

酒文化研究所

NEWS LETTER

第6号 2013年6月25日

【日本酒の需要拡大】

なぜ、ワイングラスで日本酒？

3つのボーダーを越えるために

古くから日本の酒文化の中核であった日本酒は、1975年をピークに今日まで減少し続けています。理由は、食生活の洋風化が進んだから、飲用時のアルコール度数が15度前後と高いから、専門用語が多くわかりにくいからなど、さまざまなことが挙げられてきました。若年層の日本酒離れも早くから指摘されてきました。有効な打開策を打てず気がつけばすでにコアユーザーは60代以上です。また、飲用シーンは自宅でも外でも「和食」の時に限られるようになってきました。

2010年にスタートしたコンテスト「ワイングラスでおいしい日本酒アワード」は、日本酒をワイングラスで飲むスタイルを提案する試みです。弊社も実行委員に名を連ねており、これは日本酒の器としてワイングラスを使用することで、洋風の食卓に登場しやすくし、自宅に和酒器を持たない若年層との親和性を高め、海外での普及を促すことを狙っています。日本酒の需要拡大の壁となっていた3つのボーダー、すなわち「年齢の壁」「料理ジャンルの壁」「国境の壁」を越えさせてくれるのがワイングラスと考えています。

今回はワイングラスで日本酒を飲むスタイルの提案が、低迷が続く日本酒の消費にどのような刺激を与えているのかをご報告します。

【お問い合わせ】

本資料に関するお問い合わせは下記まで。

〒101-0032 東京都千代田区岩本町 3-3-14CM ビル

株式会社酒文化研究所（代表 狩野卓也）<http://www.sakebunka.co.jp/>

TEL03-3865-3010 FAX03-3865-3015

担当：山田聡昭（やまだ としあき）

Eメール：yamada@sakebunka.co.jp

〔1〕 ワイングラスで日本酒の味は変わるのか

「ワイングラスで飲んでおいしい日本酒を選ぶコンテストをやります」と発表した時に、多くいただいた質問は「猪口でおいしいお酒は、ワイングラスで飲んでもおいしいのではありませんか?」というものでした。基本的にはその通りなのですが、試してみるとワイングラスは、和酒器ではわからない日本酒の魅力を引き出すことがわかってきました。

両者の違いは材質とフォルムです。一般にガラス製のワイングラスは透明で光を通し、中の酒を真横から見ることができます。和酒器は陶磁器が主流で光を通さず、酒の色を見る時には上から覗き込むようになります。また、ワイングラスはフォルムがボウル型なのに対して、和酒器は口の部分が広がった開放型もしくは寸胴なストレート型です。さらにワイングラスでは酒をグラスの半分以下までしか注がないため、ボウル型のグラスのなかに酒の香気成分の溜まりができます。



グラスに澱が残るのはマイナス



ワイングラスは酒の色、サエ、テリがよくわかる

そのためワイングラスで日本酒を飲むと、視覚的には日本酒の「**テリ、サエ**」と言われる**透明感がよくわかります**。また、発泡性のものには澱をもった濁り酒も多く見られますが、飲み終えた後グラス面に澱が付着するのはあまり美しくありません。

ワイングラスは香りが強調され、特長がわかりやすい



前述の理由から、ワイングラスは**酒の香りが濃くなって特長がわかりやすく、反対に不快な香りも強調されごまかせなくなります**。そのため多くの審査員から「ワイングラスの方が、きき猪口（日

＜ワイングラスと和酒器のテイスティング上の違い＞

	ワイングラス	和酒器
視覚要素	ガラス製で無色透明で光を通す	陶磁器や木器など光を通さない
嗅覚要素	ボウル型の形状で酒の香気が溜まる	開放型の形状で酒の香気が拡散する
味覚要素	口の細いものは飲用時に顎が上がるため、口中での酒の流れる速度が速く、味わいが一気に広がる	飲用時に顎が上がらないため、酒の味わいが口中にゆっくりと広がる
代表的なスタイル		

本酒のきき酒用の寸胴の酒器)よりも香りの特長がわかって審査しやすい」という声がありました。

さらにワイングラスにはワインの香味タイプによって、形状の異なるグラスを使い分ける文化があります。渋みの強いフルボディの赤ワインを飲むなら、



寸胴の酒器は試飲時に顎が上がらず、酒がゆっくり広がる



やや細いワイングラスでも試飲するときに顎が上がる

ワインは室温で、グラスは鼻がすっぽりとグラスに入るくらい大ぶりのボウルの方がよいとされます。一方でさっぱりした白ワインにはボウル部分が細長く、舌の先から奥までワインがストレートに速く流れるグラスを用います。

審査は『リーデル O サケテイスター大吟醸』という、リーデル社が日本酒の大吟醸酒向けに開発したグラスでおこないました。このグラスはさっぱり辛口の白ワイン用に近い形状で、きき猪口で試飲する時よりも、口に含んだ後、速く口中に流れ込みます。審査員は1日に150点近い日本酒を審査しましたが、同じサンプルでもきき猪口とは香味のニュアンスが変わると指摘、ワイングラスでのテイastingは「切れるような薄いガラスの口当たりから、日本酒の味が口中に一気に広がる」そのため繊細な味わいよりも豊かさや濃さが強調される傾向がある」という意見が出されました。

渋味のしっかりした赤ワインには	酸味のしっかりした赤ワインには	さっぱり辛口の白ワインには	こってり、まるやかな白ワインには	スパークリングには
				
すぼまりのゆるやかな、大ぶりな形状がおすすめ。	口のすぼまった、大ぶりな形状がおすすめ。	中程度の大きさと口のすぼまった形状がおすすめ。	口の広い大振りな形状がおすすめ。	ボウルに少し膨らみのある形状がおすすめ。

出所：RNS ジャパン（リーデルジャパン）

〔2〕 広がる日本酒の登場シーン

ワイングラスで日本酒を飲むスタイルは、日本酒が登場する食卓の幅を格段に広げます。現在の日本で夕食が純和食になることは非常に少なくなっています。唐揚げやとんかつなどの揚げ物、シチューやカレーなどの煮込み料理、パスタやグラタンが並ぶことも珍しくありません。マイルドで主張せず、ほんらい料理との相性の幅が広い日本酒は、こうした

料理との相性はいいのですが、徳利とぐい飲みでは食卓で映えません。ところがワイングラスを用いると日本酒が違和感なくおさまります。

また、ワイングラスを使うと日本酒にフルーツをたっぷり入れた「パンチ」を楽しみやすくなります。日本酒の飲み方のバリエーションは、ほぼ「冷酒」「ひや(常温)」「燗」と温度を変えて飲むだけでした。これは酒を視覚的に見せにくい和酒器の特性や、ミックスドリンクにすることを嫌う慣習も影響していると思われる。けれどもカジュアルでポップな飲み方は、エンターリーの獲得に必要です。特に日本酒の文化や伝統に馴染のない若年層や海外では、こうした飲み方の有無がトライアル数を大きく左右します。

〔3〕さらば「注ぎこぼし」

日本酒の需要拡大を阻害している要因のひとつに、料飲店での「注ぎこぼし」サービスがあります。升や受け皿にコップを乗せて1合(180ml)ほどの日本酒をグラスに満たし、注ぎこぼして升まで酒をいっぱいにするアレです。普段から日本酒を飲むヘビーユーザーには喜ばれるのですが、いろいろな種類の酒を飲み比べたい人や、1合では多すぎるという人にはフィットしません。また、衛生面を気にする方や、コップの底から落ちる滴で服を汚さないかと心配する方もいて、ビギナーにトライさせるには難点が多いサービスです。

料飲店もそうした事情をわかっているのですが、この提供方法が既存のお客様には好評



ワイングラスならバーニャカウダに日本酒でも違和感はない



ご当地のフルーツをたっぷり使ったSAKEパンチや、フルーツを凍らせて氷代わりにトッピング



ご既存の日本酒ユーザーには好評の「注ぎこぼし」だが、ビギナーには利用しにくい

なために変えられないのです。注ぎこぼしを止めると「実質値上げかい」「けち臭いね」という声が、いつも日本酒を注文するお客様から出てしまうのです。

ワイングラスは、こうした状況を変えるためにも使い勝手のいい道具立てです。ワイングラスではコップ酒の半分の量を基本単位として提供し、商品単価を下げ、エントリーを促進、飲み比べもしやすくなります。提供量が少なくなるので、高単価の商品の販売にも向き、いいものを少し楽しみたいお客様の希望にも沿うものとなります。

〔4〕海外ではワイングラスで SAKE がスタンダードに

最後にワイングラスでの飲用スタイルの提案が、日本酒の海外での普及を促すということについて補足します。現在の日本酒の輸出先の上位は、北米、台湾、韓国で、そのほか香港、パリ、ロンドン、シンガポールなど国際都市に市場があります。まだ輸出量は限られ、多くは和食系の料飲店で飲まれており、フレンチやイタリアンをベースに日本食を取り入れたフュージョンレストランの一部に扱うところが出てきたという段階です。

和食店ではエキゾチックな和酒器で提供されますが、フュージョンレストランではワイングラスで提供され、「SAKE」という新しいカテゴリーとしてワインリストに載ります。これは日本酒が和食と離れて、ワインの文脈のなかで飲まれるようになることを意味します。普及が進むにつれて、必ずワイングラスでの飲用を前提とした香味設計が求められるようになるでしょう。皆さんも「ワイングラスで日本酒」をぜひ試してみてください。



■ワイングラスでおいしい日本酒アワード

概要：日本酒の需要開発を目的に 2010 年にスタートした日本酒のコンテスト。酒造技術者やソムリエなどの専門家が、ワイングラスでテイastingして審査する。第3回の今年は 206 社から 363 点の出品があり、民間のコンテストとしては国内最大級となった。上位 5%を最高金賞と認定、30%を金賞として表彰。

審査員：石川雄章（日本醸造協会会長）、高橋康次郎（日本酒造組合中央会技術顧問）、濱田由紀雄（日本酒造組合中央会理事）、ジョン・ゴントナー（SAKE ジャーナリスト）、庄司大輔（リーデル・グラスエデュケーター）など 18 名

実行委員会：コンタツ(株)、(株)佐浦、(株)酒文化研究所、辰馬本家酒造(株)、人気酒造(株)、(株)流通情報企画

協賛：RNS JAPAN(株) **後援：**日本酒造組合中央会

ホームページ：<http://www.finesakeawards.jp/>

