

酒販 サポートニュース

目次 (平成 24 年 6 月)

特集 全国新酒鑑評会 100 回記念

なんでもQ&A	1
I 酒類販売管理情報	
全国新酒鑑評会は 100 回を迎えました・・	2
ワンポイントレッスン	4
II 酒販トピックス	
「赤レンガ酒造工場」施設公開	6
お酒の公開セミナー	6
清酒の出荷量が 16 年ぶりに増加	7
III 国税庁からのお知らせ	
酒類販売管理協力員について	8



全国新酒鑑評会製造技術研究会(東広島市)

メールマガジン登録のご案内

酒販サポートニュースの更新情報等をお知らせします。
ssn@m.nrib.go.jpへ空メールを送信してください。

なんでも Q&A

(質問) どうして吟醸酒は高価なの？

(答え) 吟醸酒とは、一般的に吟醸香と呼ばれるフルーティな香りが特徴で、味も上品でまろやかに仕上がっているお酒です。酒販専門店や百貨店などでは、非常に高価な吟醸酒が販売されているのを見かけますが、なぜ、吟醸酒は、普通酒などと比較して高価なものが多いのでしょうか。

一つ目の理由としては、他のお酒と比較して非常にコストがかかるということが挙げられます。普通酒の精米歩合の平均は約 73% ですが、吟醸酒は精米歩合 60% 以下（大吟醸酒においては 50% 以下）まで磨きますので、糠として酒造りに使えない部分が多く出ます。また、使用するお米の値段が高価であることや、お米を完全には発酵させずに粕として出す量が多く（粕歩合が高い）、清酒として出来上がる量が少なくなってしまうこともコストがかかる要因です。



二つ目の理由としては、造る際に非常に手間がかかるということが挙げられます。吟醸酒は、麴造りや醪を搾る際に、昔ながらの繊細な作業を行います。また、普通酒よりも低温で長期間、発酵させる必要があることから、仕込みの期間中は、目を離せない時間がより長くかかることとなります。

このように吟醸酒は、原料や手間、時間を惜しまずに製造されるため、必然的に他のお酒よりも高価なお酒になってしまうのです。



全国新酒鑑評会は 100 回を迎えました

「全国新酒鑑評会」は、独立行政法人酒類総合研究所と日本酒造組合中央会の共催により実施し、「その年に製造された清酒を全国的に調査研究することにより、製造技術と酒質の現状及び動向を明らかにし、もって清酒の品質及び製造技術の向上に資するとともに、国民の清酒に対する認識を高めること」を目的としています。

鑑評会へ出品された清酒については成分分析及び官能審査を実施し、これらの結果を出品者にフィードバックするとともに、審査の結果、特に優秀と認められた清酒の出品者に対し、研究所理事長及び中央会会長の連名により賞状を授与しています。

今年度は明治 44 年（1911 年）より始まった全国新酒鑑評会が 100 回目の開催となることから、賞状にはその旨を記載するとともに、併せて英文賞状を授与することになりました。

今年度の出品点数は 876 点を数え、428 点が入賞酒となり、また、入賞酒の中で特に優秀と認められた 247 点が金賞酒に選ばれています。

「全国新酒鑑評会」は、戦火の激しかった昭和 20 年と、酒類総合研究所の前身である醸造試験所が広島に移転した平成 7 年を除き、毎年開催されてきました。この 100 回の歴史の中では、酒類の成分（日本酒度や酸度など）や使用される酵母などにも大きな変化がありました。特に昭和 60 年前後には「Y K 35」（「米は山田錦」「酵母は協会 9 号（熊本酵母）」「精米歩合 35%」を意味します。）といった金賞を取るための呪文のような言葉も生み出されました。過去の金賞酒と同じ酒を現在の鑑評会に出品しても、同じように金賞が取れるわけではないそうです。品質が時代とともに大変向上しているといえるのではないのでしょうか。

平成 24 年 6 月 15 日（金）に東京・池袋のサンシャインシティで開催される「日本酒フェア 2012」（<http://www.japansake.or.jp/sake/fair/index.html>）では、全国新酒鑑評会で金賞を受賞したお酒や入賞を果たしたお酒をきき酒することができます。鑑評会の金賞酒や入賞酒と同じお酒は、製成数量も限られているため、日本酒ファン、蔵元のファンであってもなかなか手に入れることができません。しかし、「日本酒フェア 2012」の「公開きき酒会」では、これら金賞酒や入賞酒のほとんどをきき比べることができます。同じ会場において、鑑評会 100 回の歴史を知ることができる鑑評会 100 回記念のパネル展示や、歴代首相が揮毫した「國酒」の色紙が展示されますので、ぜひご覧いただきたいと思ます。

また、「公開きき酒会」の隣の会場で開催される「第 6 回全国日本酒フェア」では、全国から集まった蔵元のお酒が楽しめるほか、お酒に合う各地の名産品を味わうことができます。セミナー会場で行われる「日本酒セミナー」では各講師の方々の日本酒にまつわる魅力的な話が聴講できますので、こちらも楽しみにしてください。

全国新酒鑑評会 年表

開催年	西暦	出品数	新酒鑑評会の歴史	研究所・各種鑑評会の出来事	備考
明治37 40 44	1904 1907 1911	27	第1回鑑評会が始まる 	大蔵省醸造試験所創立 全国品評会(醸造協会)が始まる	
大正3 5 9 14	1914 1916 1920 1925	40 記録喪失 記録喪失 101	出品数が100点を超える (昭和8年の記事 協力日本醸造協会)		第一次世界大戦(-1918)
昭和8 13 14 16 20 21 23 27 31 33 35 37 39 42 45 49 50 51 52 55 60	1933 1938 1939 1941 1945 1946 1948 1952 1956 1958 1960 1962 1960 1967 1970 1974 1975 1976 1977 1980 1985	204 257 365 216 中止 346 442 685 1071 1278 1167 1210 1167 1317 1213 500 493 496 470 588 804	出品数が200点を超える 戦前ピーク365点 戦前ピークを超える412点 (昭和26(左)28(右)年の記事 協力醸界タイムス) 出品数1000点を超・1場2点以内に出品制限 分析中止(-S47) 最大出品数・1場1点付加香味をせず酸度1.0以上 賞状授与開始 (昭和60年当時の一般公開風景 協力日本醸造協会)	第16回全国品評会(醸造協会)で終結 公開きき酒会(一般公開)が始まる 全国品評会(中央会)が再開 第4回全国品評会(中央会)で終結 全国酒類調味食品品評会(東京農業大学)はじまる 洋酒鑑評会が始まる 第15回全国酒類調味食品品評会(東京農業大学)終了 本格焼酎鑑評会が始まる	第二次世界大戦(-1945) 太平洋戦争(-1945)  (昭和48年当時の審査風景 協力日本醸造協会) 東京オリンピック 日本万博 沖縄海洋博 吟醸酒ブーム始まる つくば科学博
平成1 2 4 7 13 16 19 22 23 24	1989 1990 1992 1995 2001 2004 2007 2010 2011 2012	841 868 873 中止 1133 1019 981 895 875 876	プロフィール法導入 清酒の製法品質表示基準 級別廃止 中止 出品点数制限解除(1133点)・山田錦以外の部創設・所外での公開 香気成分による審査区分 東京での公開きき酒会 100年目を迎える 山田錦以外の部統合 100年目を迎える	(平成5年 公開きき酒会 協力日本醸造協会) 醸造試験所東広島市移転・醸造研究所へ 独立行政法人酒類総合研究所へ 酒類総合研究所100周年	 (現在の審査風景(上) と公開きき酒会風景(下))

元気な小売店を目指して

お酒の消費量が年々減っていますが、酒販店では何とか元気を取り戻そうと日々、頑張っているのではないのでしょうか。しかし、経営者の高齢化や顧客の減少などの悩みもあり、なかなかうまくいかないこともあるようです。

そこで、やる気はあるけど何をやっていいかわからないという酒販店のために、少しでも元気を取り戻すことができるよう、参考となる情報を提供させていただきたいと思います。

1 他のお店を参考にする

元気のいい酒販店として紹介されているお店は全国に数多くありますが、こういったお店の多くは、他のお店では扱っていない地酒や個人輸入したワインなどを扱うことで、他のお店にはない独自性を出しています。また、お店によってはお酒だけでなく、ちょっと珍しい酒の肴や酒器などの小物を取り扱って顧客の興味をそそったり、お店発の情報をかわら版やメールマガジンで発信するなど、「このお店はいいな。」「この商品があるからまた来たい。」と思わせる演出をされています。

そこで、こうした元気のいい酒販店の取組を参考にして、全ての取組とはいいいませんが、何か新しい取組を始めてみませんか。

なお、財団法人食品流通構造改善促進機構のホームページ (<http://www.ofsi.or.jp/>) において、同法人が行っている優良経営食料品小売店等表彰事業の過去の受賞店や、食品小売業の模範的機能を果たしている事業者等を匠として認定し、同ホームページで「匠の店」として紹介をしています。ぜひご参考になさってください。

2 地元志向と季節感

一般的に酒類の販売において、地元志向と季節感は大切なことの一つであり、特に酒販店においては、このことを意識して販売することが重要と思われます。

地元のお酒や、季節に合ったお酒を販売することは、今やスーパーやコンビニでも当然のように行われていることです。だからと言って、同じことをやっているはお客さんを取り合ってしまうこととなり、今までと何も変わらないこととなります。そこで、酒販店に求められていることは、スーパーやコンビニで取り扱っていない地元のお酒をお客さんに紹介するとともに、新酒の時期やイベントに合わせた飲み頃を紹介することだと思います。

昔から、蔵元では地域の食べ物に合うお酒を造っていることが多く、例えば、海に近ければ魚介類に合うお酒、山に近ければ野菜やお肉に合うお酒といったように、お酒というのはどこよりもその産地の方々に好まれる傾向にあるようです。また、季節感を大事にすることで、お酒が一番美味しい時期に商品をお客さんに提供することができます。

いきなり始めようとしても蔵元と直接取引できない場合もございますので、まずは問屋さんに相談してみるのもいいでしょう。問屋さんの情報網を活用することで、身近で良い商品と巡りあうことができるかもしれません。他とは違う商品を扱うことにより、少しでもオリジナリティが出せればお店の独自性が出てくるのではないのでしょうか。

3 小売酒販組合の利用

小売酒販組合は、行政などと協力して、経営改善のための取組をいろいろ行っていますので、小売酒販組合の取組に参加するという方法もあります。

一般に行われているものとして、活性化研修があります。活性化研修とは、お店づくりのためのヒントやPB（プライベートブランド）開発、また、ラッピングやPOP作成の方法などについて、中小企業診断士などの先生を招き、より具体的でためになる情報を学ぶことができるものです。中小企業診断士の先生方は数多くの成功事例をご存知ですので、この研修を受講することでお店を元気にするための何らかのヒントを得ることができるのではないのでしょうか。

過去にどのような活性化研修が行われたかお知りになりたい方は、その地域の小売酒販組合にお問い合わせいただきたいと思います。なお、東京国税局管内の小売酒販組合で行われた活性化研修については、東京国税局ホームページ内の「お酒チャンネルー都三県 (<http://www.nta.go.jp/tokyo/shiraberu/sakechannel/index.htm>)」でご覧になれますので、参考になさってください。

また、酒類総合研究所も小売酒販組合と共催で酒セミナーを開催しています。酒セミナーでは、お酒の商品知識や保存方法について、学習することができるとともに、テーマに沿ったお酒を実際にきき酒してもらおうことで、地元のお酒の良さを再確認していただいたり、いろいろな特色を肌で感じていただくことができます。酒セミナーは、小売酒販組合での申込みが必要となりますが、開催回数に限りがございますので、開催を希望される場合は、早めに酒類総合研究所までお問い合わせください。

酒販店を元気にするための方策をご紹介させていただきましたが、最終的には「リピーターを作ること」が大事です。自分の店に来ていただき、また来たいと思わせるために、お店の雰囲気や商品に満足してもらえなければなりません。お客さんは、酒販店のことを親しみを込めて「酒屋さん」と呼んでいます。

これに応えられるよう、毎日でも来たいと思わせる元気な酒屋さんが、これから少しでも増えることを願っております。



II 酒販トピックス

「赤レンガ酒造工場」施設公開

平成 24 年 4 月 6 日（金）と 7 日（土）の 2 日間、酒類総合研究所東京事務所の赤レンガ酒造工場の施設内部を公開いたしました。当日は、滝野川周辺の桜の花が満開と見頃になっていたことから、花見を兼ねて多くの方が来訪されました。

施設内では昨年に引き続き、エタノールパッチテスト、麹菌等の顕微鏡での観察、きき酒、税務広報などを実施するとともに、普段は外からしか見ることができない赤レンガ酒造工場の内部をご覧いただき、歴史的価値を体感していただきました。

※ 施設公開以外の日でも、赤レンガ酒造工場の見学を受け付けております。見学を希望される方は、概ね 5 名以上 20 名以内の団体で見学希望日の 1 週間前までにメール（kengaku@nrib.go.jp）、又はお電話（03-3910-6237）で、お問い合わせください。

ただし、清酒製造技術講習の実施期間中などご見学いただけない場合がございますので、ご了承ください。



お酒の公開セミナー

酒類総合研究所では、平成 24 年 4 月 13 日（金）と 14 日（土）にお酒の公開セミナーを実施しました。今回のセミナーは、「日本酒のサイエンス —お酒を楽しむための化学—」と題して、第一部では日本酒の味や香りの由来について、第二部では日本酒のきき酒とその楽しみ方について講義を行いました。

受講された方々は、普段から日本酒に興味があったという方が多く、講習中は熱心にメモを取ったり、講師にいろいろ質問をされてました。中には、今まで日本酒はほとんど飲んだことがなく、付き添いで来たという方もいらっしゃいましたが、発泡清酒や低アル清酒などをきき酒され、こんな日本酒があるとは知らなかったと非常に驚かれていました。

消費者向けのセミナーは開催回数が少ないですが、機会がありましたら、ぜひ参加してみてください。

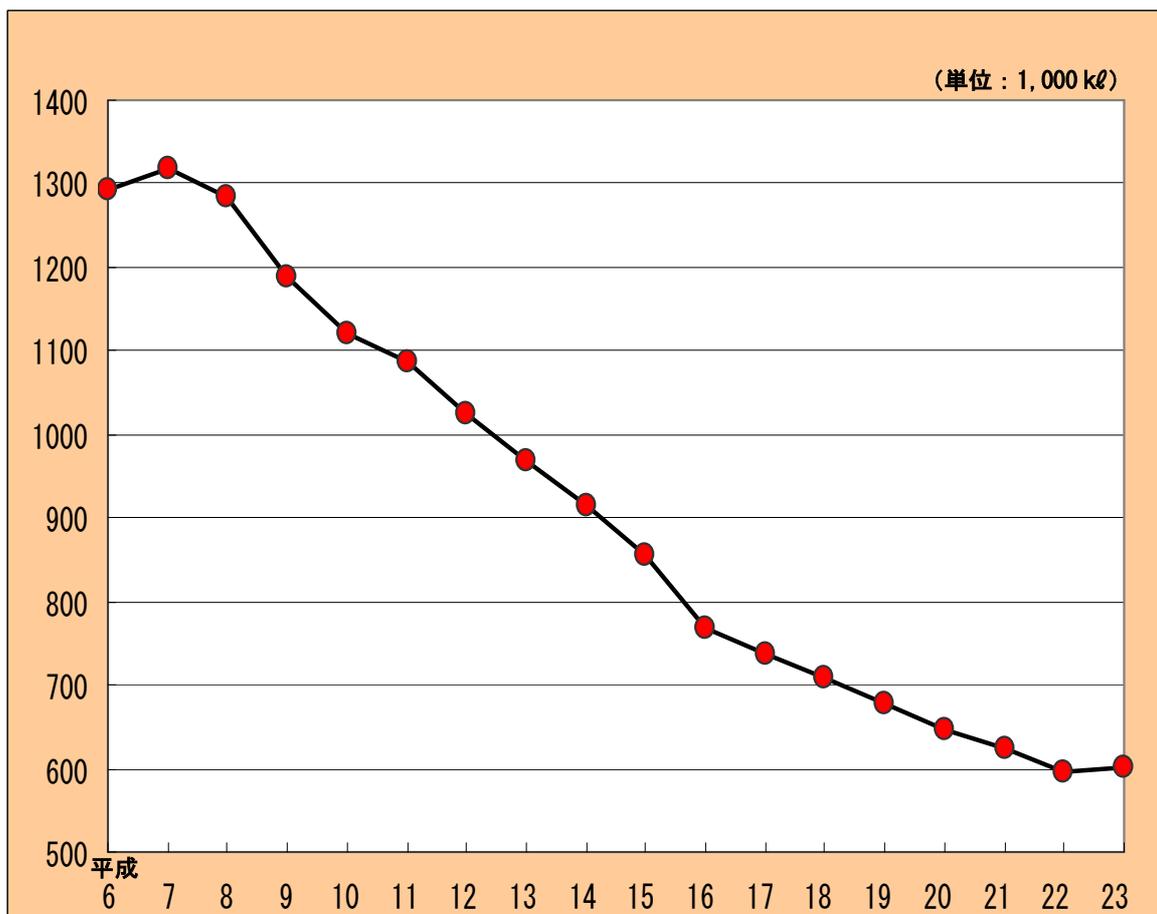


清酒の出荷量が16年ぶりに増加

日本酒造組合中央会は5月8日、平成23年度の清酒の課税移出数量（速報値）が前年度より1.2%増加し、601,807kℓであったと発表しました。清酒の課税移出数量が前年度を上回るのは、平成7年度以来16年ぶりです。東日本大震災の復興支援として、被災した蔵元を支援しようという動きが高まり、東北や関東の蔵元を中心に出荷数量が伸びたようです。

清酒の種類ごとに見ると、吟醸酒が前年比6.6%増、純米吟醸酒が8.9%増、純米酒が5.1%増と特定名称の清酒が大きな伸びを見せており、都道府県ごとに見てもほとんどが前年より増加しています。震災以降、会社帰りにちょっと一杯というのが減って、家に帰って家族や仲間と飲む「家飲み」が増えていると言われていていますから、手軽に飲めるお酒よりもこだわりのあるお酒の方が好まれたかもしれません。

清酒の出荷数量は年々減少しており、約40年前のピーク時の3分の1程度まで落ち込んでいます。消費数量の減少に伴い出荷数量も減少しているため、中小の蔵元にとっては死活問題にもなっており、伝統産業である酒造りが今後、廃れていく可能性もあります。復興支援として清酒を飲んでいただいたことをきっかけに、「國酒」たる清酒が見直され、今年度以降も出荷数量が上向くことが望まれます。



清酒課税移出数量の推移（日本酒造組合中央会調べ）

Ⅲ 国税庁からのお知らせ

酒類販売管理協力員について

国税庁では、酒類の販売管理の徹底を図るため、酒類小売販売場へ臨場する販売管理調査を実施し、未成年者飲酒防止に関する表示の遵守状況等を確認するとともに、必要に応じて是正指導を行っています。

この販売管理調査を効果的に実施するため、国税庁では、各国税局及び沖縄国税事務所において、「酒類販売管理協力員」を募集し、委嘱を行っています（平成24年度は、東日本大震災による被災状況等を踏まえ、仙台国税局管内では募集を行っていません）。

「酒類販売管理協力員」には、ご自宅周辺での買い物等の機会を利用して、酒類小売販売場における未成年者飲酒防止に関する表示の遵守状況等を確認し、税務署に連絡していただいております。

「酒類販売管理協力員」に関するご質問・ご不明な点がございましたら、お近くの税務署（酒類指導官）にお問い合わせください。

お酒コーナー

20歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しません

きちんと表示されているわね



これはお酒です。
20歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しません