

「でんかく」プロジェクト 「京の日本酒業界調査業務」レポート

1. 「でんかく」プロジェクトについて

京都では長年続いている産業・企業こそがイノベーションの実践者であり、特に「代替わり」＝事業承継するタイミングでイノベーションを起こしてきました。伝統とは革新の積み重ねで、京都産業の神髄です。古いものを守り続けてきただけでなく、常に時代のニーズを捉えて新しいことに取り組んできたから続いているのです。しかし、コロナ禍もあり、「革新の積み重ね」が、自分たちの手で行えない業種や企業、さらに廃業に至るケースも散見されます。

京都知恵産業創造の森は、令和4年度新規事業として「でんかく」プロジェクト～伝統とは革新の積み重ねなり～を立ち上げました。「でんかく」プロジェクトでは、京都の様々な伝統ある営みの中から大切にすべきものを取り上げて、存続が危ぶまれる業種、企業の現状や取り組み内容、競合や環境、将来像を伺い分析し、他社・他業界の成功事例も参考にして業界へフィードバックして、業界振興の一助としていきます。

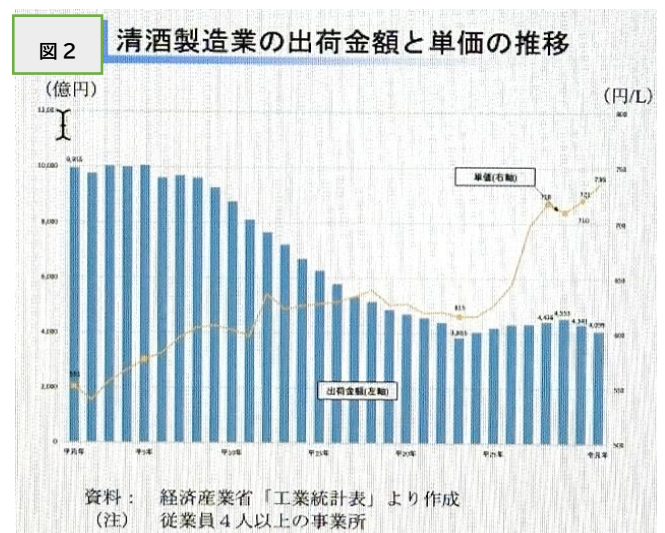
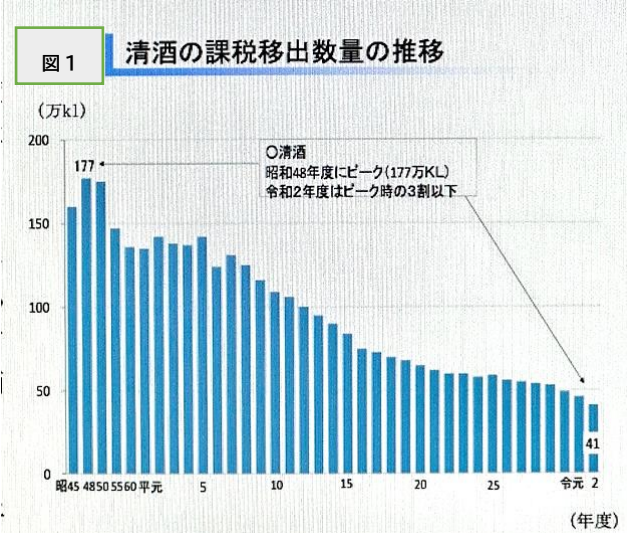
日本酒業界を取り上げたのは、京都には名水と日本酒造りの伝統があり、特に、伏見を中心に京都府内に酒蔵が点在しており、現在も事業承継を経て成長している酒造会社が多くあります。しかし、事業を縮小・廃業した会社も多く、コロナ禍により変化のスピードが速まったのではないかと考えられます。また、アルコール飲料の中で好みや飲み方が多様化し、日本酒の人気はあるものの、ビールやワイン、焼酎、ウィスキー等、需要が分散しています。

そこで、京都の日本酒業界の現状を調査し、「伝統と革新」の具体例を学ぶことで、好事例や将来ビジョンのヒントを業界へフィードバックして参ります。

2. 日本酒業界を取り巻く状況

国税庁の酒レポート（令和4年3月版）によると、酒類の国内市場の状況は、少子高齢化や人口減少等の人口動態の変化、消費者の低価格志向、ライフスタイルの変化や嗜好の多様化等により、全体として縮小してきています。それらを受け、商品の差別化や高付加価値化、地域連携や海外展開等に積極的に取り組み、需要拡大につなげている事業者も少なくありません。

清酒の国内出荷数量（図1）は、平成11年度1,017万KLをピークに、令和2年度814万KLまで減少しています。その中で、清酒製造業の出荷金額（図2）は、平成5年1兆円をピークに令和元年4,099億円へ減少しています。なお、普通酒は減少傾向ですが、高付加価値の純米酒や純米吟醸酒が増加しており、そのため単価は平成5年575円/Lから令和元年736円/Lと上昇しています。



現在、酒造会社は全国で約1千社ありますが減少傾向で、伏見酒造組合にも、かつては40歳以上ありましたが現在は22歳に減り、また、京都酒造組合は明治時代に130歳、それ以前は300歳以上あったそうですが、今は2歳しか残っていません。

3. 日本酒業界ワークショップ 伏見と京都で開催

日本酒業界ワークショップは、伏見エリアと京都経済センターK O I Nの2カ所で各3回開催しました。それぞれで、酒造会社から酒造りの伝統や経営方針、新たな取り組み、事業承継の状況等を伺い、酒販業や飲食業、大学の先生や学生、京都府・市の関係者等の多方面からの情報提供により、日本酒業界の現状や課題、提案について活発なディスカッションを行いました。

(伏見 第一回)：令和4年10月25日、京都信用金庫伏見支店クリエイティブコモンズFUSHIMIにて、「キックオフ&これからのお酒の「作り方」」をテーマに開催しました。酒造会社は山本本家、齊藤酒造、招徳酒造の3社に、酒販業のリカーマウンテン、バー運営のカタルシス、京都橘大学の先生や学生さん、京都府や市、ジェトロ京都などが参加され、日本酒をテーマに、様々な角度から話しが盛り上がりしました。



【株式会社山本本家 専務取締役 山本 晃嗣 様】

当蔵は伏見の地で1677年に創業し、革新を続けて、今年で345年になります。その過程で、幕末には鳥羽伏見の戦いで全焼しましたが、その後、名水「白菊水」の湧き出る今の場所に本社を構えて150年間変えていません。

また、45年前の創業300年に鶏料理専門店「鳥せい」を酒蔵に開きました。当初はカウンター10席程度でしたが、現在250席の規模になりました。料理を引き立てるものとして日本酒を提供させて頂いています。

長い歴史がありますので、今から10年、20年と引き継ぎ次の革新を起していきたい、そして、皆様に喜んで頂きたいお酒造りをしていきたいと考えています。



【齊藤酒造株式会社 代表取締役 齊藤 洸 様】

当蔵は1895年創業で、まだ127年と若いですが、私は社長に先月就任しました13代目です。実は、9代目まで呉服商を営んでおりました。伏見は京都と大阪との川のターミナルとして、往来されるお客様相手に商売をしていました。しかし、明治中頃に京都駅ができ鉄道利用が多くなり、お客様が来なくなりました。そのため、商売替えにより家や土地を守ろうとしたのです。「伝統」は守っていくことでなく、変えていくものと思います。今後このまま時代が進めば、日本酒は大きく転換していくと思います。その大きな要因は日本の人口減少です。20年前の出生者数が120万人だったのが、今では83万人と30%減になっており、20年後の飲酒人口は大きく減少していくと思います。また、アルコール飲料に占める日本酒の割合は、以前100%であったのが、現在は7%程度に縮小していること。ついては、1社だけの取り組みだけではなく、業界が組んでシェアアップしていくことが大切です。また、違ったジャンルの日本酒へ飛び込んでいって、面白いお酒を造ってきたいと思います。



【招徳酒造株式会社 取締役企画室長 木村 真輝 様】

当蔵は1645年に洛中・四条河原町の辺りで酒造業を起したのが始まりで、100年前の大正中期に名水の地・伏見に移転しました。昭和40年頃より米と米麴だけで作られる純米酒こそが日本酒本来の

姿であると考え、製造だけでなく、全国の志を共にする蔵と連携して「純粋日本酒協会」を結成し、普及に取り組んできました。また、良質の原料米を求めて契約農家との連携を深めています。一部の酒米については、綾部市の「農業法人・丹波西山」と農学部出身の社長自ら、どういった米を作って欲しいディスカッションしながら、祝や京の輝きなどを栽培・供給していただいています。

また、純米酒ベースの梅酒や柚子酒といったリキュールにも取り組んでいます。



【京都橘大学経営学部 准教授 丸山 一芳 様】

妻が京都人で日本酒を嗜んでおり、私も日本酒好きになってきました。私は米どころの新潟生まれで、その地の塩川酒造では、アメリカのステーキハウス向け日本酒として度数高め「カウボーイ」を開発して輸出で儲けています。今では、逆輸入されてジャケット好きに受けています。また、新潟大学の前にあり、農学部や教育学部美術科と産学連携して輸出先の食べ物に合わせたラベルを作って新しいことに挑戦されています。



また、名古屋の大学にいた時、萬乗醸造を研究したのですが、大手の下請けをやめてワインの製造や売り方を学ぼうと、星付きのレストランに取り扱っていただくとした時、今年の天候で米の出来栄はどうか、と聞かれた。日本酒も、ワインのようにブドウのその年の天候による出来栄で左右されるのではと気付かされた。そこで、ブルゴーニュのワイナリーを買収。経営しておられ、杜氏がワイン醸造に取り組んでおられる。また、兵庫・黒田庄の田では山田錦を社員が種蒔きから育て、天候による米の作柄を活かした醸造に取り組まれている。また、フランス米マノビでの日本酒醸造に取り組むなど、ワインと日本酒という醸造の知の融合をはかっておられる。

今回のワークショップには経営学部3年生1名、2年生4名が参加させていただきました。ちょうど入学した時にコロナにより対面の授業もままならず、コンパもできず、お酒を飲む機会がとても少ないので、今回のワークショップが良い経験になるのでは、と思っています。

【京都信用金庫伏見支店 支店長 高岸 達也 様】

当支店の建物は伏見酒造組合と土地交換して2月に完成しました。現在、組合の建物はお隣で建築中です。このフロアは、利き酒会をする際、お酒をこぼしてもすぐに拭けるように、床の素材を木にしました。イノベーションとは「縁」の由来からできるものと思います。伏見で酒造りが盛んなのは、昔から良い水があり米が集まった所という「縁」があったからだと思います。こちらに来るまでは、あまり日本酒を飲まなかったのですが、伏見で日本酒を知ってから良く飲むようになりました。



【話題提供①「京都酵母開発、培養」の事例 京都市産業技術研究所 清野 珠美 様】

酵母の果たす役割は、米のデンプンが麴の酵素によって分解され、糖に変化し、酵母は糖を食べてアルコールを造ると同時に、様々な香や味の成分を造り出します。そのため、酵母によって日本酒の味や香りが全く違って、その役割は6割と言われています。昭和30年代から産技研では清酒酵母の開発・管理・分譲を続けており、京都の日本酒造りを支えています。その中で100株以上もの酵母たちを脈々と受け継ぎ、この中から選抜・分析を繰り返して、独自の「京都酵母」を生み出しています。



平成16年には最初の「京の琴」が作られ、現在「京の恋」「京の咲」「京の珀」「京の華」の5種類があります。それぞれ出来上がったお酒を分析して特徴づけて、香、味の“スタイル”が全く異なり、適した呑み頃の温度も違います。お料理とのペアリングや器、飲むシーンまで、様々な提案でき、

日本酒の多様性、個性を大きく広げる可能性があります。

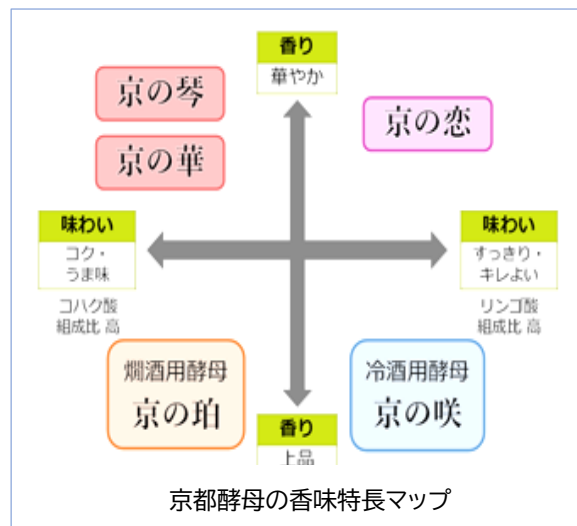
「京の琴」の名は、琴には弦が色々あって、各蔵にも色々なお酒を造って欲しいという意味合いで付けられました。

「京の華」はバナナの香からハナ⇒華になったそうです。

「京都酵母」は京都府下の酒蔵でお使いいただけますので、さらに多くの酒蔵で活用していただきたいと願っています。



研究所で開発された酵母を使って造られた清酒



<話題①を受けてのディスカッション>

【山本本家 山本 晃嗣 様】

オール京都として、各社の酒蔵では酵母は「京都酵母」、酒米は「祝」、水は京都の名水を使って、色々な日本酒を造っています。いかんせん、この取り組みが日本中はもちろん、京都でも広まっていない。これは1社だけの努力だけでなく、皆でタッグを組んでいかないといけないのではないかな。京都の日本酒の良さ、魅力が上手く伝わりにくいので、発信の仕方をどうしたら良いか、皆で知恵と力を出す必要があると思います。

【株式会社リカーマウンテン 執行役員商品部和洋酒統括バイヤー 森藤 雅礼 様】

お米と水から香りと味わいが変わると思っていました。それが、酵母が6割の働きがあると言う。酵母は裏方で目立たないですが、働きが大きく、違いが出るのですね。しかし、ランク付けされて、大吟醸酒なら5,000円、純米酒は3,000円と決まっているのが「まずい」のではないのでしょうか。

米の品種や磨き具合など、材料の積み上げで価格が決まってしまっている。本来、X酵母を使ったら〇〇〇円になる、Y酵母なら△△△円になるのが良いのではないのでしょうか。



【齊藤酒造 齊藤 洸 様】

昔は、特級酒、一級酒、二級酒の格付けが、現在は大吟醸酒、純米吟醸酒、純米酒、本醸造酒など、バリエーション豊富ですが、今となっては、それが足かせになっているのでは。米の磨き率、銘柄なら幾らになるのが当たり前。折角、各酒蔵が色々工夫しても5,000円と値付けると「高いね」と言われてしまう。これは問題ですね。

【京都橘大学 丸山 一芳 様】

伝統産業の産品は法律の定義や、製造方法、使い方や材料で、価格が決まってしまっている。

酵母で味や香りが6割決まるという、逆に、酒蔵の創意工夫に対して値打ちが無くなる。全て試験管次第なら、どの酒蔵が造っても同じ香、味になるというのは面白くない、と思いますね。

また、酒米についても、農家の栽培に対する付加価値やストーリーをつくらないといけない。

京都府内向けの酒米「京の輝き」を、産技研と連携したオリジナルの酵母を使って、それぞれの酒蔵が独自の酒造りをして欲しいですね。

【招徳酒造 木村 真輝 様】

当社は京都の米、水、蔵で造ったものを「花洛」というブランドで販売させて頂いています。なかでも「純米吟醸花洛祝」は、酵母は「京の琴」、酒米は「祝」を100%使用し、伏見の名水で、低温で丁寧に醸しました。ほんのりフルーティな香とはんなりとやわらかい口当たりがお楽しみ頂けます。日本酒を造る上では、米、水、人の技術そして酵母といった様々な要素が重要です。そういった点についても、ラベルの表示等を活用してもっとアピールをしていかなければいけないですね。

【一般社団法人京都知恵産業創造の森 小山 幸司郎 理事】

ここで、学生さんたちのお酒に関するご意見、特に、お酒を飲む、飲まない、お酒を飲むきっかけや飲む時なども伺いたいですね。

【京都橘大学 経営学部2回生 渡辺 史香さん】

私は日本酒を殆ど飲みませんが、クラフトビールは好きで飲みます。この機会に、日本酒について学びたいと思います。大学生活では、飲み会はあまり無く、特に、学生コンパはお酒を飲むことを無理強いするなど、ハラスメント的な悪いイメージがあります。

【京都橘大学 経営学部2回生 竹内 愛理さん】

私はお酒をあまり飲みません。特に日本酒はアルコール度数が高めだと思います。ビールは工場見学でいただいて、美味しいと思いました。料理と合わせて、例えば餃子にビールは美味しい。日本酒に合うお料理なら飲めると思います。

【京都橘大学 経営学部2回生 宮上 尚士さん】

私は伊丹出身で、近くに酒蔵が沢山ありました。度数の高いお酒はカッコいいと思います。

【京都橘大学 経営学部2回生 山田 将寛さん】

私は居酒屋でバイトをしています。友達数人と飲みに行っても一升瓶の日本酒では飲みきれないし、残すともったいない。また日本酒は味が強く度数が高く、すぐに酔ってしまい、悪い方向へ行ってしまう。お店では、中年男性には日本酒をお勧めしますが、若者には軽いサワー系でOKです。

【京都橘大学 経営学部3回生 山本 愛弥さん】

私はお酒を飲むのが好きで、ビールに次いで日本酒を飲みます。周りの友達はお酒を飲まないの、1人でのみにいきます。その時、日本酒好きのお姉さんと仲良くなり、一緒に飲むようになりました。最初の内、甘口の日本酒を飲んでいましたが、最近は辛口が好きになりました。

【話題提供② 「学生経営のバー」の事例 株式会社カタルシス 山本 周雅 様】

私のバーでは日本酒は酸化しやすいので、殆ど置いていません。また、日本酒は先に銘柄がくるので、知っている人しか注文できません。日本でお酒を飲む人の成人割合は77%、毎日飲むのが21%、週2~3日が15%、週1日が40%、これでは銘柄からの注文は無理ではないでしょうか。酎ハイやハイボールは度数が低く注文しやすい。

日本酒は単価が安いので出しやすいので、度数の弱い日本酒カクテルがあれば、また、一般的な呼び方でも、ポンハイやポンシュグリアのようなのがあれば、若い人から注文があると思います。また、日本酒の入れ物の形状ですが、一升瓶はいかつくて家に置きにくい。器をいじれたら入っていけるのでは。スッキリしたものにしたならOKと思います。



<話題②を受けてのディスカッション>

【山本本家 山本 晃嗣 様】

日本酒はバーに縁遠い、また、若い方に需要は少ないが、興味があるのではないのでしょうか。
「鳥せい」の酒サワー、梅サワーは全て日本酒ベース。少し手間は掛かりますが人気があります。

【独立行政法人日本貿易振興機構（ジェトロ）京都貿易情報センター所長 庄 秀樹 様】

ワインはバーでも飲まれています。日本酒との競合はいかがでしょうか。

⇒【カタルシス 山本 周雅 様】ワインは単品で飲めるが、日本酒はめんどくさい。

【リカーマウンテン 森藤 雅礼 様】

日本酒の裾野を広げる提案を聞くと、日本酒好きな人は邪道と言われる。今の若い方は日本酒を飲む体験が少なく、あってもコンパで飲むのを強要された等、飲んで良かった経験が無いのでは。家庭で飲んで楽しんでいただくのがスタート。ベタですが、エイヒレにマヨネーズが合うイメージで親しんでいただければ良いと思います。

【京都信用金庫伏見支店 高岸 達也 様】

私は下関の学生時代、バーテンのバイトをやっていました。あちらの方はアルコールがめっぽう強く、酒ロックやライム割も良く飲まれていました。

また、器ですが、4 合瓶でも大きく感じます。小さな形状にしていると我が家の冷蔵庫にも納めやすいので嬉しいのですが。

⇒【カタルシス 山本 周雅 様】酒ロックは受けそうですね。酒ライムも良いですね。

【齊藤酒造 齊藤 洸 様】

当社の少しアッパー向けの直営店「醪音（もろみね）」では、日本酒に合うお料理に、英勲で仕込んだ女性に人気の梅や子のリキュール、日本酒ロック、100%リンゴ果汁の氷を使ったカクテル等も提供しており、とても好評です

(伏見 第二回)：令和4年11月28日、京都信用金庫伏見支店クリエイティブコモンズFUSHIMIにて、「これからのお酒の『売り方』」をテーマに3つの話題提供からディスカッションしました。

【話題提供① 「日本酒と海外市場」ジェトロ京都所長 庄 秀樹 様】

ジェトロは農林水産・加工食品の輸出を支援しており、輸出額の推移をみると、コロナ禍においても伸び続け、2021に1兆2千億円を超え、2025年には2兆円、2030年に5兆円を目標としています。

特に、海外で評価される日本の強みを有し、輸出拡大余地の大きい27品目を重点品目に選定し、その中に清酒（日本酒）、ウィスキー、焼酎・泡盛の3品目が選定されています。「SAKE」は日本食のみならず各国の料理に合う食中酒等として世界中で認知が拡大中というのが強みと言われています。

アルコール飲料は輸出額の最上位で、輸出先は中国、米国、香港で2／3を占め、量よりも金額が伸びているのが特徴です。利用先は小売店向け、EC販売、外食需要で、単価の高い製品が売れるようになってきています。今後、もっと越境ECや輸出に関わる制度も検討していく必要があります。



<話題①を受けてのディスカッション>

【招徳酒造 木村 真輝 様】

今のお話からも売上に占める輸出シェアを増やしていきたい。しかし、輸出するにしても中小企業ではなかなか自社の駐在員を置けないので、輸出入業者にお任せする形となる。商品を安心して管理並びに輸送ができる業者の選択が重要となってくる。京料理以外でも地元の料理にも合う日本酒はある。それぞれの国の食文化に合わせて好まれるお酒を輸出していきたい。



【山本本家 山本 晃嗣 様】

新潟や広島では「酒祭」を大々的にやっておられるが、京都、伏見ではまだまだ規模が小さい。日本に来られる方へは、非課税枠では量が限られているので高額品を勧めています。特徴あるお酒として、また、飲食店でも飲んでいただけるように。韓国は日本からの輸入品の関税が高く、米国からは0%なので、米国産の日本酒を輸入した方が安い。

【京都信用金庫 高岸 達也 様】

まずは日本酒、伏見のお酒を国内にもっと広めて頂きたい。海外に広める時に、日本人が日本酒のことを知らない、日本人が外国の方に聞かれても特徴や味を語れないのはまずいのではないのでしょうか。



【小山 幸司郎 理事】

海外の方にとって、伏見は「京都」になるのでしょうか。伏見の認知度はどうなのでしょう。

【招徳酒造 木村 真輝 様】

京都が1段目にあって、伏見は2段目。あくまで京都の伏見とされ、伏見単独では、まだまだ認知度は低いと思います。

【齊藤酒造 齊藤 洸 様】

「英熟SPARKLING SAKE」はシャンパン製法を応用した瓶内二次発酵で無色透明、常温保存・輸送できます。IWC受賞し、外務省公認となって8千本注文があり、海外公館や海外で乾杯していただけるようになりました。(一社)awa酒協会にも加入し、また、売り方も酒売場の日本酒の棚に置かないで頂くよう取り組んでいます。

【話題提供②「お酒の高付加価値化についてのヒント」株式会社リカーマウンテン課長 信田 祐吾様】

販売での成功事例を3つ紹介します。1つ目は、奈良県の「立ち呑み しゃーぷ」、飲食店の方と一緒に作ってもらって作り手とコラボして、千本限定で1,980円の日本酒が大人気でした。

2つ目は、当社発祥の地・長浜醸造所のウィスキーをイエローモンキーの吉井和哉さんがブレンディング作業した2種類8千本、各8千円を売り出したところ、これまでのウィスキーファンだけでなく、吉井さんファンにも大受けでした。

3つ目は、ドイツ発祥「クライナーファイグリング」という20mlボトル入のリキュールで良く売れています。小さなボトルが可愛らしくSNS映えて、味がフルーティで飲みやすいテイストなので女性の方に大人気です。これらから、お酒と違うジャンルの方とのコラボや、従来に無い少量の売り方や味が、日本酒の売り方にヒントになるのではないのでしょうか。



【話題提供③「これからのお酒の売り方は、どのような方法があるか」中小企業診断士 大井 義雄】
家業の酒販店や百貨店での販売現場、また各地で京都の名産品展を展開している経験から、「日本酒、伏見の酒をご存じない方へ、飲まなくなった方へ」へのアプローチを考えてみます。伏見の日本酒の販売ステップは、①知っていただく、②興味を持っていただく、③手に取っていただく、④味わっていただく、⑤語っていただく、ことが大事です。そのため、日本酒の提供場所が変わります。伏見エリアでは、酒蔵見学した場、直営販売店や食事処、大手筋商店街の酒販店、近隣の酒販店・量販店・コンビニでどのようにアプローチしていくか。

京都エリアでは、京都駅や四条周辺の百貨店や酒販店・量販店・コンビニ商店街、観光地のお土産店やイベント会場でどのようにアプローチしていくか。

遠隔地では百貨店の酒売場や催事場、近隣の酒販店・量販店・コンビニ、お取り寄せとして通販やECサイトなどのルートがあります。

また、「買い手」として他のアルコールやお土産の中から「日本酒」、「伏見の酒」を選ぶのは、どのような気持ちがあるのでしょうか。

地元の方なら、①日本酒なら「伏見の酒」が一番、②良く知っている銘柄で普段から飲んでいる、③遠方の友人への手土産やお歳暮に という選択肢があります。

観光客なら、①有名な酒どころ「伏見」の蔵を訪れて、試飲して「美味しかった」から、②京都にきたからには京都の酒を、中でも「伏見の酒」をお土産に、③京料理と一緒に頂いた「伏見の酒」が「美味しかった」から、という思いで購入されるのではないのでしょうか。

遠隔地の方は、①地元の日本酒も好きだけど、「伏見」は有名な酒処だから見つけた時に、②百貨店で「京都展」で「伏見の酒」を見つけ試飲して美味しかったから、③以前、京都観光した時に飲んだ「伏見の酒」をもう一度飲んでみたいからネットで注文、で購入されるのではないのでしょうか。TPOに合わせ、購入者の心を掴んで「伏見の酒」をアピールすることが大切だと思います。



<話題②③を受けてのまとめ>

【山本本家 山本 晃嗣 様】

今回のお話を伺って、ネーミングの発想の大切さや、業界とは違った視点、目線が大切ですね。今のような、伏見エリアで仲の良いままではいけないと思いました。

【招徳酒造 木村 真輝 様】

(学生の意見を聞いたうえで)、オンラインショップ等における若い方の購買行動のプロセスの変化に驚きました。若い方のアルコール離れが進んでいるときですが、そういったプロセスの変化にも着目しながら、今後の販売につなげていきたいと思っています。

【齊藤酒造 齊藤 洸 様】

これまでは、造り手目線、売り手目線で取り組んできました。しかし、最終的には、買われる方の目線を大切にしないといけないと思います。

(伏見 第三回)：令和5年1月26日(木)、伏見・鳥せい本店にて、

「伝統と革新」これからも守り続ける(大切にする)ものは何で、変えていかなければならない(変えていかないと生き残れない)ものは、何か?」をテーマにディスカッションしました。初めに小山理事より、京都橘大学経営学部・丸山先生のゼミ生の「学生に聞いた『日本酒飲みますか?』アンケート結果」が紹介されました。(詳細は「京都第三回」ご参照)



【話題提供 京都知恵産業創造の森 スタートアップ推進部 川口 高司 様】

私はジェットロ出身で、2016年にベトナムで食品、日本酒の担当をしていて、売り込みに来られた全国の酒蔵の方と仕事しました。ベトナムは政治と経済がハノイとホーチミンに分かれていて、政治家の多いハノイの方が高いお酒が売れます。その頃、一般の小売店は日本酒の保管状態が悪かったので、バーテンダーのいるお店でベトナム料理に合う日本酒を富裕層に提供しました。そのため日本酒の売上が50%増から倍増へ伸長しました。



【乾杯 山本本家 山本 晃嗣 様】

「鳥せい」は、祖父がドイツでビールと料理を見て、創業300年目の昭和51年に酒蔵を改装して酒蔵直送の酒と旨い料理を気楽に楽しんでもいただける居酒屋として開店し、今年で46年目です。昼休憩が無く、ご覧のように昼間から飲んでいただける処です。コロナ禍で大きなダメージを受けましたが、これからは皆で飲んで、食べて、話していただき、日本酒の美味しさ、良さを知っていただきたいと思います。本日は純米大吟醸「松の翠」で、京都市の条例に基づき、日本酒で乾杯！



【まとめ① 招徳酒造 木村 真輝 様】



今回のワークショップでは二つ気づきがありました。一つは若い方の購買行動のプロセスの変化です。知って興味をもったら、オンラインショップで一旦試しに購入と、認知してから購入までの時間が、我々世代と比較し短くなっていることを知りました。今後も世の中全体として、ECサイトでの販売の割合は増えていくと考えられ、こういった変化にも着目しなければいけないと感じました。二つ目は、日本酒の魅力が特に若い方に浸透していないこと、さらに年代を問わず伏見の酒という認知が広がっていないことを改めて感じました。これは大きな課題です。伏見には地下に琵琶湖に匹敵する量の美味しい水があると言われ、また沢山の良い日本酒の蔵があります。今後、イベントの開催等にて、伏見の酒の魅力を多くの人に知っていただける機会を作っていければと思います。

【まとめ② 山本本家 山本 晃嗣 様】

私は1982年生まれで、日本酒の生産が最盛期でした。それから下り続けて、今は1/3になっています。また、以前とは飲み方も変わってきていて、美味しいものを適量飲む、そういう意味では、地酒の蔵元として、お客様の笑顔を見ることが蔵元冥利です。学生時代からこちらでバイトしながら色々経験できて良かったです。このような機会を設けていただき、ありがたかったです。

【まとめ③ 京都信用金庫 高岸 達也 様】

お隣の伏見酒造組合が2月15日に竣工を迎えられます。これからも伏見の、酒蔵の皆さんともっと仲良くなり、伏見のお酒をもっと広めていくことに協力していきたいと思っています。

(京都 第一回)：令和4年11月29日、京都経済センター3階KOINにて「キックオフ&我が家の家訓について」をテーマに開催しました。洛中の佐々木酒造、松井酒造、京丹後市の竹野酒造、リカーマウンテン、カタルシス、京都橘大学の先生や学生さん、京都府や市、ジェットロ京都等が参加して、日本酒を切り口に、家訓や事業承継、課題や取り組み、地域との繋がりなど、活発にディスカッションしました。



【佐々木酒造株式会社 代表取締役 佐々木 晃 様】

京都酒造組合は、明治時代には 130 蔵、それ以前は 300 蔵以上あったそうです。しかし時代と共に少なくなり、今では松井さんと当社の 2 蔵しか残っていません。明治 26 年創業で 130 年の伝統を守るといふより、色んな事に挑戦していきたい。酒造りは秋から冬の仕事で、昔から 11 月ごろから稲作の終わった農家から杜氏が蔵入りし、2 月頃に田舎へ帰っていました。しかし、年配になり後継者不足で、京都の若い人を社員にしていかなければならず、そのため、春・夏の仕事を作り、通年働いてもらわないといけない。



そのため、平成 21 年から行政と一緒に地域イノベーションとして食品原料開発プロジェクトを始め、酒造りの米麴や発酵を利用した甘酒のような食品原料を 40 社以上に提供しており、ノンアルコール飲料や近畿のローソン 400 店や洋菓子店へスイーツの素材などに使っていただいています。

また、街中に酒蔵があるので訪れやすく、酒蔵見学にも力を入れており、西陣巡りも含めて地域活性化に役立っています。「聚楽第」のお酒を求められる以外に、米麴を使ったフィナンシェも好評です。

【松井酒造株式会社 代表取締役社長 十五代 松井 治右衛門 様】

当社は但馬の国、現在の兵庫県香美町で享保 11 年、1726 年の創業 300 年の酒蔵で、江戸末期に京都へ移り酒造りを続けて参りました。その後、幕末から明治の混乱期には蔵を焼失、その後は路面電車のための道路拡張で移転して現在の左京区へ。しかし、京阪電車の地下化で井戸水が出なくなる可能性があったため、一旦、酒造りを断念しました。

平成 21 年、14 代当主の父が酒蔵の復活を決断して、東京にいた長男の私を呼び寄せて行うことになりました。その時点で、日本酒と焼酎の区分も分らなかったのに、黄桜さんの三栖蔵で酒造りを教えて頂きました。昔からの「富士千歳」以外に、新しく「神蔵」ブランドを立ち上げました。



酒蔵の上にはマンションがあり、地下 60m の水を汲み上げて、ここでしかできない酒造りとして、温度や微生物管理のための設備を備え、掃除しやすく、衛生管理を徹底して酒蔵見学を受けています。ラグビーワールドカップの際には海外から多くの方が見学に来られて、アメリカ人の蔵人がガイドしていました。

また、街中にあるため、都市化の中で環境に配慮して酒造りを行い、太陽光発電で消費電力の 60% をまかなっています。

【竹野酒造有限会社 代表取締役 行待 佳平 様】（リモートにて参加）

当蔵は京丹後市弥栄町に江戸末期から明治初期に創業した行待酒造場を前身とし、戦中には休業を余儀なくし、戦後 1947 年に他の休業していた酒蔵 4 社で竹野酒造を再建しました。私は 1990 年、平成 2 年に 34 歳で教師から当主になり、杜氏学校で酒造りを学びました。それまで酒造りは繊細と思っていたのに、どんな米でも良く、最後に糖類を入れて日本酒としての味を整えていたのにショックを覚えました。



そこで「米を大事にしたい」と思い、「10 年程して変えよう！」と思い、また、目の前が田んぼで、水はどこから田んぼへ、農地を守らないといけないと思うようになりました。

酒蔵見学は、以前は観光バスで 30 人ほど受けていましたが、10 年程前から止め、1 度に 3 組までにし、テイスティングバーでの飲み方を提供して 2 時間位、5 万円のグラスなど酒器も取り揃えて、一人ひとり大切に、酒文化をゆっくり味わって頂くようにしました。

【京都橘大学 丸山 一芳 様】（各社へ質問されてのコメント）

佐々木酒造の新しい食品原料事業はどれほどですか？

… 佐々木様 1kg 数百円のため売上シェアは5%程度ですが、コラボするだけで製品に佐々木酒造の社名を入れてくれて、酒コミュニティだけから大きく広がったと言えます。

また、酒造営業だけでなく、地域と一緒に酒蔵ツーリズムを通して、最終的にお客様へお酒を売ることに繋がっています。

松井酒造は2009年に酒蔵を復活されていますが、ポイントは酒造免許を手放していなかったこと。

… 松井様 黄桜で修業し4年目から1人で酒造りをして、また、京都市産業技術研究所の京都酵母「京の恋」を使つての日本酒、また、スピリッツ製造免許をとり、酒粕を再発酵したジンや和三盆を使ったラムを造っています。先代との関係でも、革新的な取り組みは大歓迎で、助かっています。

竹野酒造でのお客様との交流エピソードは？ … 行待様 小学生の蔵見学で、大人と違い目を輝かせて聞いてくれる。また、近くのホテルに泊まれた2人のお客様はテイastingだけで8時間もおられ、身の上話もされ、密な取り組みとなりました。

ボトルのデザインが素敵ですが … 行待様 息子の奥さんがデザイナーで、お客様の声も伺いラベルは濡れても良いように紙でなく、一升瓶でなく4合瓶サイズです。



【京都橘大学 学生 山本さん】（各社へ質問されてのコメントです）

日本料理では熱燗が好きです、原材料のこだわりは … 松井様 日本酒は冷やから熱燗まで温度帯が広いのが強みです。原材料の中で、お水にこだわっています。

【京都橘大学 学生 Aさん】

日本酒を飲むことは少ない。苦い感じで、近寄り難いもの。先入観があつて、甘い、美味しいものではないです。… 丸山様 どういうふうに入っていくにもハードルが高いですね。

【カタルシス 山本 周雅 様】

職人の技術が一旦途切れると復活は大変でしたでしょう。

… 松井様 2009年の復活では父母は味を知っていましたが、昔の味にこだわっていません。伝統は手段であつて目的でなく、より良いものを造ることが命題ですから、新しいことを聞いたら何でも試してみる。また、目指すのは飲みやすいビギナー向けのお酒です。最初に「美味しくない」と思ってしまうと、長い間、飲まないでしょう。



【ジェトロ京都 所長 庄 秀輝 様】

松井酒造では、だれが「美味しい」と決めるのですか？ … 松井様 搾ったときに社内皆で味わって、もう少し置いた方が良いとか、すぐに出した方が良いという声で決めます。

【竹野酒造 行待 佳平 様】

誰に飲んでももらいたいかを明確にすることが大切です。税制によりアルコール度数14%までのものではないといけないので、水っぽくならないように。また、飲まれるシチュエーションによって美味しさも変わる。味については、その所を明確にしていけます。

【松井酒造 松井 治右衛門 様】

父から松井酒造を継げるのはお前しかいない、と言われ、会社は誰のものを考え、渋沢栄一の理念「士魂商才」を学びました。

【佐々木酒造 佐々木 晃 様】

私は3人兄弟の末っ子、長男は東大、次兄は神戸大から大広、俳優になってしまい、結局7年前から継いでいます。父は職人気質で商売人ではありません。私は立命館大学のガイド部で「らくたび」の山村さんと一緒に活動していましたので、京都洛中酒蔵ツーリズムでも役に立っています。

【竹野酒造 行待 佳平 様】

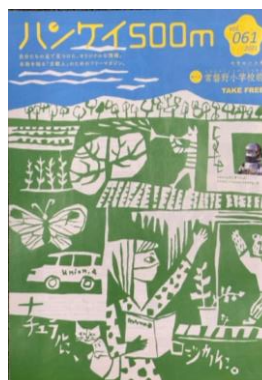
妻が酒蔵の娘で、私は教員をしていました。酒造りは杜氏に任せっきりでした。日本酒は学生時代に飲み過ぎで3日間寝込んで、大嫌いでした。しかし、当主になったので、一から酒造りを学びました。

(京都 第二回)：令和4年12月20日、京都経済センター3階K O I Nにて、「地域を発展させるために、取り組んでいること、夢。継承のための取組について」をテーマに開催しました。話題提供として、地域にスポットを当てた情報誌を制作されている円城さんから、地域にスポットライトを当てた時、どのような観点でお店を紹介されるのかなどを、お話しいただきます。

【話題提供「ハンケイ 500m」株式会社ユニオン・エー 代表取締役/編集長 円城 新子 様】

私は12年前に出版社を辞めて起業し、色々な雑誌を作っています。京都大学の近くで仕事をしており、主にフリーマガジンを発行しています。

「ハンケイ 500m」は2カ月に1回3万部発行して、京都市営地下鉄全駅や



北部の宮津や道の駅、京阪神や滋賀のこだわりのお店に置いていただいています。

この雑誌は、京都市内にバス停が1,600カ所以上あり、そこから歩いて良い意味で「変わっている人」を見つけて取材するのが第一の特徴です。12年間で71カ所しか行けていません。いつも驚くのは、バス停の周りに、こんなにも変わった人が、こんな価値観の方が商いを続けておられると感動します。今の時代にはオリジナルな考え方が不足しているように思える。面白い人がおられ、面白い地域ができていくのか、という関係性です。様々な職業の

方々に、どうしてそうなられたのか、仕事が面白いと思っているか、をインタビューした雑誌です。

「ハンケイ 500m」で取材した印象的な方を紹介します。北白川の行列ができるレストラン。その方が一番楽しいのは仕込みをしている時で、人生で仕込みをする時間を幾ら取れるか計算された位。愛想は無いですが、美味しいので列ができる、京都の不思議と思います。近隣の方が満足されていて、何十年も続いています。

日本酒業界も色々なことがあって、色々なやり方で、これからどういう風にしていくか、一つの考え方が主流になり、皆が同じ方向に向かっていくことが多いのですが、実は違うことで毎日楽しく生きていける方向もあるのでは、というのが、ハンケイ 500m回っての感じです。

京都は特にそういう面白い方が沢山おられるので、参考にさせていただければ、と思います。

【京都橘大学 丸山 一芳 様】

円城さんは京都の地名を言えばその文脈を何でもご存じで素晴らしいですね。私もお話のあった地域に住んでいるので、知っているお店も多かったのが嬉しかったです。大学は山科にあります。学生の多くは滋賀の人達で、京都のことを殆ど知らない。山科区役所の方とも、もっと学生に山科を歩いて課題を解決するような講義でご協力いただいております、このような雑誌があると地域のことを深く知ることができ、とてもありがたい。



【カタルシス 山本 周雅 様】

私は 2019 年から京都大学の近くでバーを開いています。

ところで、表紙のイラストは何方が描かれておられます？

…円城様 森 華さんという京都大学出身のデザイナーで、内容を伝えてイラストが散りばめられています。

⇒バス停はあっさりしているので、楽しいイラストが貼られていたら嬉しいですね。



【京都橘大学 丸山 一芳 様】

これは人ありきで場所が決まるのですか？ 場所ありきで人が決まるのですか？

…円城様 そのあたりをぐるぐる回って面白い人がおられたらバス停を探す感じです。バス停は 1,600 カ所ありますから、どこかに当たりますね。

<話題を受けてのディスカッション>

【竹野酒造 行待 佳平 様】

私は北部で育ち、東京の大学を出て伏見の会社に就職して酒処に住んでいました。そこで何が新鮮に感じたかという、地名に歴史がある。田舎では地域の歴史をそこまで学んでおらず、大人になってから日本海側の丹後の歴史を学びました。すると京都よりもっと歴史がありました。私の住んでいる地域の天照（アマテラス）は紀元前に伊勢神宮で祀られていたとか、また、外宮ができた時に丹波の神である豊受大神が呼び寄せられて祀られた等の言い伝えがあります。また、丹後は中国や朝鮮半島からの海流が着き、それらの文物を大和へ献上していました。

平城京の「水の^{つかさ}司」という酒を造る処で木簡が見つかり、赤米を献上したと記されていました。なぜ赤米を持って行ったのかという、実証はされていませんが「お酒は赤米で造っていた」のことで。そこで、昭和 63 年に村起こしとして、赤米を使って日本酒を造りました。それが地域と一体になってやろうとしたことと思っています。平成 12 年に、赤米の研究家の芦田行雄さんが幻の米「亀の尾」を 3 kg 持って来られたので、種粳を協力農家をお願いして 1 反の田で栽培し、秋には古代米の赤や黒の穂となり一本ずつ収穫しました。その米を更新しながら、5、6 年前に赤い穂を抜いて栽培したところ、新品種として登録認証されました。

我々の処は周りが田んぼですから、農家さんと一緒にやっていく。規模が 20～30ha 位でないと生産効率が上がらず、辞めていかれるのですが、何とか守っていきたいと思っています。今、若い人が農業に参入されてきており、少しずつでも増えていけばいいかと思ひ協力隊になっています。



また、丹後で京都タワーより高い 180m で風車を回すという大規模風車発電計画があり、計画について東大の先生方とディスカッションしました。一人ひとりの意見、考え方が見方によって 180 度違う。マスコミは一方向に報道しがちで、我々は知識を蓄えながら見ていかないといけないと思います。日本酒についても、色んな角度から見ることを学んでいただきたい、それによって日本酒が、世界にどんどん広がるということになっていくのかな、と考えています。

また、お酒を入れる器はすごく大事で、料理屋さんで変な器が出てくれば美味しくないですね。バーでテイastingしていただくのですが、様々なグラスや焼き物などを用意しています。

【松井酒造 松井 治右衛門 様】

蔵は東一条通り、京都大学のすぐ傍です。13 年前に復活した酒蔵ですから、比較的新しい取り組みがしやすいかと思っています。今日お持ちしたのが柚子リキュールと純米酒です。柚子リキュールはベース

が日本酒で柚子栽培発祥の地・水尾の柚子を使っています。形は少しゴツゴツしていますが、香りの出方や味わいにコクがあります。

また、純米酒はボトルに沿ったパッケージで、卵パックにも使われるパルプモールドで、埋めると土に還るので環境対応しており、ボトルもコロナの間に綺麗なグラデーションに変えました。

地域のためにやっていることは、酒造りは結構電気を使いますので、電力の60%を太陽光発電で賄っています。導入した2009年時点で静岡の酒蔵に次いで全国で2社目でした。都市部で酒造りをする難しさを知っていますので、社会貢献できないかと思い取り組みました。

松井酒造の歴史に、水飢饉になった時、初代の松井治右衛門が井戸を掘って村が救われたというのがあります。井戸水は地下60mから汲み上げ、地域の皆さんにも開放しています。口に入るものなので、微生物研究所や産業技術研究所の「飲適」のお墨付きを頂いています。朝早くからコーヒショップやパン屋さんが水汲みに来られています。

コロナの時は、酒造工程で酒米が余る時期があり、食べるお米として地域の子ども食堂に寄付する等、子供達の生活環境をサポートしていきます。また、Jリーグの京都サンガのスポンサーになり、育成世代の皆さんが思い切ってサッカーできるよう取組みを進めています。

最後に、ボトルの工夫を紹介します。ボトルの裏にQRコードを付けて、スマホをかざすと、米を洗っているところ、麴を造っているところ、搾っているところの3種類の1分間動画が、2週間おきに切り替ります。英語字幕も入っていて海外の方も見て頂けます。これは、見学できない時期があったので、お家で酒蔵見学動画をできるようにボトルにリンクさせました。新しい取り組みで楽しみながら仕事ができたと思います。ヨーグルトリキュールの方には、北海道の牧場の様子が出てきますよ。



【白糸酒造株式会社 代表取締役（代理）宮崎 美帆 様】

宮津市は小さな町ですので加工や飲食店が直に結びついてお互いに助けあわないとやっていけません。日本三景の天橋立がありますが、世界遺産にもなれず、「どうしてアニメとコラボしたのか」とよく聞かれるのですが、私は酒造会社で生まれましたが、実際にお酒を造っていたのは昭和52年迄です。父と結婚した母が経営しましたが、続けられなかったもので、他の酒蔵に依頼して「白糸」という銘柄を残していただいています。小さいときから飲食店に出向いて、買ってください、と仕込まれてきました。それで、私は、お酒を造れないけれど営業はできるのかな、と思いました。思春期の頃、お酒を造っていないのに「酒造」というのは恥ずかしいと、母と衝突したこともありました。都会で大学に行き、営業などして20代半ばに宮津へ帰ってきました。恩師が「好きなことを10年やったらモノになる」とおっしゃっていて、私はアニメーションが好きで、アニメに関わる仕事がしたいと思っていましたが叶わず、人より少しだけ知っていることはお酒の営業のこと、お店を続けていくのに必要なことは何だろうと考えた時、すごく少ない選択肢の中から、アニメとコラボした商品ができました。



お酒を造っていただいている方に「すごいな」と言った時、「お酒を造っても、売るのがいないと皆に飲んでももらえない」と言われて吹っ切れ、「私は売りに徹しよう」と思いました。色々な方に言葉をいただき、傾いていた会社が少しずつ立ち直っていきました。

地域貢献というと、観光と商売は結びついて、助け合っていないと成り立たないので、ラッピング列車を走らせるとか、プレゼンとか、自分のできる範囲でやっています。

宮津市役所の方から言われるのは、「宮津にいないから、売り込んで、儲けてきて納税してくれたら社会貢献。」と、言われています。
今日お持ちしましたのは「コードギアス」というアニメとのコラボしたオリジナルの味の純米吟醸酒、木箱と桝を付けて 12 月 23 日の発売です。



【小山 幸司郎 理事】

お話の中で、「税金で貢献」とありましたが、私は、商売されていて、結果的に、地域と良い関係が
つくれて、お互いがウィンウィンで地域が元気になることが「地域貢献」と思っています。

【佐々木酒造 佐々木 晃 様】

酒蔵は上京区の西陣にあり、納税協会等の講演で酒の売上は昭和 48 年が
ピークで、それからは右肩下がりです。1/4 になっている、とお話しすると、
西陣織の方から「私とこは 90% 減や」と言われ、逆に励まされます。
昔は上京区に酒蔵は沢山ありましたが、今は当社のみで、ここで事業活動
することが地域貢献に繋がると思います。



酒造りとは別に、昨年秋から「酒蔵ツーリズム事業」を始めています。

酒蔵巡りという、他地域では酒蔵が密集している所を何軒も巡りますが、1 軒しかなく、一番近い
松井酒造さんも歩いて 30 分ほどで連携するのが難しい。ですから、酒蔵はうちだけですが、近くに
は西陣会館や清明神社、茶道の家元さんなど文化的な施設が多いので、それらを巡りながら楽しんで
いただく。補助金と事業費も加え 3,500 万円ほどで酒蔵の改装や設備を入れ、今秋シーズンは、ほぼ
毎日、観光客を受け入れています。「らくたび」ツアーでガイドが周辺を案内して、萬亀さんのよう
な料理屋さんで料理を食べながら日本酒を飲む、という酒蔵ツーリズムです。地域と一緒に取り組む
ことが貢献に繋がればいいな、とさせていただいています。

これは、今シーズンの搾りたてのお酒で、スッキリとした飲みやすく、千円ですが、高いものと飲み
比べても、こちらが美味しいと言われます。また、ハチミツリキュールは、北山の養蜂家のハチミツ
を使ったお酒で、日本酒を入れてブランデーで香付けしたものです。他に、食品原料として、甘酒の
素の米麴をドーナツ屋さんに提供して作っていただいています。

【京都橘大学 丸山 一芳 様】

竹野さんが最初におっしゃった「一面的なのはだめ」と聞いて、その通りと思いました。地域を発展
させる、地域との関わり方というのは、事業を継続していれば、それが良い関係であるという証拠で
す。価値のないものを作っているのは存続できないので、存続していることは、もうすでに地域の発展
に貢献、地域に果たす役割があると思います。作られているお酒が違うし、主義主張、やり方も違う
ので当然なのかなと思いますが、地域の農家さんとやっていくのが大事で、何をもってこの地域のお酒
というのは、水なのか、米なのか、人なのか、と思います。新しいものを研究されて認められると
独自性になるので、その地域じゃないと繋がらないということを、勉強できました。器についても、
良い器で飲みたいと思いました。

松井酒造の柚子のリキュールについても、柚子栽培発祥の地というくだり
があるだけで、ストーリーがあるのでその方が美味しく感じるものです。
また、水についても、飢饉の時のことを伺い、長い歴史の中での経緯が
あって、物語含めていただけるので美味しく感じられるのか、と思います。



白糸酒造は、営業に向いている、アニメが好き、好きなことを 10 年続ける、というのはその通りで、
学生にもぜひ好きなことで仕事して欲しいと思うので、勉強して欲しい。また、お酒を造っていない

と、何度も仰っていましたが、お酒の新しい価値やお酒の新しい側面を造っておられ、一面的な見方ではない在り方を示していただきました。

佐々木酒造は、酒蔵ツーリズムという新しいプロジェクトにチャレンジされている。私も萬重さんでお弁当を食べられるので予約しようとしたら 1 月末しかなく、しばらく予約できない。酒蔵だけでなくいろんなところも含めた方が、経験価値も高まってお酒の印象も良くなります。

全体を通して大手ではないので、地域独特の何かと組み合わせた商品が強い、文脈が掘り起こされているような、正に最初のお話にあった「そのバス停から」のような文脈の掘り起こしが、お酒にも表現ができるのかな、と教えていただきました。

【カタルシス 山本 周雅 様】

若い人の意見としてよくあるのが、柚子のお酒なら柚子ジュースの方が美味しいし、お酒でなくてもよいのでは、少し癖もある。売る方として、お酒の方がいいのだ、お酒として飲むのがいいという、伝えていくヒントが欲しいのですが。

【竹野酒造 行待 佳平 様】

この3年間はコミュニケーションができなかったのでは。宴会も禁止されていたので、会話がぎこちなかったが、最近は緩和されてきて、お酒が入ることで会話が滑らかになってきました。お酒があると、ハードルがどんどん下がります。常識的な範囲でお酒があると、リズミカルな会話ができます。お酒は適度なスローフードとして、ゆっくりコミュニケーションできます。

【ユニオン・エー 円城 新子 様】

お酒は好きですが、そんなに飲めないのが、柚子やハチミツのお酒はとてありがたい。ソーダ割にして飲んで、とても嬉しい、柚子ジュースは飲みたくない。このようなものが老舗で出していただくと、お店に行って、日本酒を1合飲めないのがノンアルコールになるけれど、これだったら飲んで参加できて楽しめますね。

【松井酒造 松井 治右衛門 様】

私も量を飲めないのが、いいなと思って作りました。アルコールは後天的に美味しいと思っていて、未成年の時の飲んでも美味しくない。ワサビもそうですが、子供は泣いてしまいますが、大人になりだんだん味わいを覚えてくる中で、お酒が美味しいなと思える瞬間がくると思うので、そこに至る迄経験をどう積んでいただくか、若い世代の皆さんには大切なところですね。

【白糸酒造 宮崎 美帆 様】

お酒があると話も弾むし、楽しくなります。柚子ジュースはお腹一杯になります。また、日本酒だけでも色んな味があって、お酒ほど味が沢山ある飲料は無いので、楽しんで欲しいと思います。

【佐々木酒造 佐々木 晃 様】

商売と酒が強いのは別で、私もあまりお酒に強くなって、ノンアルコールビールの職人もいます。無理に飲ませると、次から来なくなるので、無理強いしてはいけません。

【京都橘大学 学生Aさん】

飲み会のような多くの人が集まる時には、後輩とかの前ではカッコいい姿を見せないといけないので、お酒を飲んでいる風にして、ノンアルコールを入れたりします。

【京都橘大学 丸山 一芳 様】

大学ではまだコロナがあるので感染防止について注意喚起しており、歓迎会もできていません。今、

彼らが日本酒に関する大学生向けのアンケートを作っていて、初めて触れたお酒が不味いと一生飲まないで、最初の一口は何だろう、というのを採ろうと、選択肢を列挙しているところです。もしかすれば、七五三の時の神社で飲んだ御神酒が不味かった、コンパで行った居酒屋で出た酒が不味かった、翌日の二日酔いもその酒のせいで、二度と飲まないなど、幾つかの悪い接点があるかもしれない、逆に、いい印象の人は最初の一口が美味しかったからでしょう。例えば、大学生はブラックコーヒーを余り飲まないですね。苦いからというのを平気で言う、これは多分、最初の一口目は大事ではないか。昔とは色々な飲み方や接し方が違うかもしれないでしょうか。

【リカーマウンテン 信田 祐吾 様】

ノンアルコールはそのままの味ですが、アルコールは物質の要素を引き出す力があるのではないのでしょうか。柚子ジュースは本来の味なのでしょうが、柚子リキュールはアルコールによって、本来の味をより強調してくれている。蜂蜜リキュールも同じと思います。造り手は素材プラス α の何かを出されています。

【街中スナック ママ 前田 叶夢 様】

お客様から、日本酒には香りがあると言われます。海外のお客様は香りが立つ柚子のを、日本酒やリキュール、焼酎にも入れると喜ばれます。若い人は覚えたら早いけれど、教えてもらえる機会が無いので、いい先輩や飲み場が好きでそこで出会った人に教えてもらえる人と、知らない人はずっと知らないまま。

また、若い人達は取り敢えず買って見て、試してみる、というスピードがドンドン速まっています。このようなお酒の勉強会を若い人向けにやれば良いと思います。



【松井酒造 松井 治右衛門 様】

香り系のお酒や味系のお酒と言われるが、私はあまりカテゴリー分けしません。香りと味は、鼻と口はくっ付いているので分けられるはずが無い、と思っています。人間の味覚は、香りの影響をすごく受けるので、例えば、かき氷のシロップは香りと色が違うだけで、味は全部一緒というお話がありますが、香りと色で脳がイチゴやメロンと思い感じているだけらしく、鼻をつまんで食べたら全部同じらしいです。香りは味覚に影響を与えるので、うちのお酒は、香りをしっかり出して華やかにしたいなって思っています。

【竹野酒造 行待 佳平 様】

先週、フランス人から、アジアは甘い酒ばかり売れるが、フランスは売れない。獺祭はフランスで最初は香りが高いから良く売れたが、最近は甘いから受け入れられずに苦戦している、と言う。当社のお酒も甘い方なので嫌われているのかと思っていたが、そうではなく、香りと味のバランスが大切とのこと。器にこだわるのも、そのバランスが崩れないよう、飲み方も気を使わないと、目的の味わい方をするには、こういう器にする、のが大事だと思います。

日本酒は精米歩合で4種類に分けていますが、それだけに限らず独自に開発すれば良いと思います。

【白糸酒造 宮崎 美帆 様】

私共では立命館大学と精華大学の学生を預かって仕事を通して勉強していただいています。お酒を飲む機会が多いので、最初は違いが判らなかったのが、段々舌が肥えてきました。

【京都橘大学 丸山 一芳 様】

学生たちは、これまでの間に松井酒造さんで酒蔵見学させてもらい、色々とお酒を飲んでいきます。

1種類だけだと違いが分からないが、少しずつでも色々飲むと違いが分ってきます。

【ジェットロ京都 庄 秀輝 様】

お酒に馴染みがあるのと無いのとは大違いです。食は保守的で、外国人にとって鰹だしや緑茶は「生臭い」と感じられます。また、外国の方とのコミュニケーションは大切ですが、英語を流暢に話せなくても、お酒が入るとハードルが下がりますね。



(京都 第三回)：令和5年1月20日、京都経済センター3階K O I Nにて、「「伝統と革新」これからも守り続ける（大切に作る）ものは何で、変えていかなければならない（変えていかないと生き残れない）ものは、何か」をテーマにディスカッションしました。最初に、京都橘大学経営学部・丸山先生のゼミ生がまとめた「学生に聞いた『日本酒飲みますか?』アンケート結果」を発表して頂きます。

【話題提供 京都橘大学経営学部 丸山ゼミ2年生 渡辺 史香 さん】

京都橘大学の学生を中心に『日本酒飲みますか?』アンケートを行い、77名から回答を得ました。

①若者の酒離れが進んでいると言われているが「飲まない」と答えたのは少なく25%。②その理由も未成年、体質、苦手が多い。③飲むと回答した中で日本酒を飲むのは56%。意外と飲まれている⇒マーケティングや新しい製品開発により増加が期待できる。④初めて日本酒を飲んだのは⇒家族との食事や飲み会が多い。⑤日本酒を飲まない理由⇒味や匂いが苦手、度数が高い、そもそも飲んだことが無い、が多く、「なにこれ!?!」と興味をそそるような日本酒があれば。⑥お酒を飲みたいと思うのは⇒友人と会った時やお祝い事等、特別な日で、コミュニケーションを円滑にするツール。⑦お酒を選ぶ時重視するのは⇒圧倒的に味重視! 次に価格、アルコール度数、若者に好まれる味や何かの料理に特化した商品開発が大事、意外にラベルや見た目は気にしていない。⑧日本酒のイメージ⇒アルコール度数が高い、年配の人が飲むもの、飲むハードルが高い、などの固定概念が強い。反対に料理に合う、美味しい、とのプラスイメージもある。⑨日本酒の原料は? ⇒米は殆どの方が知っているが、麹菌や酵母は知られていない、麦や砂糖、ホップを選択する人もあり啓発が必要。全て回答した人の7割強が日本酒を飲むと回答。⑩男女別は、お酒を飲む割合は男性80%、女性69%⇒日本酒を飲む割合は男性78%、女性34%、女性の割合が低い。男女別の傾向では、男女とも共通は「お酒を飲みたいタイミング」⇒多くが、お祝い事がある時、楽しくなりたい時、友達と会う時、食事と一緒に楽しみたい時。



アンケート結果からの提案として「度数の低い日本酒の開発」「何かの料理に特化している」「特別感や個性を醸し出す日本酒」「酵母を全面に出した日本酒の開発」などがありました。

結論として、大学生向けに酵母の意味や役割、食事との相性への影響など、特性の普及・啓発活動が必要かもしれません。

【松井酒造松井 治右衛門 様】

良く調べられています。この調査では、若者は、想定以上に飲まれている。低アルコール、価格帯、味についてとても参考になります。

【佐々木酒造 佐々木 晃 様】

私自身も、学生時代では日本酒をあまり飲んでいなかった。現在、イベントをすれば若者は集まってくるが、普段から日本酒を買わない。非日常や祭の時は飲むので、毎日を祭にしたい。

【小山 幸司郎 理事】

アルコール度数は、低いと味は変わるのですか？ 作り手と買い手の立場から教えてください。

【松井酒造 松井 治右衛門 様】

産技研の酵母「京の恋」を使ったお酒は13度と低アルコールで、コロナ禍では「おうち飲み用」で良く売れています。仕込みや配分を調整して、味が淡白になるのを工夫しています。

【京都市産業技術研究所 清野 珠美 様】

アルコール度数が低いと味わいが淡白になり、途中で発酵を止めると、後で悪くなる。伝統産業品としての日本酒は15～16度と定められており、そこを外れると、そうで無くなります。

【リカーマウンテン 信田 祐吾 様】

お酒を飲むタイミングとして、月曜からアルコール度数が高いお酒を飲めない。ビールは5度。飲むシチュエーションをきっちりしないといけないのでは。



【カタルシス 山本 周雅 様】

お客様からはアルコール度数より、味わいを求められます。

【街中スナック 前田 叶夢 様】

お客様が「飲みやすい」となり、このアルコール度数は何度？となります。また、明日に残らないのが良いです。

【中小企業診断士 石井 規雄 様】

ラベルの求められるのは、家飲みと店飲みでは違うのでは。家では限定や特別感のあるラベルで、店ではビールも生ビールで。ラベルはいらない。



【ジェットロ京都 庄 秀輝 様】

ジェットロでは、シーフードに一番合う酒は日本酒と海外にはお伝えしています。全方位で行くより、シチュエーションをクリアにした方が良いのではないのでしょうか。

【佐々木酒造 佐々木 晃 様】

私とこは、問屋さんなどのお得意さんから「どんなん売れますか？」と聞いて造っています。

【松井酒造 松井 治右衛門 様】

鯖街道の起点の若狭・小浜での鯖養殖に、うちの酒粕を配合した餌で「酔っぱらいサバ」が誕生したこともあり、サバ料理に合う日本酒があります。また、FM京都ともコラボして、ラジオを聴きながら味わう純米吟醸酒「京春雅」を出しました。かつてメインだった日本酒も、今は脇に置かれていて、わざわざ飲む、これはラジオも一緒に、わざわざ聴く、記憶に残る香りの華やかさなど、ラジオのパーソナリティと通じるのがあります。

【白糸酒造 宮崎 美帆 様】

アニメの「殺し愛」をイメージした純米吟醸酒「殺し愛」は、ラベルはもちろん、味もポップで軽め、お洒落のテーマで作り手にお願いしました。



【リカーマウンテン 信田 祐吾 様】

今日は日本酒に合うつまみを用意しました。エイひれ、ホタルイカ、一口チーズ、チーズ+イカ、オクラ・・・日本酒が伸びると、イカ産業も伸びます。

【街中スナック 前田 叶夢 様】

お客様にナッツをメインのおつまみとして出すと、赤ワインばかり注文されますよ。

【カタルシス 山本 周雅 様】

若いお客様は、おつまみにはこだわられないので、あまり出しません。

【松井酒造 松井 治右衛門 様】

若者のお酒離れもありますが、おじさんも酒離れが進んでいます。後天的に飲めるようになるので、呼び水で「こっちの水は美味しい！」と言ってもらえるよう、これからの世代に「日本酒を面白い！」と思っていただけるよう、取り組んでいきたい。例えば、この「みかんリキュール」はアルコール度数が5度で、食感が面白く、口当たりが良いですよ。

【京都橘大学 丸山 一芳 様】

そうですね。入口を工夫していかないと。お酒は20歳になってから飲めるものなので、後天的に、段階的になじんでいかないといけないでしょうね。日本酒の材料が大根というアンケートの回答があるように、合わせて正しい知識も教えていくことが大切ですね。

【カタルシス 山本 周雅 様】

日本酒を飲む時のお猪口は、テキーラみたいで「アルコール度数が高い」というイメージ、幻想があります。ビールのようにジョッキでグイと飲むのは度を低く感じます、器も大事ですね。

【京都市産業観光局クリエイティブ産業振興室 林 様】

ワインやリキュールは味わいやお洒落な雰囲気から入れます。しかし、日本酒はラベルが行書体で、いかついメーজです。若い女性には抵抗があるのではないのでしょうか。

【佐々木酒造 佐々木 晃 様】

年々日本酒の売上が低下しており、逆に増えているのがリキュール。昔から日本酒の職人は「ええもん造っていたら売れる」と思っていたが、売る努力をして来なかったのではないかな。売れないと造れない、後継者もいなくなる。やはり売れなアカン！

【小山 幸司郎 理事】

そうですね。やはり売れないと、消費者から支持されないといけないですね。

【中小企業診断士 石井 規雄 様】

日本酒の銘柄は沢山あるが、違いが判る人は少ないのではないのでしょうか。ビギナー層にアピールする「〇〇入門」のように裾野を広げていかないと。ソフトドリンク+α、そこから一步進んで行く。日本酒の多様性を知らしめ、入口のアプローチを増やしていけば、広がっていくのでは。また、酒蔵のストーリーに共感したり、関係者になったり、お客様と造る側と一緒にカルチャーを喜び合い、楽しむことが大事ではないのでしょうか。例えば、地域の方と共通する目的を持って、一緒に酒蔵ツーリズムをやるなど。

【松井酒造 松井 治右衛門 様】

皆でお米を作りましょう。製造工程に参加していただくと、全て無駄になりません。酒糟から奈良漬ができるし、ジンもできます。

【白糸酒造 宮崎 美帆 様】

先日、うちで働いている学生達を連れてリカマン三条店に伺った時、日本酒の可愛いラベルやカッコ

いいラベルにみんな興味津々でしたよ。最初の扉を開くのは「見た目」が大事です。触りやすいようなお酒が良いですね。

【小山 幸司郎 理事】

売方でビギナー向けのお酒を揃えていくのはいかがでしょうか。

【リカーマウンテン 信田 祐吾 様】

1本ずつ味わいがすぐに分かるようなラベル、デザインですね。また、イベントや祭で日本酒のPRをどんどんやっていくのも必要ですね。



【京都橘大学 丸山 一芳 様】

味が分かっていない人達も、取っ掛りの時に初めて味が分かっていくのです。アニメのラベルから飲んで、味わっていく。パッケージデザインや機能性も大事。また、若い人にとって「権威ある」人に「日本酒は美味しい！」と言ってもらい、取っ掛りをつくっていく。まず、関係人口を増やしていくのが重要ですね。

【小山 幸司郎 理事】

若い人、日本酒を飲みましょう！ そのために「仕掛け」を色々やりましょう。

4. 日本酒業界ワークショップを終えての気付き

伏見エリアと京都経済センターK O I Nの2カ所で各3回開催した日本酒業界ワークショップでは、酒造会社から様々な歴史や経営方針、新たな取り組み、事業承継の状況等を伺いました。

特に、酒蔵がたくさん存在する伏見エリアと、京都の洛中や北部での酒蔵では、日本酒造りの水や米、麴などへのこだわりや本物志向など、共通する取り組みは多くありました。しかし、経営資源の活かし方や、地域との連携には、それぞれ独自のものがあり、参考にすべきものが多くありました。

また、酒販業や飲食業、大学の先生や学生、京都府・市の関係者等の多方面からの情報提供やディスカッションにより、他のアルコール飲料の売り方や飲まれ方や海外での日本酒人気などを伺うことができ、学生へのアンケートからも、若い方のアルコール、特に日本酒離れについての興味深い結果や提案を得られました。

今後の日本酒業界の在り方や活性化について、ワークショップを通して多くのヒントが得られましたので、業界振興の一助としていただけたら幸いです。

以 上

【文責：中小企業診断士 大井 義雄】