

Gastronomy Review

ガストロノミーレビュー



定価525円(税込)

第5回 名誉刺酒師酒匠 任命式典

10月13日 酒造之太祖 久斯之神 出雲佐香神社にて開催!

■特集 2004年秋、
日本酒本番、はいります!

中国酒の愉しみ
究極のテイスター酒匠
日本人としての
チーズの楽しみとは

その能力をもって「世界の酒日本酒」の実現を

「ランバノグレイソン」物語り
お米のこと、本当に知っていますから前編
飲食分野で求められる水①

帝夏のココナツクワヒリソウ

女性のためのアルコールライフ
酒は女のたしなみ、みだしなみ?

■連載

焼酎北海道を進め!

本格焼酎の魅方、特別編
国道58号焼酎海道の旅レポート 後編

山本祥二郎の酒情報

中国酒視察団・酒蔵探訪(秋田県)他

クローリアスアツパ

「銀座小はれ日より」
旬のハワーを食べる 里幸



2004年秋、 日本酒本番、 はいりまへす!!



日本酒は今、日本酒史上空前のクオリティーの高さだ!

ご存知ですか?

日本酒は今、史上最高の品質であるということを知りませんか?

驚くべきことに、消費量、生産量、出荷量が減ったおかげで各社の品質が上がりまくり、過去二千年の日本酒歴史の中で最も品質が高くなっているというのです。大きな声ではいえないけれど、蔵元さんがそういうのだから間違いない。

そのうえ、値段がそんなに上がってないところがあるのもつとすこいではありませんか。冷えた切った日本酒マキケツトの中を生き抜く蔵元さんたちの努力は、じわじわとその効果をあらわしつつあることを目撃してはいけません。

それに連動した、バラエティーの豊富さも魅力のひとつ。それら昔のようにカップやバックのデザインにばかりが揃えるのではなく、タイプの違い、価格帯の違い、サイズの違いなどのバラエティーが揃い始めているところがポイントなのです。

タイプという意味では、数年前までは律も杓子も雑穀辛口でしたが、今は濃厚で旨味のあるタイプや無濾過や薄りタイプがありますし、フルーティーな大吟醸だけでなく米のふくよかさがある純米酒や、爽やかでオシャレな発泡タイプ、日本酒の概念を越えた熟成酒まで幅広く揃っています。

価格という意味では、同じ四合瓶でも数百円のものから一万円代のもまであります。昔なら「いーちまんえーん!」と驚かれたでしょうが、内容に魅力さえあれば2万円でも5万円でも10万円でも50万円でもいいはず。納得すれば購入するお客様がいるのですから。750mlのワインに1本30万円があるのに日本酒にないのも寂しいお話ではありませんか。

サイズという意味では小ぶりなサイズが増えました。昔みたいに大家族でもないし大量に飲むわけでもない、置き場所もない今の時代のキーワードは「二人で飲み盛りサイズ」、いやいや「一人で飲み盛り手頃なミニボトル」も増えたこと増えたこと。

これは、偶然と必然がうみだした結果かもしれないませんが、ともかく、日本酒が元来ないと映く側面を多くよく観察してみると、こんなことが見えてくるのです。



アメリカでは日本酒ブーム、 大都市圏では「ブーム」ではなく「定着」の域へ！

LAやニューヨークでは、いまや、日本酒が、ではなくて「SAKE」が定番の域に入っていることをご存知ですか？
SUSHIや和食が人気を博しているアメリカ大都市圏では、日本酒はブームではなく定着なのです。

ちなみに、昨年のアメリカの日本酒輸入量は2059kl。一升換算で114万本です。これは前年の10.12%増。流通量が増えているのですが、特にニューヨークでは800銘柄くらいはすぐ簡単に手に入る状況なのだとか。日本の田舎町よりすごい数ではありませんか？

ニューヨークタイムズ紙をはじめとして、評判のいい雑誌では日本酒を取り上げることも多いとおっしゃるのは、日本在住のアメリカ人日本酒ジャーナリスト、ジョン・ゴントナー氏の弁。また、エグゼクティブの間では「RED! SHU(冷酒)」がステイタスになっていると教えてくれるのは、NY在5年の醸造師赤尾氏の弁です。

さらに、この赤尾氏の口から出てきた驚くべき話は、「醸酒師」の資格で、「レビサ」を取得できた」ということ。このレビサとは駐在員として働くためのビザで、申請しても一年二年、それ以上待たなくては取れない難しい基準があるのです。昔は寿司職人など特殊技能があれば比較的楽に取れたらしいのですが、寿司の技術を取得するだけでも時間

がかかるわけですから、赤尾氏の思いではこのレビサ、取れないんですな。

これからアメリカで働きたいという方なら、もしかしたら「醸酒師」が、意外なスキルめかもしれませんよ。実際、アメリカで「醸酒師」の資格取得者は10名程度だとか。うちアメリカ人は一人。この資格を取りたいという人は年々増えているそうです。





ヨーロッパの一流店でも 日本酒がオンリスト。 上海台湾でもブームの兆し。

フランスの三つ星レストランでも日本酒が飲めるのを「存知ですか？」

勉強熱心なソムリエは知っています。世界の美食家が日本酒に注目していることを。

日本酒はどんな食材にも合う万能食品酒だということ。サービスの仕方によって「つまみ」もエレガントに演出できることを。

たった一人で三つ星レストランに売り込みに行き、オンリストに成功した蔵元さんがいますが、魅力のある日本酒の造り手とは世界レベルの一流店は今手を結びつつあるのです。

フランスのみならず、イタリア、スペインの人気レストランや、アジアのお金持ち&グルメの街台湾や上海の食のプロたちが日本酒の魅力に開眼しはじめています。

世界のステージでの日本酒の活躍は本物になりつつあるのです。

人気飲食情報誌は、こぞって「日本酒特集」「本格居酒屋特集」

しかしまあ、雑誌って無責任だよねーと思いつつ、買わずに読まないといいれない雑誌たち。

「ワインブーム到来」と書き立てておきながら、「ワインブーム終了」と勝手に終わらせてしまったときは、なんだかムフとしたものな。

「空前の焼酎ブーム」・「焼酎ブーム終了」→「次は日本酒だ」みたいな空気がじんわり流れている情報雑誌界ではありますが、これで日本酒、乗っかっちゃったなら、「ブーム終了」と書かれる日を覚悟しないと、という思いあるかもしれませぬ。

情報に踊らされるのはいやだけれど、情報を知り分析することは必要です。ここは、じっくり観察しながら、造り手も飲み手も、冷静な、いや、個人の感覚を失わない見方をしたいものです。

オール・アバウト・ジャパン日本酒サイト人気

今やインターネットの日本酒関連サイトは花盛り。企業レベルから個人レベルまであらゆる話題が飛び交うのがネット界の特徴でしょう。まじめに勉強熱心なお酒屋さんのHPや適度な内容の無記名掲載版など、雑誌では書けない、書ききれない情報が満載です。

その中で注目なのは、ユニークユーザー1000万人を超えたというポータル情報サイト「ALL ABOUT JAPAN」の「日本酒サイト」。各種の専門家達がさまざまな角度からテーマに沿った情報を提供していくのがこのサイトのスタイルですが、この日本酒サイトで面白いのはガイドが実際に飲んで美味しかったものを盛り気なく紹介する（ウマイッと呼び出して飲みたい日本酒）シリーズや、全国各地の美味しい地酒と旬のおつまみ、美味しいお酒や肴を紹介する（全国うまい酒うまいもん探訪）シリーズ。

ポイントも、ただベタ褒めの紹介記事ではなく、実際にお金を払って飲み食いしているガイドの鋭い分析と感想が、

たしかに、人気雑誌は日本酒や居酒屋特集をはじめています。正直、よく見ると同じ銘柄や同じお店が掲載されていることが多いので、「あ、情報ルートが同じ」とがっかりしてしまふこともあります。その中にも、緩やかだけれど今までは違う傾向が見えたり、ちょっと心に留めておきたい情報が盛り込まれていることを見逃してはいけません。



結構使えるというところ。経験者の話ほど説得力のあるものはありません。メールマガジンの登録者に業界人が多いというのもうなすけです。



<http://allabout.co.jp/gourmet/sake/>



東京有楽町の人気居酒屋「宝」での、日本酒イベントの盛況ぶりといったら、そりや物凄いなものでした。参加客が55社、お客様1200名という盛り上がりで、予定数の倍近い人数のため、広い店内も熱気ムンムン。お酒に合わせたお料理の人氣も高く、開場早々から大盛り上がりでした。まず、蔵元さんの参加が多かったのは、他のイベントでは必ず取られる「出展料」がかかからないというところ。お客様の参加が多かったのは造り手の方と直接話をしながら飲めるというところ。もちろん、お酒にあわせた料理やつまみがおもしろいところもポイント。あまりの人の数で、セミナー講師の話が聞きにくいといったこともあったけれど、いやはや、日本酒が売れないなんてウソじやないのといったくらい盛り上がりでした。

この他、各地で開催される蔵元参加型のイベントはどこも盛況。走り手さんと話してみたいと願う日本酒ファンは、たくさんいるのです。



北イタリア発祥のスローフードという言葉が流行っています。その土地土地の旬の食材を、その季節に食べることで身体が一番いいことだというのが根本理念ですが、なにもカタカナ外来語を使うまでもなく、日本には昔から「身土不二」という同義の用語があるのです。日本人なら日本の伝統的なお酒や食材を取ることが健康の秘訣だ、ということ。これは、世界一の長寿国という数字をみてもわかるとおり、きっとみんなが実感しているはず。なにもイタリア人に教えられることなく私達は昔からそれを知っていたのです。

また、四季の美しさがはつきりしている日本では、その季節ごとの旬の食材を四季の風景とともに楽しむことができます。季節を感じることの出来る日本のお酒といっしょに、たとえば、秋なら、脂と旨味ののった秋刀魚や柿と「ひ

季節を感じる」ことの出来る日本のお酒といっしょに、たとえば、秋なら、脂と旨味ののった秋刀魚や柿と「ひ



やおろし」。これらは冬に入る前のエネルギーを身体に与えてくれます。赤や黄色に染まった木々をめでながら紅葉酒なんていかがでしょう。

「新酒」の季節にはあたたかい湯豆腐がぴったり。はらはらと舞い散る雪を見ながら雪見酒もおつですし、新年を祝う祝い酒になります。

春には躰月を眺めながら「春酒」で酔にやりましょう。竹のこなど春の山菜の滋味は冬眠から覚めた身体に響き入ってくれます。

日本人なら、日本の風土が育み出した日本のお酒と旬の食材が、益か健康な人生を彩るということを体が覚えてはくれます。

さあ、これから日本酒本音の季節です。

information

第21回
酒師
2005

◆東京会場 (後楽園会館) ※どちらかご都合の良い日をお選びください。

2月4日(金) 5日(土) 場所▶東京都文京区後楽1-7-22
TEL:03-3815-8171
URL <http://www.stay-ok.com/korakuen/>

◆大阪会場 (大阪リバーサイドホテル) ※どちらかご都合の良い日をお選びください。

2月6日(日) 7日(月) 場所▶大阪市東淀川区野田5-12-30
TEL:06-6929-3251
URL <http://www.osaka-riverside-hotel.co.jp>

◆東京・大阪会場 (講習会会場)

3月11日(金) 12日(土) ※どちらかご都合の良い日をお選びください。

日本酒サービス研究会・酒匠研究会連合会

TEL:03-5390-0715 FAX:03-5390-0339
URL <http://www.club-ibo.net/>

その他全国6会場にて試験開催決定(札幌・仙台・名古屋・下関・松山・博多)



「お米」のこと、 本当に知っていますか？

【前編】



日本酒、焼酎、ワインにチーズ、いろいろ勉強してきたけれど、私達にもっとも身近なお米とご飯については、意外に知らないことが多いもの。大正四年より米や米飯等の卸業を営む(株)イクタツの3代目代表取締役榎本氏に、現在の米の現状について2回にわたりお話をうかがった。また工場見学レポートと驚くべきご飯のブラインドテイasting結果も必見だ!

友田 晶子 文芸春秋編集者
SSI所属、FBOの米産地視察
米の卸、ワインメーカー、ワインインストラクター

米の流通今昔

米は、戦前戦時時代より国が法律で管理してきた農作物。戦後の食糧増産時代には、国民全体に公平に米が行き渡るよう、価格・流通を国が管理してきたが、昭和40年ころから米が余るようになってきた。ひとえに食生活の変化と農家の生産力アップのためだ。

国は作った米は全て買い取る約束をしていたが、米が余るに従い「税金の無駄遣い」と反発が出るようになった。その対処として、国が農家へ「一定以上の米を作っちゃダメ!」としたのが「減反政策」。

農家としてはいくら努力してもおいしい米を作っても、国は買い取りしてくれないので、「おいしい米を高く買い取ってくれる業者に出る!」という農家が増えてきた。しかし、これは当時の法律では違法。これがいわゆる「ヤミコメ」だ。しかし消費者からの「おいしい米をもっと食べたい」という要望が大きくなるにつれ、国は法を改正し、国を過さなくとも米を流通させてもいいことになる。これが「自主流通米」。

平成7年に食糧法が廃止され、新食糧法に変わり、更に平成16年4月食糧法の改正に伴い米流通の仕組みが変わった。今までは、政府を経由した「政府米」と、政府を経由していない「自主流通米」の2つがあり、この2つを併せて「計画流通米」と呼び、それ以外を「計画外流通米」と呼んでいたが、改正によって、「政府米」と「民間流通米」のふたつになった。農家にいえば、消費者は、生産者である農家や、卸業者、小売業者などどこからでも自由に買えるようになったことになる。

種類と特徴

まず、世界の米を大きく分けると、「ジャポニカ米(短粒種)」「コシヒカリ(長粒種)」と「ジャヴァニカ米(ジャワやインドネシアの中粒種)」の3種になる。

日本においての人気銘柄米には「コシヒカリ」「ササニシキ」「あきたこめ」「ひとめぼれ」「はえぬき」「さらさら3

07」ミルキークイーン(冷えてもモチモチ感が残るのにおにぎりなどに向いている新粒種)などがある。銘柄米は家庭消費が主で、業務用では徳島の都合で銘柄米をブレンドするケースも多い。また古米も使用している場合もある。

人気の「色治産コシヒカリ」は10キロあたり7,000~8,000円と非常に高額。人気の理由は、魚沼という地区の昼夜の寒暖差にある。差があることでタンパク質の入りがよくなり、美味しいう米になるのだとか。ちなみに同じ「コシヒカリ」でも、平野部産は夜になっても気温が下がりにくく寒暖の差が少ないので、食味の良さにかけらるらしい。

「ササニシキ」は栽培しにくいのと食味がさっぱりしているということで年々減少の傾向にあるという。「コシヒカリ」「ひとめぼれ」は粘りが強く食感が良いので人気が高い。

一年のうち早い出荷が出来るのが、「宮崎のコシヒカリ」で7月下旬頃。逆に遅いのは、「北海道のさらさら307」や「ユキヒカリ」で10月末頃。また温かい地域で「三作もこなわれている。やはり米は温かいところを好むようだ。



