

酒文化研究所

NEWS LETTER

第8号 2013年9月25日

【酒もお手製 料飲店の手づくりリキュール】

自慢のリキュールをおもしろく

日本では酒づくりは免許制になっており、国税庁が許可した者しか酒をつくることができません。販売目的でなければ、自家用にビールやワインをつくってもよいと誤解している方を時々見受けますが、酒税法では一切の酒づくりを禁じています。例外は果実やハーブを焼酎などに漬けてつくる梅酒やかりん酒などの手づくりリキュールです。1962年（昭和37年）の酒税法改正で自家用に限って認められるようになりました。

それから半世紀近くたった2008年5月、規制が緩和され、料飲店が自家製の手づくりリキュールを販売できるようになりました。自分の店で定められた材料で果実酒を漬け、そこでの飲用に限り提供する場合には、簡単な届け出で自分で漬けたリキュールを提供することができるのです。

今回は規制緩和から5年を経た現在、手づくりリキュールを提供する料飲店でどんな動きが出てきているのかをレポートします。

【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〕導入したのは手づくり好きな料飲店

最初にどんな店でどのように手づくりリキュールが提供されているのかを見てみます。

●居酒屋エノキ（大阪）

大阪梅田の阪急電車のガード下に伸びる飲食店街「阪急かっぱ横丁」に、昭和レトロな雰囲気醸す『居酒屋キノエ』があります。カウンターには、梅、コーヒー、高麗人参、イチゴ、マンゴーなど広口瓶に入った10種類ほどの果実酒が並び、それとは別に入り口の正面には「熟成中」も含めて10種類を超える手づくりリキュールが鎮座します。すべて店長の熊宏樹さんが自分で漬けたものです。

この店は複数の業態の料飲店を展開するグループの一店です。公式に自作の果実酒を提供できるようになると聞いて、実験的に取り組み始めました。熊店長は「自分でつくったオリジナルのものを出すのが好きなので、リキュールづくりは楽しい」と言います。手づくりリキュールは女性からのオーダーが多く、漬けたばかりのものを見つけて「いつごろ飲めるの」と話がはずむこともよくあるそうです。

他店にない独自の魅力づくりとして「手づくり」を重視しているからでしょう、おすすめメニューは、キッチンにスモーカーを置いて店長自身が燻した燻製のことでした。



自家製果実酒を熱心に売り込む『居酒屋キノエ』。大阪市北区芝田 1-7-2 TEL 06-6373-1486

●GAN-BAL（仮名・東京）

東京郊外の駅前にあるワインとクラフトビールのバルです。開業は2年前で店を切り盛りするオーナー兼店長と料理長、フロア担当の3人は全員が20代。フードメニューは地元の野菜を使った洋風の料理で、この店も『居酒屋キノエ』と同様に自家製が目立ちます。ピクルス、燻製、ディップなどはすべて自家製、メニューやポスターもすべて自作だそうです。お金をかけられないから、自分たちでできることは何でもやると言います。

手づくりの果実酒を提供しようと考えたのは、ワインが苦手な方やあまりお酒に強くない方向けのドリンクを、きちんとしたもので用意したかったから。手づくりリキュールは、「次は何を漬けるの?」「できあがったら必ず飲むね」とお客との交流を促す材料にもなっています。

この店で提供している手づくりリキュールのレシピは、調理長の祖母の秘伝のもの。果実酒づくりが趣味で昔からいろいろな果実でリキュールをつくっていたそうです。店をオープンするにあたり、このレシピを譲ってもらい、漬け方の教えてもらったそうです。

この2店に共通するのは、果実酒だけでなく料理も含めて「手づくり」でオリジナルのものを提供する気持ちが強いことです。また、漬け込み瓶に果実がたっぷり入った熟成中のリキュールが、お客とのコミュニケーションを深める道具となっています。

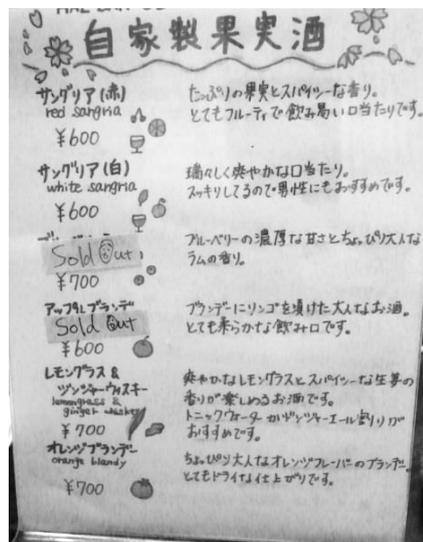
〔2〕手づくり梅酒で地域活性化

天満天神梅酒大会（以下梅酒大会と略）は日本最大の梅酒コンテスト、いやリキュールコンテストです。7回目となった今年も出品が227社から473点にのぼりました。大阪天満宮の境内を会場に、2月に一週間にわたって有料（前売り500円）の試飲投票会を実施、例年1万人を超える人が参加します。

この巨大イベントを運営するのは梅酒大会実行委員会。核になるのは小売酒販店の株式会社梅酒屋（大阪府）で、大阪天満宮、天神橋筋商店街、梅酒生産者、酒類の販売店、料飲店、多数の一般ボランティアが協力して進めています。狙いは梅酒文化の振興と梅に所縁の深い大阪天満宮一帯の地域活性化です。

梅酒大会と連携して、料飲店の手づくり梅酒のコンテストをスタートさせたのは4年前の09年です。はじめは個人がつくる手づくり梅酒を梅酒大会に出品させることを考えたそうですが、自家消費を前提にしているため税務署が許さず、自家製梅酒の提供が認められるようになった料飲店の梅酒に落ち着きました。名付けて『U-1グランプリ』。参加する料飲店は、梅酒大会に合わせて手づくり梅酒を一定期間提供し、梅酒に精通した覆面審査員が一般客として訪問し評価します。優れた梅酒を提供していると認められた店は「梅酒達人認定店」となり、特に優れた店が『U-1グランプリ』を受賞します。

参加する料飲店は居酒屋、お好み焼き屋、焼肉屋、沖縄料理店、バー、ビアパブ、中華料理店など業態はさまざまです。そしてスタートしてみると料飲店ならではの手づくり梅酒ワールドが見えてきました。



『GAN-BAL(仮名)』の手づくりリキュール。レシピは四国の山間地に住む、調理長の祖母が提供



天満天神梅酒大会は1週間で1万人が訪れる

〔3〕料飲店だからこそその演出力

梅酒大会の実質的なプロデューサーである上田久雄さん（株式会社梅酒屋社長）『U-1グランプリ』を実施して梅酒の新しい魅力を見つけたと言います。

「メーカーがつくる梅酒は瓶のなかで完成しているもので、酒にはものすごい神経を使っていると思います。ところが料飲店が手づくりする梅酒は瓶のなかでは半製品で、お客さんの目の前でグラスに注いだ時に完成します。だから『U-1 グランプリ』に参加する料飲店の方々の工夫の半分は、グラスに注ぐ時の工夫になるのです。出てくる一杯は、グラスの縁に塩をつけたスノースタイルにしたり、いろいろなフルーツをトッピングした梅酒パンチになったりして、審査をしながら驚きの連続でした。

漬ける梅酒そのものの工夫も、メーカーでは思っても決してやらないような大胆なことをします。梅と一緒に激辛のハバネロ唐辛子を漬けた店もありましたし、ベースの酒に驚くような高級品を使ったところもありました」

これは料飲店で手づくり梅酒の提供が許され、店が競うコンテストを開催して初めて見えたことです。前出の『居酒屋キノエ』や『GAN-BAL』では、提供時の演出はほとんどありませんでした。競うことで、料飲店のエンタテインメント業としての側面が浮かび上がったように思えます。

では『U-1 グランプリに』に参加した料飲店は手づくり梅酒の提供をどう考えているのでしょうか。熱心に取り組んでいる3店を訪ねてみると、どの店もコンテストに参加するまで梅酒を漬けたことがなかったそう。梅酒大会に大勢の人が集まっているのを見て、地域活性化のためならひと肌脱ごうというくらいの気持ちで参加したと言います。



初代U-1 グランプリに輝いた『焼肉万両天神橋店』天神橋 3-1-9 TEL06-6356-2981

『U-1 グランプリ 2010 オブザイヤー』を受賞したのは『焼肉万両』。受賞した作品は、レモンと一緒に漬けた梅酒をワイングラスに注ぎ、提供時に清酒とブレンドしてサービス、さらに引き出した梅の実でつくったシロップ

を添え、甘さを加減できるようにしました。料飲店が提供できる手づくり梅酒はベースの酒が蒸溜酒に制限されているため、梅を清酒で漬けたものの提供はできません。ですが飲む直前で清酒を加えて風味付けするならできると考えた、アイデアの斬新さが際立つ逸品です。大西剛店長は言います。「梅酒はいい材料を使えばおいしくなります。あとはお客さんがアッと驚くような提供の仕方をどうするかだと思います。今年は果肉をすりおろした梅酒をつくり、グラスに丸氷を入れて注ぎました。カチカチの氷は梅酒を注ぐとピキピキって音がして、梅酒は果肉が下に沈んで二層になるようにしました」と、オリジナル



店のオリジナルの手づくりメニューが豊富な『鉄板パール べろべろばあ』 天神橋 3-4-15 TEL 06-6353-2334

の梅酒の提供方法に強いこだわりを見せていました。

2011年にグランプリを受賞した沖縄家庭料理店の『四季一品 炮炮（ぼうぼう）』では、琉球泡盛古酒 43度をベースに甕で漬けた梅酒を、ペットボトルに取り分けて冷凍庫でキンキンに冷やし半分みぞれの状態を提供しました。店主の儀間高哲さんは「沖縄料理の店だから最高の古酒で漬けてやろう」と思ったそう。

取材時点で唯一、梅酒が残っていたのが『鉄板パールべろべろばあ』。この店はオリジナルメニューがとても多く、たこ焼ひとつとっても、梅マヨ、にら醤油、塩マヨなど特製のソースがいろいろありました。梅酒は店主の白尾克己さんが好きな泡盛『春雨カーリー5年』をベースにしたやさしい味わい。有名店から梅塩を取り寄せ、グラスの縁につけてソルティ梅酒でも提供しました。また、ウォッカベースの梅酒にハバネロ唐辛子を漬けこんだ激辛梅酒は、タイ産の超激辛唐辛子を浮かべて『熱帯魚』と命名、人気商品となっています。

*

訪ねた料飲店はどこも自家製の果実酒を提供する楽しさを感じ始めています。ご紹介したのはわずか5店ですが、工夫を凝らして果実酒を漬け、知恵を絞って提供方法を考え、手間をかけてサービスすることを、おもしろがっているように見えました。いま、料飲店の酒へのかかわり方は、商品を選んでお客に提供するだけになっています。それでは価値を付加しにくいので、魅力づくりに希少根銘柄を品揃えたり、価格競争に走ったりするのでしょうか。

料飲店の関与度の高い酒は、お客の目の前でつくるカクテルであり、丁寧につける燗酒であり、自分で漬ける果実酒です。そして、時代の流れは、料飲店の酒は店頭加工の要素を大きくしてきました。一般商品で差別化が難しい大規模酒類メーカーは、オリジナルの飲み方を提案するためや、提供時の品質を高く保つために、料飲店に専用装置を持ち込むことも珍しくありません。

酒で店に付加価値をつける実験として、料飲店が手づくりリキュールを提供する試みは格好のものです。料飲店の地力向上のためにも、取り組みをおおいに進めるべきではないでしょうか。■