

酒文化研究所

NEWS LETTER

第 50 号 2017 年 2 月 25 日

【日本の酒の国際化】

日本酒と本格焼酎の海外アンバサダー育成

ー Japan sake and shochu academy2017 レポート

クールジャパン戦略の一環として日本酒と本格焼酎・泡盛の輸出拡大への取り組みが活発化しています。特に日本酒の輸出は増加を続けており、日本食の普及とともにさらなる拡大が期待されています。在外日本公館でのパーティに合わせて試飲会やセミナーを開催したり、海外での食品・飲料展示会に清酒メーカーや関連団体が出店したりすることは珍しくなくなりました。

また、ワインの世界的な教育機関である WSET は日本酒を学ぶコースを設立、国際的なワインコンテスト IWC (International Wine Challenge) の Sake 部門のチャンピオン受賞酒は国内のメディアで大きく採りあげられます。今年の 6 月にはパリで現地のソムリエたちによる初めての SAKE コンテストもおこなわれます。

そして日本酒と本格焼酎・泡盛のメーカーで構成する日本酒造組合中央会(東京都港区)は、海外で日本の酒の普及を進めるには体系的な知識を持ったアンバサダーの育成が欠かせないとして、今年の 2 月に「Japan sake and shochu academy」を 5 日間にわたって開講し、10 名の外国人が受講しました。弊社はこのプログラムの運営を全面的にサポートいたしましたので、その様子をレポートします。

【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

■ Japan sake and shochu academy2017 開催

日本酒造組合中央会（東京都港区）は、国税庁と独立行政法人酒類総合研究所の協力を得て、2月に海外在住の外国人を対象に日本酒と本格焼酎のたしかな知識を習得を狙ったセミナー「Japan sake and shochu academy2017」を開催しました。2月13日（月）～17日（金）の5日間、10時から17時まで講義とテイスティング実習、そして晩には料飲店で消費実態を学ぶカリキュラムです。

昨年11月にWEBサイト（<http://sakebunka.jp/academy/>）で参加者の募集を開始すると、7カ国から20名を超える応募があり、書類選考で10名の参加者を確定し、全員の参加を得ることができました。受講費用（宿泊費・食費含む）は10万円（消費税込）で、旅費は参加者の負担です。参加者の内訳はアメリカ（3名）、イギリス（1名）、オーストラリア（1名）、シンガポール（2名）、ドイツ（2名）、香港（1名）でしたが、全員がすでに海外で日本酒・本格焼酎の販売に関わっている方やこれから始めようとしている方、ワインスクールの日本酒コースの講師をしている方など、一定以上の日本の酒の知識を持っている方でした。

セミナーの会場は北区滝野川にある旧醸造試験場第一工場（通称：赤レンガ・明治37年（1904）竣工）です。これは酒税がたいへん重要な財源であったことから、酒造業の発展を促すために、酒造技術の研究機関として国が設立した施設で、建物は2014年に国の重要文化財に指定されています。



冒頭で日本酒造組合中央会の岡本佳郎副会長が挨拶し、日本酒と本格焼酎の輸出拡大への熱意を語った



会場は日本の酒業界をリードしてきた赤レンガ

■ プロフェッショナルなきき酒トレーニング

このセミナーでは日本酒と本格焼酎の歴史、製法、内外の市場の変化などの基礎知識を学びますが、いちばんの特徴は本格的なきき酒（テイスティング）のトレーニングをおこなうことです。日本酒では以下の6タイプの異なる切り口のきき酒を学びました。

①日本酒の基本的な香味の幅（濃淡甘辛と熟度の違い）を知る、②製法の違いによるさまざまタイプ（古酒、江戸期の酒、生酒、生酏、貴醸酒、多酸酒、スパークリング SAKE、

にごり酒、無濾過生原酒、樽酒)を知る、
 ③代表的なオフフレーバー（製造工程での失敗などによって生じる不快な香り）、④器による味の感じ方の違い（ストレート型の猪口、扇形の盃、ワイングラス）、⑤温度による味の違い（冷・室温・燗）及び調味料（醤油・レモン果汁）との相性の良し悪し、
 ⑥規格ごとの香味の特徴（大吟醸酒・純米吟醸酒・純米酒・本醸造酒・普通酒・原料用アルコール）。

また、本格焼酎・泡盛では次の6つの切り口できき酒をおこないました。①本格焼酎・泡盛の香味のバラエティ（米・麦・芋・黒糖・泡盛・粟・そば・胡麻・酒粕）を知る、②蒸留方法の違い（常圧蒸留・減圧蒸留・個体蒸留）による香味の違い、③芋の違い（焦がし芋・紅芋・紫芋・オレンジ芋など）及び麹による香味の違い、④貯蔵熟成による香味の違い（新酒・樽熟成・3年古酒・10年古酒など）、⑤濾過工程による香味の違い、⑥他の蒸留酒（ジン・ラム・ウォッカ・甲類焼酎）。

海外でもきき酒をする機会は少なくありませんが、典型的なサンプルを適切な状態で、多数を一度に試すのは困難です。国内と違いサンプルが揃えにくいというえ、移動距離が長く時間がかかるため、加熱殺菌していないフレッシュな日本酒はほとんど入手できないからです。

連日、きき酒してはサンプルごとに印象を記録し、講師のきき酒コメントと突き合せて修正する作業を繰り返していきました。



きき酒シートにセットされた多彩な酒を試す



料理との相性を知るために、酒のタイプごとに醤油とレモン果汁と一緒に試して味の感じ方を比較する



多様な日本酒と本格焼酎・泡盛を次々に体験し、受講生からは驚きの声があがる



きき酒した日本酒、本格焼酎・泡盛は60点を超えた

■ 日本酒の地理的表示（GI）に関心

講義のなかで日本の酒の地理的表示（GI）について意見が交わされました。農産加工品である酒類や食品ではグローバル化の進行とともに、原産地を表示して品質を保証し付加価値を高める「産地ブランド化」の取り組みが活発化しています。先行するのはワインで各国で主要産地を表示する制度が整えられてきました。日本では1995年に本格焼酎の「壱岐」、「球磨」、



産地表示する日本酒は地元の米を使うべきではないかという見方について、講義中に丁寧な意見交換が見られた

「琉球」、2005年に「薩摩」が指定され、日本酒では2005年に「白山」、2015年は国レベルで「日本」、そして昨年末に「山形」が指定されました。

ワインでは地理的表示に際して原料となるブドウの栽培地が産地内であることが条件になっています。しかし穀物を原料とする日本酒やビール・ウイスキーなどの酒類では原料の産地を規定することは希です。果実であるブドウと異なり長距離を移動させても品質が劣化しない穀物は、高品質なものを地域外の産地から調達するのが常です。日本酒でも醸造地と取水地は産地内に限定していますが、県外から米を入手することは認めています（「日本酒」では国産米の使用を規定）。ワインの知見の豊富な人たちには、この点に違和感を覚える傾向が見られます。今回のセミナーでも意見が交わされました。日本酒の産地表示はまだ始まったばかりです。これからの動きに注目していきたいと思います。

■ 酵母の培養を見学し酒蔵を訪問

アカデミーは前半の2日間は日本酒に、後半の2日間は本格焼酎・泡盛に充てられ、中日は日本醸造協会（東京都北区）と泉橋酒造（神奈川県海老名市）の見学がおこなわれました。

日本醸造協会は日本酒づくりに欠かせない優良な酵母を培養し、全国の酒蔵に提供している組織です。高い香りを出す酵母や酸を多く生成する酵母などさまざまなタイプがあり、酒蔵は酒質設計



酵母によって異なる香り確かめる



酵母の培養方法の説明を聞く受講生たち



酒蔵に隣接する酒米の圃場で蔵元から説明を受ける



ブクブクと発酵中の醪を前に専門家が解説



海外ではなかなか飲めない搾りたての酒を味わう



酒蔵直営レストランで酒と料理のペアリング体験

にマッチした酵母を選択しています。

泉橋酒造では実際の酒づくりを見学しました。精米した米を洗って適量の水を吸わせる工程、蒸した米に麹菌を繁殖させる麹づくり、発酵のスターターとなる酒母づくり、どろどろの醪を粕と酒に分離する搾りの工程では、他では味わえないできたてのフレッシュな酒のおいしさを体験できます。また、同社の特徴である、原料の米を自社で栽培する農業への取り組みは、受講者の多くが好感を持ったようです。

今回の5日間のアカデミーは一人も欠けることなく終了することができました。最終日には全員に修了証が手渡され、帰国後に日本酒と本格焼酎・泡盛のアンバサダーとしての活躍が期待されます。■



受講者の一人一人に修了証が授与された



全員無事に修了証を受け取り赤レンガ前で記念撮影