求めているお酒というのは、特に飲みやすさを重視しているということが分かった。また、「缶チューハイや缶ビールのように簡単に飲めるようにする」が次に多く、気軽に飲めるのであれば手に取るきっかけなることが分かった。その次に、「泡盛独自の臭みをなくす」が多く、お酒というよりも泡盛特有のにおいが苦手と感じている人がいることが分かった。

４、アンケート結果からの考察

以上のアンケート調査の結果から、若者が抱いている泡盛への印象として、大半が「苦手なお酒」という認識が多いことが分かった。若者がお酒を飲む際には、飲みやすさや味覚を重視する傾向が強く、さらにコロナ禍で友人同士集まってお酒を飲む場面が減っていることから、若者の泡盛への購買意欲はますます減少するのではないかと感じた。しかし逆に、若者の嗜好に合わせて、いつでも気軽に手に取れる缶で販売され、味も若者が飲みやすい果実系の味付けにするなどすれば、若者の泡盛への関心は増すかもしれないと思った。

５、おわりに

以上のように、泡盛という沖縄伝統の蒸留酒は、若者からあまり受け入れられていないという現状が分かった。今後の泡盛の消費量を上げるためには、苦手意識が根強い沖縄の若者層をターゲットにするのではなく、泡盛と同じように蒸留酒を好む地域、例えば中国や台湾、東南アジアなどの国々の若者をターゲットにしても良いかも知れないと思った。それでも、1990 年代の沖縄ブームに乗って、全国各地に沖縄系居酒屋が登場したり、本土でも泡盛が気軽に購入できる時代になったことで、泡盛という存在は日本でもよく耳にするようになったと思う。あとは、泡盛業界と県内の若者たちが一緒になって泡盛の良さをアピールする活動ができれば、双方にとってお互いの苦手意識を克服するきっかけ作りができるのではないかと思った。

今後の展望として、今回の研究ではコロナ禍の制限もあり、オンラインのみでの聞き取り調査となってしまったため、次は実際に泡盛を飲みながら同世代の若者たちと泡盛の将来について語り合ったり、県内で広めるための方法を模索していきたい。

最後に、コロナ禍にも関わらず、インタビュー調査に応じてくれた泡盛業者の関係者の方には心より感謝申し上げたい。

6、参考文献

萩尾俊章『泡盛と文化史〈新装改訂版〉』ボーダーインク、2016 年（初版 2004 年）
宮城正勝『泡盛浪漫－アジアの酒ロードを行く―』ボーダーインク、1996 年
長峰安一『ヴァイオリストの沖縄文化論　泡盛カンタービレ！』ボーダーインク、2018 年
佐久本政敦『泡盛とともに』瑞泉酒造株式会社、1999 年（初版 1998 年）

7、教員コメント

若者の泡盛離れが叫ばれる昨今、若者である安里さん自身が「なぜ泡盛は若者に人気がないのか」という点に着目したのは大変興味深かった。特に、学生時代から泡盛に慣れ親しんできた私（の世代？）からすると、県内の若者が泡盛を苦手としているという現状が不思議で仕方なかった。しかし、単に「泡盛が苦手」と言って突き放すのではなく、その原因を突き止め、県民の幅広い世代から泡盛が愛されるように解決方法を模索する、という安里さんの意気込みには感心した。

安里さんは本研究を遂行するに当たって、受講している他の講義の担当教員にお願いし、コロナ禍の影響でほとんど大学に来られない学生たちにオンラインでアンケートを実施させてもらっていた。このように、コロナ禍においても可能な限り方法を模索し、工夫を凝らしていた点は評価したい。また、夏休み期間には、泡盛工場や販売所を直接訪問するなどして実際に現場で泡盛の生産量や販売量などの現状を調べたり、対面が叶わない場合はメールで問い合わせるなどして泡盛業者の方の声を拾っていた。それにより、泡盛の生産者側と消費者側双方の意見を聞き取ることができた。そのため、今後は泡盛の需要と供給についてより深い考察ができればと期待している。

今回安里さんが実施した泡盛マイスター協会へのインタビュー調査は、紙幅の関係で掲載を断念したようだが、泡盛業者側も若者の意見を伺いたいという意向を示していたので、今後はぜひ安里さんが若者と泡盛を繋ぐ架け橋になり、双方のニーズを満たす方法を模索していって欲しいと思う。そして、本研究が泡盛の課題解決の一助になれればと期待している。今後も泡盛研究を継続し、可能な限り県内各地（離島含む）の泡盛酒造を訪問し、それぞれの特徴や創意工夫について調べ、安里さんが若者向けに泡盛の良さを PR する日を心待ちにしている。