

清酒醸造に白麴を使用することによる、 これまでにない特有の酸味を有する日本酒の開発

概要

清酒醸造には通常使用されていない白麴を用いることで、特徴的な酸味(クエン酸)を有する日本酒を醸す。すっきりした酸味は料理の脂分を洗い流し、口の中をリフレッシュさせることができるため、肉料理、特に焼肉店向けの食中酒として展開し、新たな需要を掘り起こす。

本事業への取組みの経緯

「日本酒ブーム」の兆し

高齢化による飲酒主力層の減少や若者の日本酒離れ、生活スタイルの洋風化や食習慣・嗜好の変化、代替品の台頭など、様々な要因から日本酒市場は昭和50年頃をピークに縮小傾向が続いた。

しかし近年では、女性をターゲットにした商品ラインナップや日本酒を提供する飲食店の増加など、若い世代でも日本酒を飲む機会が増えてきており、海外での日本酒ブームと相まって国内でもブームの兆しが現れはじめています。

ターゲットは「肉料理」

若い世代へも徐々に浸透しつつある日本酒であるが、一方では、悪酔いする、種類が多くて難しい、敷居・ハードルが高いなど、昔ながらのイメージや思い込みも根強くある。また、一般的に日本酒のお供といえば和食・魚料理というイメージも強い。

このような中、「肉料理に合わせることで日本酒をもっと広められないか」、同社が注目したのは肉料理(中でも焼肉料理)にターゲットを絞った日本酒であった。

焼肉は20代・30代の若い男女にも良く利用される外食先であり、山口県は全国的に焼肉激戦区でもある。しかし、現在の市場には、肉料理に合う酸味を基調とした日本酒は存在しないことから、このニッチな市場に潜在的ニーズがあると判断し、本事業への取り組みに至った。

本事業の内容

味の決め手は焼酎用「白麴」

本事業で開発を目指した日本酒の特徴は「肉料理に合う酸味」である。スッキリとした酸味のある日本酒は肉料理の脂分を洗い流し口の中をリフレッシュさせる“味のリセット効果”をもたらすことが期待できる。

このスッキリとした酸味を出すには、レモン・柑橘類に含まれる「クエン酸」を必要としたが、通常の清酒醸造に使用する黄麴からはほぼ生成されない。この為、焼酎醸造用の麴として主に用いられる「白麴」をあえて使用することで、スッキリとした特徴ある酸味を出すことに成功した。

課題は「菌の混在防止と精緻な温度管理」

通常、清酒醸造には黄麴菌を用い、白麴を用いることは稀である。それは一酒造期間内に黄麴と白麴とを並行して造ることは菌が混ざる恐れがあり安定した製麴ができないからである。また、黄麴菌と白麴菌とは繁殖する温度帯も異なる。

これらの課題を解決するため、洗浄容易性の高い最先端製麴装置を導入した。これによって徹底した菌の混在防止と精緻な温度管理も可能となり、安定した製麴と白麴を用いたスッキリとした酸味のある日本酒の醸造が実現できた。

こだわりは「酸味と甘みのバランス」

開発を進めるにあたって、まず県内240店舗の焼き肉店で嗜好調査(甘辛・濃淡・アルコール度数など)を実施し、より嗜好に合う酒質になるよう、麴の酵素力価・酒母・醪など、影響する成

酒井酒造株式会社

代表取締役社長 酒井 秀希

設立 昭和 25 年 3 月

山口県岩国市中津町 1 丁目 1 番 31 号

〒740-0027

TEL : 0827-21-2177 / FAX : 0827-21-5372

URL <http://www.gokyo-sake.co.jp/>

E-mail info@gokyo-sake.co.jp

資本金額 1,000 万円 従業員数 20 人

業種 飲料・たばこ・飼料製造業

企業概要

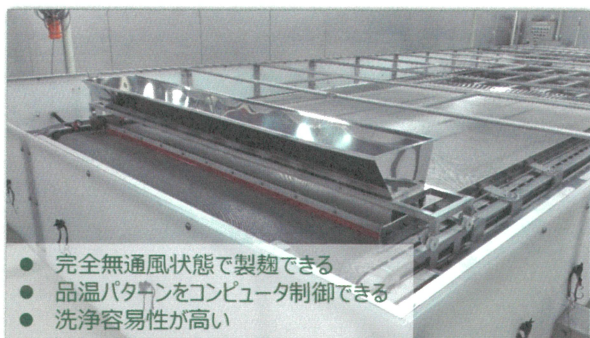
明治 4 年創業、伝統が醸し出す岩国の銘酒「五橋」を世に送り出す。

昭和 22 年、全国新酒鑑評会第 1 位の獲得により一躍全国にその名が広まる。

山口県の風土が育んだ「米・水・人」が三位一体となった伝統的な酒造りにこだわる一方、最新設備の導入にも余念がなく、蔵の技術力には定評がある。また、現代においては非常に珍しい「木桶仕込み」を復刻させるなど、良質な酒造りへのあくなき探究を続けている。

分の分析・調整を繰り返しながら開発を進めた。

また、「白麹」の使用にあたっては酸が出過ぎるという難しさがあったが、甘みを高くして酸を抑えるなど、微妙な調整で酸味と甘みのバランスを整え、製造工程から自然発生的に生じる酸の利用にもこだわった。



完全無通風自動製麹装置

事業の成果と波及効果

事業の「成果」

商品化に向けて行った試飲アンケートによる実地調査の結果から、スッキリとした酸味（白麹から生成されるクエン酸）を有する日本酒が肉料理（焼肉）に合い、加えて、それに対する確かなニーズの存在も確認することが出来た。

また、低いアルコールで飲みやすさを求める層（若い男女・中年の女性）と、高いアルコールで味・こだわりを求める層（若い男女・中高年の男性）の 2 つの層に対してニーズがあることも分かり、商品化に向けた酒質の方向性も定まった。

事業の「波及効果」

飲みやすさを求める層に対しては若い世代に人気の「純米発泡酒ねね」を、こだわりを求める層には一部店舗だけに販売を限定している「純米生原酒 Z ファイブ」を、それぞれ白麹版で商品化し、「純米発泡酒ねね」（白麹版）については 1500 本が販売された。



【左】純米生原酒 Z ファイブ／白麹
アルコール分 17.5%／1800ml

【右】純米発泡酒ねね／白麹
アルコール分 5%／300ml

今後の展望

「純米発泡酒ねね」（白麹版）はネット販売も視野に入れ、県外への拡大を見込んでいる。

また、最先端製麹装置の導入によって複数の麹が扱えるようになったことから、黒麹も含めて新たな酒造りに取り組むと共に、酒質・ボトルの改良を行い、ワインの代替酒として洋風の飲食店にまで視野を広げた展開も見込んでいる。