

仕次実態調査結果報告

令和2年1月

沖縄国税事務所

1 調査目的

「仕次ぎ」は、泡盛古酒の伝統的かつ特徴的品質管理方法です。

貯蔵年数の長い古酒の一部を使用した際、貯蔵年数の短い古酒等を補填して、仕次古酒の品質を維持又は向上させます。この方法は、我が国においては唯一沖縄の泡盛のみで実施されています。

しかしながら、この方法は、現在の泡盛製造者ではほとんど実施されておらず、専ら泡盛愛飲家、飲食店及び小売店等の消費者サイドを中心に実施されているため、その実態が十分に把握できていない現状があります。

そこで、沖縄国税事務所では、県内の一般の方を対象として、仕次の認知度や仕次を行うにあたって必要な嚮の保有状況等の仕次ぎを取り巻く環境等について実態の調査を行いました。

2 調査方法

各種機会を活用して参加任意のアンケート調査を実施しました。

(1) 調査対象者

イ 平成 30 年沖縄県産業まつり来場者

会場内泡盛メーカー出展ブース近傍にて、来場者を対象としました。

ロ 沖縄国税事務所及び管内税務署職員

職場内ポータルサイトアンケート機能を用いて、沖縄国税事務所職員及び管内税務署職員を対象としました。

ハ 沖縄国税事務所又は管内税務署主催軽減税率制度説明会参加者

沖縄県内において開催された各種業界団体等への軽減税率制度に関する説明会に出席した方を対象としました。

ニ 酒類販売管理者研修受講者

酒類販売業者に設置されている酒類販売管理者の受講義務が課せられている研修会に参加した方を対象としました。

(2) 調査期間

平成 30 年 10 月から令和元年 11 月

(3) 調査項目

以下の項目について調査を行いました。調査用紙様式は別紙のとおりです。

- イ 性別
- ロ 年代
- ハ 居住地域
- ニ 泡盛への好悪感情
- ホ 甕の所有状況
- ヘ 甕の購入又は贈答状況
- ト 「仕次ぎ」認知度
- チ 「仕次ぎ」接触頻度
- リ 「仕次ぎ」を行わない理由

3 調査対象者の属性について

(1) 調査対象集団別分布

イ 対象集団男女別

	販売管理者 研修	軽減税率 説明会	国税事務所 職員	沖縄県 産業まつり	計	構成比
男性	674	398	183	748	2,003	65.0%
女性	353	166	38	512	1,069	34.7%
記載なし	3	3	0	5	11	0.4%
計	1,030	567	221	1,265	3,083	100%

ロ 対象集団年代別

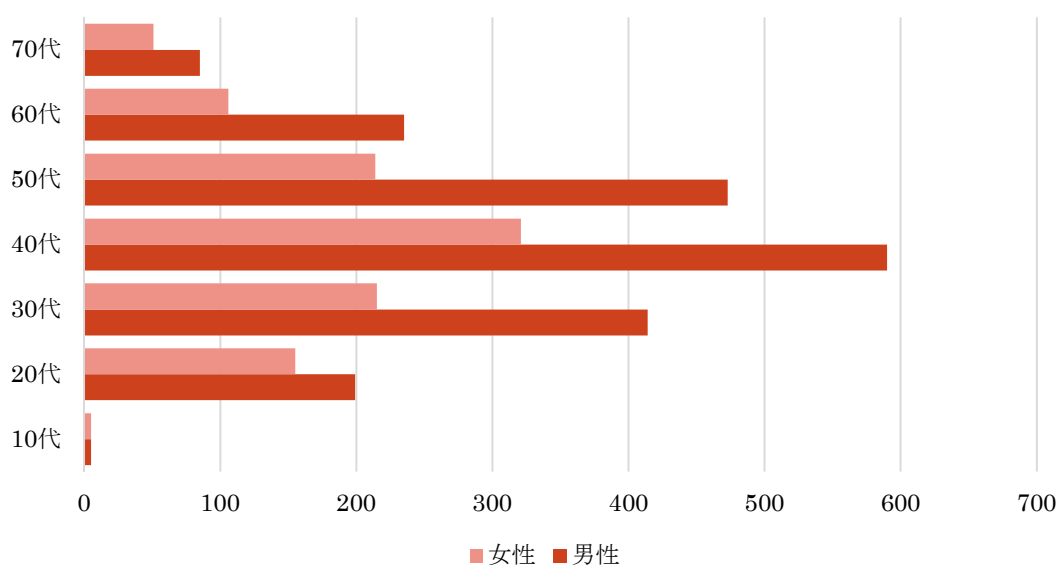
	販売管理者 研修	軽減税率 説明会	国税事務所 職員	沖縄県 産業まつり	計	構成比
10代	2	0	0	10	12	0.4%
20代	94	44	25	192	355	11.5%
30代	213	96	55	266	630	20.4%
40代	312	175	67	359	913	29.6%
50代	212	142	73	261	688	22.3%
60代	126	80	1	135	342	11.1%
70代	68	29	0	41	138	4.5%
記載なし	3	1	0	1	5	0.2%
計	1,030	567	221	1,265	3,083	100%

ハ 対象集団居住地別

	販売管理者 研修	軽減税率 説明会	国税事務所 職員	沖縄県 産業まつり	計	構成比
本島南部	393	278	140	835	1,646	53.4%
本島中部	320	182	60	271	833	27.0%
本島北部	132	70	6	25	233	7.6%
離島	177	33	14	8	232	7.5%
沖縄県外	5	1	1	126	133	4.3%
記載なし	3	3	0	0	6	0.2%
計	1,030	567	221	1,265	3,083	100%

(2) 性別年代分布

	男性	女性	記載なし	計	構成比
10代	5	5	2	12	0.4%
20代	199	155	1	355	11.5%
30代	414	215	1	630	20.4%
40代	590	321	2	913	29.6%
50代	473	214	1	688	22.3%
60代	235	106	1	342	11.1%
70代	85	51	2	138	4.5%
記載なし	2	2	1	5	0.2%
計	2,003	1,069	11	3,083	100%



4 調査項目の集計結果について

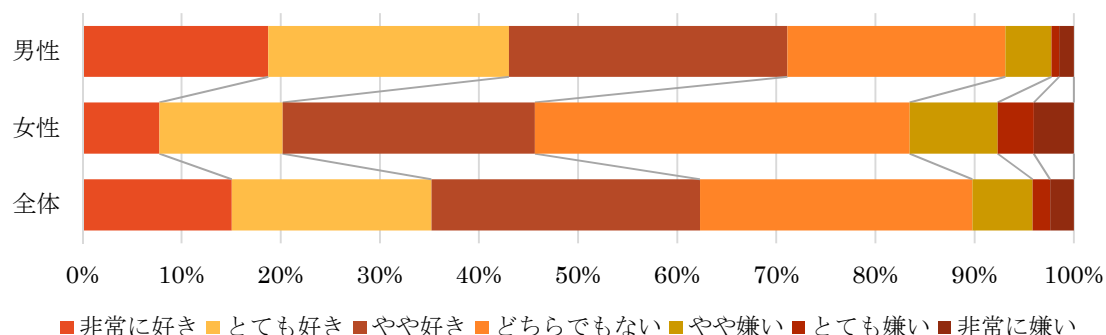
各種調査項目の集計結果を示します。各属性ごとの集計表内の全体欄には属性を未記載であった回答も含まれているため、各区分の計と一致しない場合があります。

(1) 泡盛に対する好感度について

イ 男女別

	非常に好き		とても好き		やや好き		どちらでもない	
		構成比		構成比		構成比		構成比
男性	373	18.7%	483	24.3%	559	28.1%	438	22.0%
女性	81	7.8%	130	12.4%	266	25.5%	395	37.8%
全体	458	15.1%	613	20.1%	825	27.1%	836	27.5%

	やや嫌い		とても嫌い		非常に嫌い		計
		構成比		構成比		構成比	
男性	92	4.6%	16	0.8%	29	1.5%	1,990
女性	93	8.9%	38	3.6%	42	4.0%	1,045
全体	185	6.1%	54	1.8%	72	2.4%	3,043

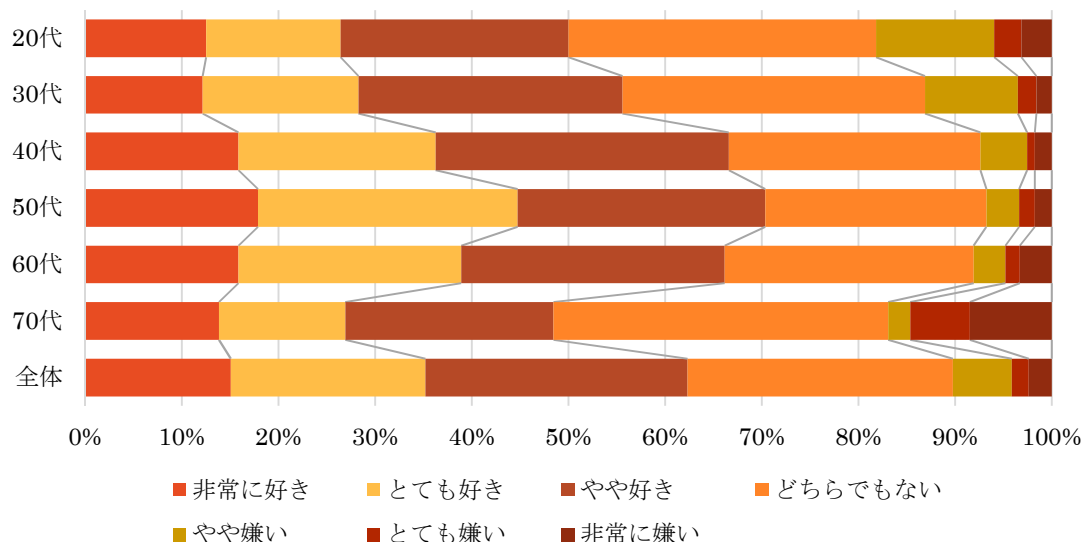


ロ 年代別

回答数が少ない10代を除いています。

	非常に好き		とても好き		やや好き		どちらでもない	
		構成比		構成比		構成比		構成比
20代	44	12.5%	49	13.9%	83	23.6%	112	31.8%
30代	76	12.1%	101	16.1%	171	27.3%	196	31.3%
40代	144	15.9%	185	20.4%	275	30.3%	236	26.0%
50代	122	17.9%	183	26.8%	175	25.7%	156	22.9%
60代	53	15.9%	77	23.1%	91	27.2%	86	25.7%
70代	18	13.8%	17	13.1%	28	21.5%	45	34.6%
全体	458	15.1%	613	20.1%	825	27.1%	836	27.5%

	やや嫌い		とても嫌い		非常に嫌い		計
		構成比		構成比		構成比	
20代	43	12.2%	10	2.8%	11	3.1%	352
30代	60	9.6%	12	1.9%	10	1.6%	626
40代	44	4.9%	7	0.8%	16	1.8%	907
50代	23	3.4%	11	1.6%	12	1.8%	682
60代	11	3.3%	5	1.5%	11	3.3%	334
70代	3	2.3%	8	6.2%	11	8.5%	130
全体	185	6.1%	54	1.8%	72	2.4%	3,043



泡盛が「非常に好き」から「やや好き」と回答した者は全体で 62.3%でしたが、男性 71.1%、女性 45.6%と男性の方が泡盛の好感度が高いことが

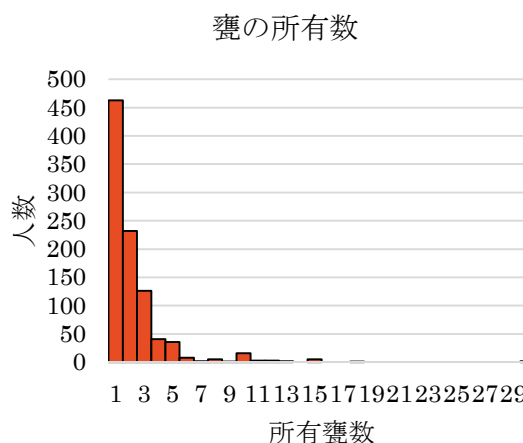
わかりました。

泡盛が「非常に好き」から「やや好き」と回答した者は、年代別では50代が70.4%で最大であり、年齢がより上でも下でも低下しています。20代は50.0%、70代は48.5%でした。

(2) 甕について

イ 自体での所有状況

	甕所有	甕無し	所有割合
20代	60	290	17.1%
30代	126	491	20.4%
40代	266	620	30.0%
50代	284	396	41.8%
60代	159	178	47.2%
70代	45	88	33.8%
全体	946	2,074	31.3%



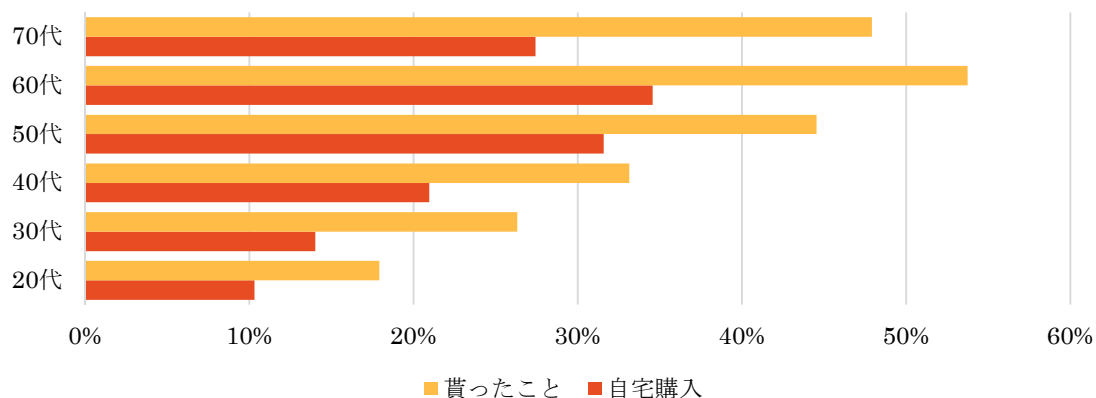
全体の31.3%が自宅に甕を所有していました。

年代別では60代が最大の47.2%が自宅に甕を保有していました。

保有している甕の個数は、1個所有の者が所有者全体の48.9%と最多でしたが、2から5個の甕を所有している者が46.0%、6個以上の甕を所有している者が5.1%でした。

ロ 甕の取得機会

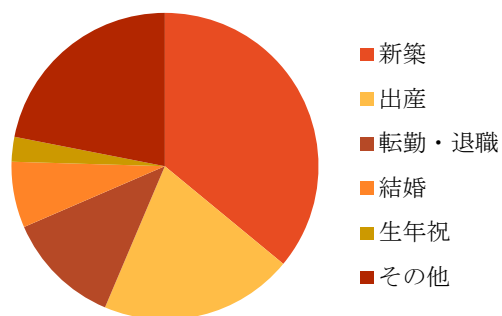
	自宅用に購入			贈答された		
	有	無	購入割合	有	無	贈答割合
20代	33	287	10.3%	60	275	17.9%
30代	79	485	14.0%	156	437	26.3%
40代	168	634	20.9%	275	555	33.1%
50代	186	403	31.6%	265	330	44.5%
60代	104	197	34.6%	151	130	53.7%
70代	31	82	27.4%	46	50	47.9%
全体	605	2,097	22.4%	956	1,788	34.8%



全体の 22.4%の者が自宅用に甕を購入したことがあり、34.8%の者が甕を贈答品として貰い受けたことがありました。

ハ 甕の贈答機会

	回答数	構成比
新築	430	36.0%
出産	244	20.4%
転勤・退職	145	12.1%
結婚	83	6.9%
生年祝	31	2.6%
その他	262	21.9%
計	1,195	100%

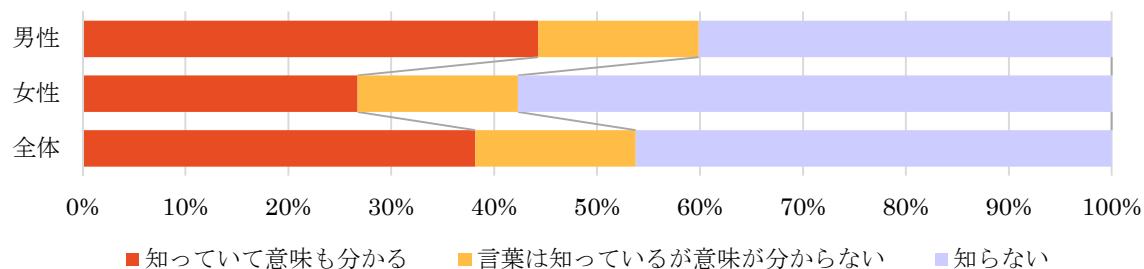


甕を贈答品として貰った機会は、多かった順として新築祝い、出産祝い、転勤・退職でした。

(3) 仕次ぎの認知度

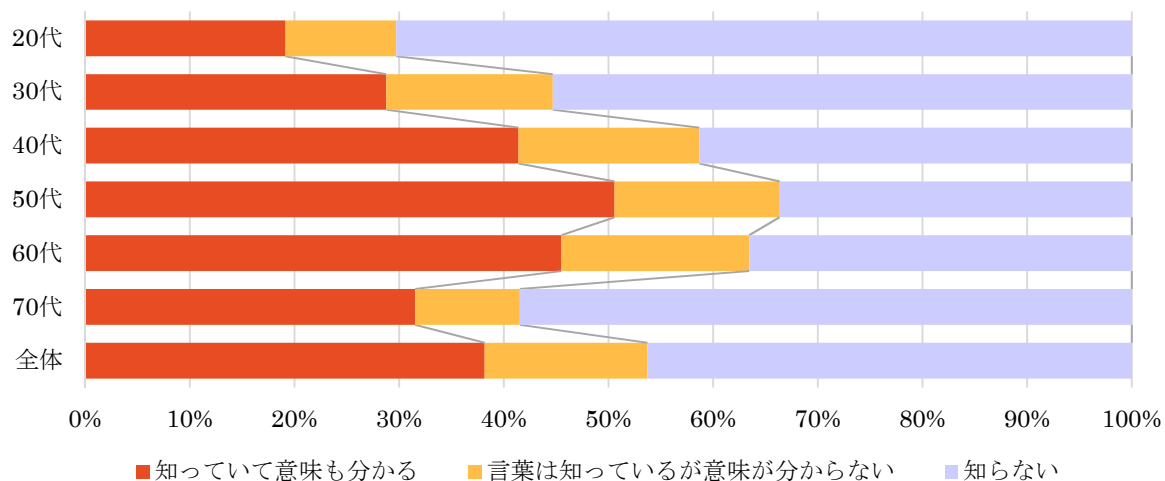
イ 男女別

	知っていて 意味も分かる		言葉は知っているが 意味が分からない		知らない		計
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	
男性	873	44.3%	308	15.6%	791	40.1%	1,972
女性	281	26.7%	164	15.6%	607	57.7%	1,052
全体	1,158	38.2%	472	15.6%	1,403	46.3%	3,033



ロ 年代別

	知っていて 意味も分かる		言葉は知っているが 意味が分からない		知らない		計
		構成比		構成比		構成比	
20 代	67	19.1%	37	10.6%	246	70.3%	350
30 代	179	28.8%	99	15.9%	344	55.3%	622
40 代	374	41.4%	156	17.3%	373	41.3%	903
50 代	343	50.6%	107	15.8%	228	33.6%	678
60 代	152	45.5%	60	18.0%	122	36.5%	334
70 代	41	31.5%	13	10.0%	76	58.5%	130
全体	1,158	38.2%	472	15.6%	1,403	46.3%	3,033



全体の 38.2%の者から「仕次を知っており意味が分かる」との回答がありました。

性別では、「仕次を知っており意味が分かる」と回答した男性は 44.3%であり、女性の 26.7%よりかなり高い割合でした。

年代別では 50 代の認知度が最も高く 50.6%の者が「知っており意味が分かる」との回答がありました。50 代以外の認知度は下がりますが、特に 20 代については、「知っており意味が分かる」と回答した者は 19.1%に留

まりました。

(4) 仕次の経験・実践程度について

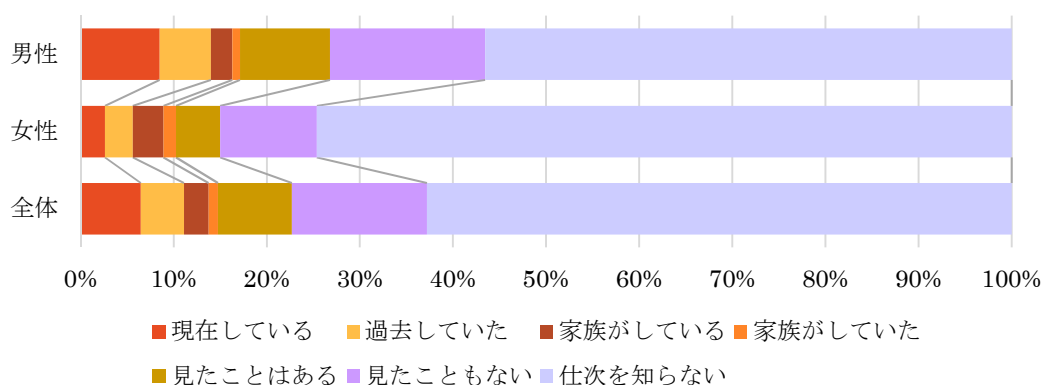
「仕次を知っており意味が分かる」と回答した者に対しては、さらに仕次の実践や見聞についてお尋ねしました。

「仕次を知らない」と「仕次を聞いたことがあるが意味が分からない」と回答した者を含めた全体の集計結果は以下のとおりです。

イ 男女別

	現在している		過去していた		家族がしている		家族がしていた	
		構成比		構成比		構成比		構成比
男性	165	8.5%	107	5.5%	45	2.3%	16	0.8%
女性	27	2.6%	31	3.0%	34	3.3%	14	1.4%
全体	193	6.5%	139	4.7%	79	2.6%	30	1.0%

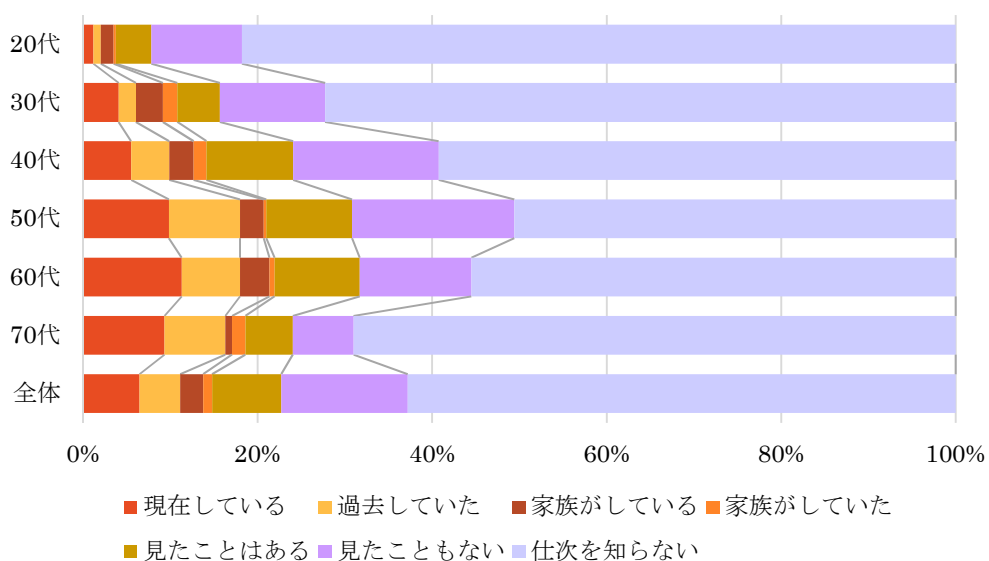
	見たことはある		見たこともない		仕次知らない・意味分からない		計
		構成比		構成比		構成比	
男性	188	9.7%	324	16.7%	1099	56.5%	1,944
女性	49	4.7%	107	10.4%	771	74.6%	1,033
全体	237	7.9%	433	14.5%	1,875	62.8%	2,986



ロ 年代別

	現在している		過去していた		家族がしている		家族がしていた	
		構成比		構成比		構成比		構成比
20代	4	1.2%	3	0.9%	5	1.4%	1	0.3%
30代	25	4.1%	12	2.0%	19	3.1%	10	1.6%
40代	49	5.7%	12	1.4%	25	2.9%	13	1.5%
50代	65	9.8%	54	8.2%	18	2.7%	2	0.3%
60代	37	11.3%	22	6.7%	11	3.4%	2	0.6%
70代	12	9.3%	9	7.0%	1	0.8%	2	1.6%
全体	193	6.5%	139	4.7%	79	2.6%	30	1.0%

	見たことはある		見たこともない		仕次知らない・意味分からない		計
		構成比		構成比		構成比	
20代	14	4.0%	36	10.4%	283	81.8%	346
30代	30	4.9%	74	12.1%	443	72.3%	613
40代	89	10.3%	149	17.2%	529	61.1%	866
50代	65	9.8%	123	18.6%	335	50.6%	662
60代	32	9.8%	42	12.8%	182	55.5%	328
70代	7	5.4%	9	7.0%	89	69.0%	129
全体	237	7.9%	433	14.5%	1,875	62.8%	2,986



有効回答者のうち、6.5%の者は現在自身が仕次を行っており、3.8%の者は過去に行っていました。

また、2.7%の者は家族が仕次を行っており、1.0%の者は家族が過去に行っていたのを見た経験がありました。

さらに、8.1%の者がそれ以外の機会に見たことがあるとの回答がありました。

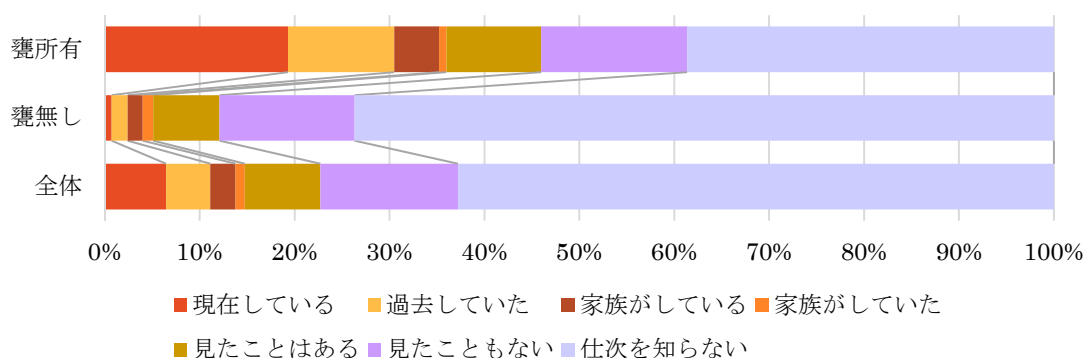
仕次ぎを理解しているものの見聞きしたことがない者は14.7%でした。

また、年代別では年齢が高いほど仕次ぎ経験があり、60代の者の11.3%、70代の者の9.3%が現在、仕次ぎを行っていました。

ハ 甕の自宅所有別

	現在している		過去していた		家族がしている		家族がしていた	
		構成比		構成比		構成比		構成比
甕所有	176	19.3%	102	11.2%	43	4.7%	7	0.8%
甕無し	15	0.7%	34	1.7%	32	1.6%	22	1.1%
全体	193	6.5%	139	4.7%	79	2.6%	30	1.0%

	見たことはある		見たこともない		仕次知らない・意味分からない		計
		構成比		構成比		構成比	
甕所有	91	10.0%	140	15.4%	352	38.6%	911
甕無し	141	7.0%	287	14.2%	1486	73.7%	2,017
全体	237	7.9%	433	14.5%	1,875	62.8%	2,986



自宅に甕を所有している者のうち、19.3%の者は現在自身が仕次を行っており、11.2%の者は過去に行っていました。

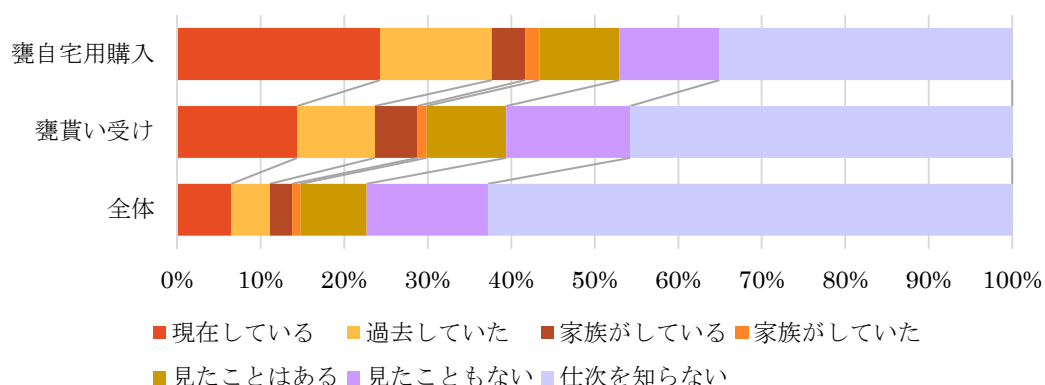
これは、自宅に甕が無い者についてはそれぞれ 0.7%と 1.7%であることから甕の所有は仕次に欠かせない条件であることがわかります。

また、仕次の認知度についても自宅に甕が無い者は「仕次を知らない」又は「聞いたことはあるが意味が分からない」と回答している者が 73.7%いたのに対して自宅に甕を所有している者は 38.6%と 2 倍近くの大きな差が認められました。

ハ 甕の自宅用購入・貰い受け別

	現在している		過去していた		家族がしている		家族がしていた	
		構成比		構成比		構成比		構成比
甕自宅用購入	140	24.3%	77	13.4%	23	4.0%	10	1.7%
甕貰い受け	133	14.4%	86	9.3%	47	5.1%	10	1.1%
全体	193	6.5%	139	4.7%	79	2.6%	30	1.0%

	見たことはある		見たこともない		仕次知らない・意味分からない		計
		構成比		構成比		構成比	
甕自宅用購入	55	9.5%	69	12.0%	202	35.1%	576
甕貰い受け	88	9.5%	137	14.8%	423	45.8%	924
全体	237	7.9%	433	14.5%	1,875	62.8%	2,986



自宅用に甕を購入したことがある者のうち、24.3%の者は現在自身が仕次を行っており、13.4%の者は過去に行っていました。

贈答品として貰い受けたことがある者については、それぞれ14.4%、9.3%であったことから、自ら意思を持って甕を所有した者の方が仕次の実践割合が高いことがわかります。

一方で、「仕次を知らない」又は「意味が分からない」と回答した仕次を認知していない者の割合は、自宅用に購入した者は35.1%、贈答品として貰い受けたことがある者は45.8%であり、甕を所有していない者の割合73.7%と比較するといずれも相当低い結果であり、贈答品として貰い受けた場合であっても、甕の所有が仕次に対する認識に大きく寄与していることが推測されます。

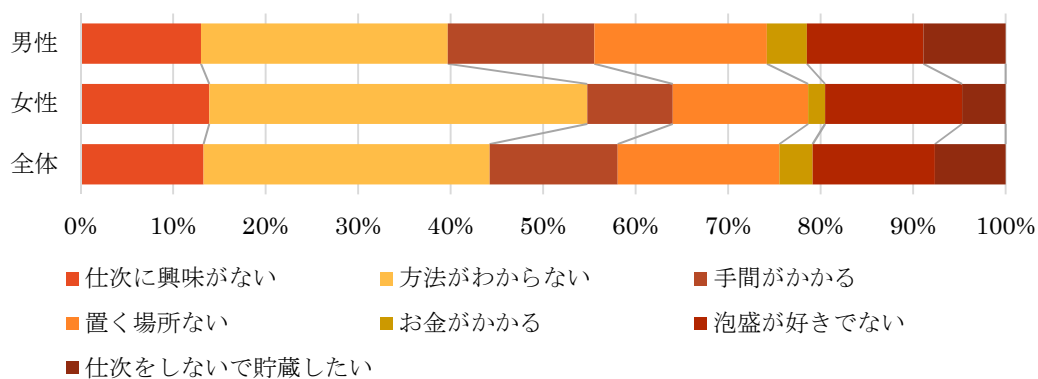
(5) 仕次を行わない理由について

現在、仕次を行っていない者に対して、仕次を行わない理由についてお尋ねしました。

イ 男女別

	仕次に興味がない		方法がわからない		手間がかかる		置く場所ない	
		構成比		構成比		構成比		構成比
男性	171	13.0%	350	26.7%	208	15.8%	245	18.7%
女性	77	13.9%	226	40.9%	51	9.2%	81	14.6%
全体	249	13.3%	579	30.9%	259	13.8%	327	17.5%

	お金がかかる		泡盛が好きでない		仕次をしないで 貯蔵したい		計
		構成比		構成比		構成比	
男性	57	4.3%	165	12.6%	117	8.9%	1,313
女性	10	1.8%	82	14.8%	26	4.7%	553
全体	67	3.6%	248	13.2%	143	7.6%	1,872

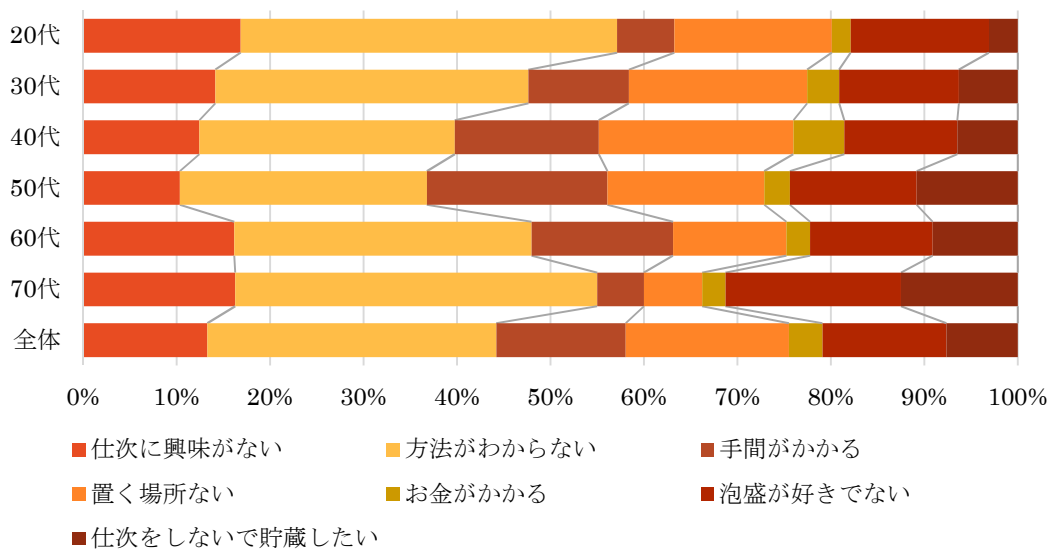


仕次ぎをしない理由としては、「仕次ぎの方法がわからない」と回答した者が 30.9%と最大でした。以下「置く場所がない」17.5%、「手間がかかる」13.9%の順でした。男女別に見ると、女性の「仕次の方法がわからない」回答が 40.9%と高い結果でした。

ロ 年代別

	仕次に興味がない		方法がわからない		手間がかかる		置く場所がない	
		構成比		構成比		構成比		構成比
20 代	33	16.8%	79	40.3%	12	6.1%	33	16.8%
30 代	54	14.1%	128	33.5%	41	10.7%	73	19.1%
40 代	71	12.4%	156	27.3%	88	15.4%	119	20.8%
50 代	45	10.3%	115	26.4%	84	19.3%	73	16.8%
60 代	32	16.2%	63	31.8%	30	15.2%	24	12.1%
70 代	13	16.3%	31	38.8%	4	5.0%	5	6.3%
全体	249	13.3%	579	30.9%	259	13.8%	327	17.5%

	お金がかかる		泡盛が好きでない		仕次をしないで貯蔵したい		計
		構成比		構成比		構成比	
20 代	4	2.0%	29	14.8%	6	3.1%	196
30 代	13	3.4%	49	12.8%	24	6.3%	382
40 代	31	5.4%	69	12.1%	37	6.5%	571
50 代	12	2.8%	59	13.6%	47	10.8%	435
60 代	5	2.5%	26	13.1%	18	9.1%	198
70 代	2	2.5%	15	18.8%	10	12.5%	80
全体	67	3.6%	248	13.2%	143	7.6%	1,872



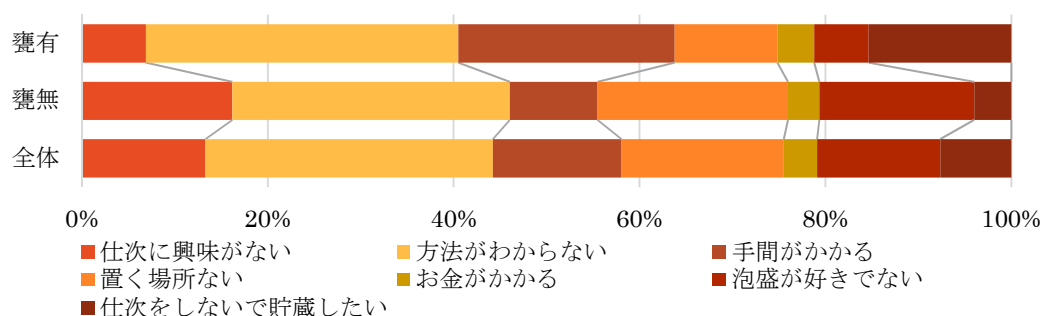
年代別では、若い年代では「仕次に興味がない」「方法がわからない」回答が多かったですが、年代とともに「手間がかかる」との回答が増加し50代で19.3%を占めました。60代から70代にかけては「手間がかかる」と「置く場所がない」は50代より低い結果でした。

また、「仕次をしないで貯蔵したい」回答は年配の方で高い傾向がありました。

ハ 甕の自宅所有別

	仕次に興味がない		方法がわからない		手間がかかる		置く場所がない	
		構成比		構成比		構成比		構成比
甕所有	40	6.9%	195	33.6%	135	23.3%	64	11.0%
甕無し	202	16.2%	373	29.9%	118	9.4%	256	20.5%
全体	249	13.3%	579	30.9%	259	13.8%	327	17.5%

	お金がかかる		泡盛が好きでない		仕次をしないで貯蔵したい		計
		構成比		構成比		構成比	
甕所有	23	4.0%	34	5.9%	89	15.3%	580
甕無し	42	3.4%	208	16.7%	50	4.0%	1,249
全体	67	3.6%	248	13.2%	143	7.6%	1,872



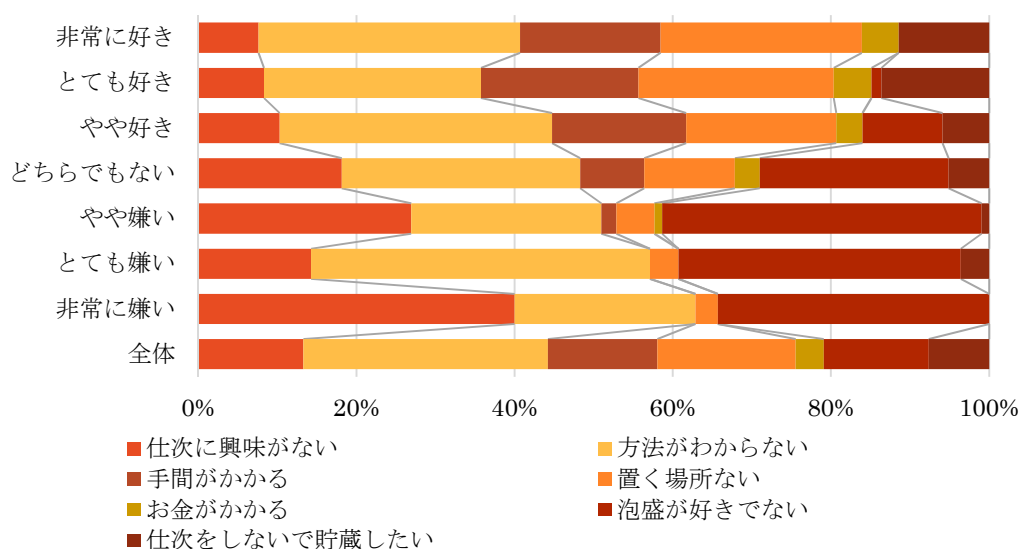
甕の自宅所有の有無の別に見ると、甕の所有の有無にかかわらず「方法がわからない」が甕所有 33.6%、甕無し 29.9%と共に一番多かった理由でした。

次点以降の理由については、甕を所有している者は、「手間がかかる」23.3%、「仕次しないで貯蔵したい」15.3%が高い結果でしたが、甕を所有していない者は「置く場所がない」20.5%が「泡盛が好きでない」16.7%が高い結果となり甕の所有の有無で理由の違いが見られました。

二 泡盛の好感度別

	仕次に興味がない		方法がわからない		手間がかかる		置く場所がない	
		構成比		構成比		構成比		構成比
非常に好き	18	7.6%	78	33.1%	42	17.8%	60	25.4%
とても好き	33	8.3%	109	27.5%	79	19.9%	98	24.7%
やや好き	56	10.3%	187	34.4%	92	16.9%	103	19.0%
どちらでもない	92	18.1%	153	30.2%	41	8.1%	58	11.4%
やや嫌い	28	26.9%	25	24.0%	2	1.9%	5	4.8%
とても嫌い	4	14.3%	12	42.9%	0	0.0%	1	3.6%
非常に嫌い	14	40.0%	8	22.9%	0	0.0%	1	2.9%
全体	249	13.3%	579	30.9%	259	13.8%	327	17.5%

	お金がかかる		泡盛が好きで ない		仕次をしないで 貯蔵したい		計
		構成比		構成比		構成比	
非常に好き	11	4.7%	0	0.0%	27	11.4%	236
とても好き	19	4.8%	5	1.3%	54	13.6%	397
やや好き	18	3.3%	55	10.1%	32	5.9%	543
どちらでもない	16	3.2%	121	23.9%	26	5.1%	507
やや嫌い	1	1.0%	42	40.4%	1	1.0%	104
とても嫌い	0	0.0%	10	35.7%	1	3.6%	28
非常に嫌い	0	0.0%	12	34.3%	0	0.0%	35
全体	67	3.6%	248	13.2%	143	7.6%	1,872



泡盛の好感度別に見ると、泡盛が「やや嫌い」から「非常に嫌い」と回答した者では、仕次ぎをしない理由として「泡盛が好きでない」の回答が30%以上を占めていたほか、「仕次に興味がない」「方法がわからない」回答が高い傾向にありました。

一方、泡盛が「やや好き」から「非常に好き」と回答した者では、「方法がわからない」が30%前後で一番多く、以下「置く場所がない」「手間がかかる」の理由が多い結果となりました。

(6) まとめと提言

調査結果からは、甕の贈答文化が根付いていることから自宅に甕を所有している者が一定数存在し、甕の普及が仕次の認知に貢献していることが推測されました。

一方で、自宅に甕を所有し、仕次ができる環境が整っているにも関わらず、

「方法がわからない」ことから仕次していない者も少なからず存在することから、仕次方法の実演機会を設ける等の仕次の実践方法の普及を図ることによって、さらに仕次実践者を増やすことが可能であると考えられます。

また、仕次の認知度の高さは年配の方に支えられており、今後、仕次文化を継承していくためには、幅広い普及啓発活動が必要であると考えられます。

なお、調査対象者に酒類関係の者がある程度含まれていることから、今回の調査結果は沖縄県民全般の認知度や実践割合と比べてやや高い結果である可能性があります。

調査対象母集団ごとの主要な項目の割合は以下のとおりです。

	泡盛を好き	甕を持っている	仕次を知っている	仕次を行っている
販売管理者研修	44.6%	23.6%	27.4%	3.2%
軽減税率説明会	55.2%	30.2%	29.4%	2.7%
沖縄県産業まつり	78.5%	37.5%	45.7%	10.3%
全体	62.3%	31.3%	38.2%	6.5%

酒類のイベントや業界関係者と直接の関係がない母集団と考えられる軽減税率制度説明会参加者の調査結果では、「仕次を現在行っている」者は2.7%と、全体又は他の母集団の集計結果より低い結果でしたが、甕の所有割合は30.2%と全体の31.3%と大差ない結果でした。

このことから、沖縄の一般消費者においては、甕の所有率は3割程度あるものの、仕次の実践割合は3%程度であると推測されました。

また、現在仕次を行っている者は、全体が6.5%に対して沖縄県産業まつり参加者が10.3%と顕著に高い結果でした。

(別紙)

泡盛に関するアンケート

皆様のご意見を今後の施策の参考にさせていただきたいと思いますので、お手数ですが次のアンケートにご協力ください。以下の質問について、該当する箇所に○印を付けてください。

1. 性別を教えてください。 男性 女性
2. 年代を教えてください。 10代 20代 30代 40代 50代 60代 70代以上
3. お住まいの場所を教えてください。
本島南部 本島中部 本島北部 離島（ 島） 沖縄県外
4. 泡盛をお好きですか。
非常に好き とても好き やや好き どちらでもない やや嫌い とても嫌い 非常に嫌い
5. 甕（かめ）に入った「泡盛」が自宅などにありますか、あれば個数もお答えください。
自宅にある（ 個） 自宅にない 実家にある（ 個） 自宅にも実家にもない
6. 甕（かめ）に入った「泡盛」を自宅用に購入したこと又は貰ったことがありますか（複数回答可）。
また、それはこういった機会ですか（複数回答可）。
自宅用に購入したことが（ある ・ ない） 貰ったことが（ある ・ ない）
＜貰った機会＞
新築祝い 出産祝い 転勤・退職祝い その他（ ）
7. 泡盛の貯蔵方法である「仕次ぎ」という言葉・意味を知っていますか。
知っており意味もわかる 言葉は知っているが意味はわからない 知らない
8. 上記7で「知っており意味もわかる」と答えた方にお尋ねします。
「仕次ぎ」をしたこと・見たことはありますか。
現在仕次ぎをしている 過去に仕次ぎをしていた（現在はしていない）
現在家族（実家を含む）が仕次ぎをしている（自分自身では仕次ぎをしていない）
過去に家族（実家を含む）が仕次ぎをしていた（自分自身では仕次ぎをしていない）
仕次ぎをしたことはないが、実際に見たことはある
仕次ぎをしたことはなく、実際に見たこともない（テレビ・本等でしか見たことがない）
9. 現在仕次ぎをしていない方にお尋ねします。何故仕次ぎをしないのですか（複数回答可）。
仕次ぎに興味がない 方法がわからない 手間がかかる 甕を置く場所がない
お金がかかる そこまで泡盛が好きでない 仕次ぎをしないで貯蔵したい