

MONTHLY SPECIALS HOTEL

京王プラザホテル スーパーブッフェ「グラスコート」
ザ・プリンスギャラリー 東京紀尾井町 「オアシスガーデン」
ハイアットリージェンシー 東京 「カフェ」
セルリアンタワー東急ホテル タワーズバー「ベロビスト」
品川プリンスホテル 「DINING&BAR TABLE 9 TOKYO」

2019 春夏新商品

カゴメ
ハウス食品
ケンコーマヨネーズ
エスビー食品
キューピー
平和食品工業
日本水産
テーブルマーク

安川哲二の今月の一品 銀座神谷の十二ヶ月



生酒管理が苦手でも、お取り扱い可能！
8か月常温保存が可能な
日本盛「生の贅沢純米大吟醸生酒」発売



「日本盛生の贅沢純米大吟醸生酒」
300ml・453円（税別）

日本盛
Tel.0798-32-2590

みなさまのお店で日本酒、売れているだろうか。日本料理でも中国料理でも、もしかして、ワイン、売ってるんじゃない？

そんなみなさまのせい……とは申しませんが、日本酒は生産量も売上も完全なる右肩下がり。和食ブームとともに輸出は好調で220億円をマークしたけれど、国内消費のマイナスはカバーできない。

日本人が日本酒を飲まないのだ。少子高齢化、ワインやハイボール、ビール系飲料、RTDの台頭、若者のアルコール離れなどいろいろ言われるが、提供側の責任も結構あると私は思っている。

日本酒は常温のままでもいい、開封し

てもずっと持つと思ってるサービス人がまだまだいる。これ、ダメですよ。ワインは保存管理にうるさいのに、日本酒には無頓着という提供側の知識不足で、おいしくない日本酒をどれだけ飲まされてきたことか。とくに地方の宿泊施設や居酒屋。

通常の酒ならまだしも、火入れしてない生酒さえも常温で放つたらかしというところが、悲しいかな、ある。これを飲んだ罪なき旅人は「地酒の産地にもかわからず」やっぱり日本酒っておいしくない」と思ってしまった。

瀬祭が売れた理由のひとつに、営業社員がきめ細やかに酒販店や飲食店を廻り、品質管理のケアをすることで、瀬祭はいつ飲んでもフレッシュでフルー

ティーでいわゆる臭みのない酒というイメージづけをした。それも国内のみならず国外までも。すべての蔵元がそんなことしてくれるわけではない。

「日本酒まで面倒みきれねえ」というあなたに、朗報。山奥の小さな酒蔵とは真つ向反対の灘の大手、日本盛が純米大吟醸の生酒にもかかわらず8か月常温で保存が可能という商品を発売した。その名も「生の贅沢」。オリジナル酵母から生み出されるリング様のフルーティーな香味も常温保存でキープできるのだ。おまけに300mlの飲みきりサイズ。面倒くさがり屋の上にも忙しいあなたでもこれならいけそうでしょ。

こういう技術はやっぱり大手だ。地

方の小さな酒蔵のブランド銘柄も日本酒ファンを増やすきっかけになるが、大手の底力はこういったところで発揮される。

味わいの確認はすでにさせていたただいた。とにかくフルーティーでクリアで新鮮で実においしいから「安心を。実は、日本産酒を愛し、日本産酒でもってなしを行う団体、(一社) SAKÉ女の会サケジョのカイ)の資格保持者がしっかりテイステイングし味を保証している。なにせテイスターは、今日本で最も日本酒を購入し楽しむ世代である40代50代の女性(2017年日本酒造組合中央会が公式発表陣が、厳しくも愛をもってテイステイングしたのだから。もちろん女性受けも間違いない。