

20220713_農業ビジネス研究会_議事録

日 時：2022年7月13日（水）19:00-20:50

場 所：Zoom

テーマ：オンラインきき酒会／第10回

「京のお米と京のお水による京のお酒

～齊藤酒造は日本酒の楽しみ方をどう伝えているか～」

ゲスト：齊藤 洸さん（齊藤酒造株式会社常務取締役）

参加者：15人

（NPO 法人理事長、会社経営、大学教員、会社員、公務員、エンジニア、
コンサルタント、大学院生、行政書士、司法書士など）

本日のお酒の紹介：

1. 古都千年純米吟醸：京都府産米「祝」を100%使用しています。フルーティです。ワイングラスで美味しい日本酒アワードを2018年、2019年、2021年、最高金賞を受賞しました。ぜひ、ワイングラスでも飲んでいただきたいです。ぬか漬け、チーズに合います。
2. 純米：冷酒でも燗酒でも美味しいです。純米酒ながらすっきりし、少しフルーティです。京都府産米を使用しています。角煮など味の強いお料理に合います。
3. 純米大吟醸：「純米大吟醸をワンコインで」をコンセプトにしています。かなりすっきりしています。お刺身など淡泊なものに合います。

目次：

1. 京都のお酒とは？
2. 伏見の歴史
3. 伏見のお酒の歴史
4. 齊藤酒造の歴史
5. 日本酒業界の課題（競合相手は誰か？）
6. 今後の予測と必要になる対策
7. コロナによる悪影響と好影響
8. 日本酒の楽しみ方
9. まとめ

発表：

1. 京都のお酒とは？

日本酒出荷数量ランキングを見てみましょう。1位、兵庫（シェア25.0%）、2位、京都（18.1%）、3位、新潟（7.8%）となっています。兵庫と京都だけで43%を占めます。酒処のイメージと異なっているのではないのでしょうか？たとえば、広島は10位以内に入りません。京都の日本酒出荷数量の99%は伏見区です。伏見区は広いです。北は伏見稲荷から南は淀競馬場まであります。その中で酒蔵は半径2キロメートルの中に集中しています。全国的な大手が多いです。月桂冠、黄桜、松竹梅などがあります。酒蔵の密集度はおそらく日本一でしょう。全蔵を回ることも可能です。また、アルコールの管轄は税務署です。その取扱量の全国1位が伏見税務署です。

2. 伏見の歴史

伏見区は京都市で最大人口・最大人口密度の区です。その中でも、桃山エリアに集中しています。昔は「伏水」と書きました。良質な地下水が豊富です。京都盆地から伏流水が流れ込ん

でいます。一説によると、琵琶湖の水量に匹敵するとのこと。これにより、酒蔵が発展しました。伏見が栄え始めたのは、豊臣秀吉の伏見城築城からです。多くの有力大名が武家屋敷を構える巨大な街になりました。現在でもその当時の町名が残っています。その当時、京都・大阪・堺に並ぶ城下町でした。これは、京都と大阪を結ぶ川の中継点にあるからです。人流・物流のターミナルとなりました。地下水も良く、物流も良いので栄えたわけです。巨椋池の開発も行われました。浜とつく町名が残るのはその名残です。その後、伏見が歴史に登場するのは、幕末の鳥羽伏見の戦いです。または、寺田屋事件です。

3. 伏見のお酒の歴史

明治時代まで89蔵ありました。鉄道が発展し京都駅ができたことにより、伏見の人流・物流が衰退しました。また、明治40年代に瓶詰技術が確立し、流通形態が大きく変わりました。現在、22蔵まで減少しました。1982年が伏見の清酒生産数量のピークでした。その後、年々急速に減少しています。実は酒蔵の減少により、伏見の街は別の方向で発展しました。元々、交通の便が良い地域です。さらに、酒蔵の跡は住居になりました。これにより、京都市で最大の人口のいる区となりました。

4. 齊藤酒造の歴史

1600年代中頃、初代井筒屋伊兵衛が伏見で呉服商を開業しました。1895年、9代目齊藤宗太郎が18歳で呉服商から酒造業へ転業しました。ちなみに、寺田屋事件は2回ありました。1866年、坂本龍馬が襲われた事件のほかに、1862年、薩摩藩志士粛清事件です。寺田家の近くに齊藤家の呉服屋がありましたので、薩摩藩志士粛清事件の時は、売り物のさらしでご遺体をくんで薩摩藩邸へ運びました。その後、齊藤家は法要を続けています。

5. 日本酒業界の課題（競合相手は誰か？）

日本酒業界はたいへん厳しい状況にあります。国内のアルコール消費量は年々減少しています。原因は人口減少と個人別アルコール消費量減少などです。ちなみに、海外は増加傾向にあります。人口増加が原因です。ただし、個人別アルコール消費量は減少しています。日本酒の競合相手は誰でしょうか？ 同業他社？ ビール？ ワイン？ 缶酎ハイ？ それとも、若者のアルコール離れ？ いずれもしっくり来ません。なぜなら日本酒だけでなく、アルコール全体の消費量が下がっているからです。むしろ、日本酒は飲料というくくりで良いのでしょうか？ そこに、ほんとうの競合相手は誰かが隠れているようです。たとえば、毎日、日本酒を飲んでいる人がディズニーランドに行った日、いつもと同じ量を飲酒するのでしょうか？ 日本酒がワインやビールに負けたのではなく、飲酒で得られる「楽しさ」がエンターテインメントの「楽しさ」に負けたということです。つまり、競合相手はすべてのエンターテインメントではないか？ ということです。

6. 今後の予測と必要になる対策

アルコール市場における国内の日本酒のシェアは7%ほどです。ざっくり700万人ぐらいです。現在、日本酒の量を一番飲んでいるのは70代男性です。2021年の新成人は124万人でした。2020年生まれば86万人です。20年後の新成人の数は、30%ダウンすることになります。とすると、海外への進出は重要です。また、新たな挑戦も重要です。当社の新たな挑戦は次のとおりです。①コロナ過で蔵開きの開催が不可能となりましたので、「蔵半開き」（販売会）を開催しました。たくさんのお客がいらっしゃいました。②手指消毒用のアルコール66を製造・販売しました。③SPARKLING SAKEでスパークリング市場への挑戦を行いました。好評をいただいています。④スパークリング日本酒アルミ缶はライトテイストがコンセプトです。ビール感

覚で手軽にお召し上がりいただけます。スーパーなどで販売を行っています。⑤料理梅酒は飲酒層ではなく、料理層への挑戦です。料理に特化しました。料理研究家にご協力いただいています。香港市場などへの輸出を進めています。

7. コロナによる悪影響と好影響

悪影響としては、売上の減少です。一番悪い時には通常期の65%減でした。昨年は一昨年よりも業績が悪かったです。飲食店での飲食禁止が原因です。好影響としては、社員が危機感を持ち、我が事として実感するようになったことです。「なにもしないのが一番ダメ、とにかくやれることをやってみる」という意識が、SPARKLING SAKE などにつながりました。また、SNSの強化もできました。おうちごはん、各部署からの投稿などです。現在も継続しています。経費管理への意識も強まりました。

8. 日本酒の楽しみ方

「このお酒はどのお料理に合いますか？」というお客からのご質問が一番困ります。たとえば、「古都千年」であれば、ぬか漬け、チーズに合いますと答えます。しかし、その方の好みに合うかどうかはわかりません。チーズは好き嫌いがけっこうありますし。私は、ご質問の順番が違おうと考えています。お好みのお料理があって、それ合う日本酒を探していただくというのが良いのではないのでしょうか？ 日本酒はあくまで脇役ということです。

酒器によっても、味、楽しみ方が大きく異なります。お猪口とワイングラスだと分かりやすいです。器の中の空気の量もあるかと思いますが、飲む時の首の角度が異なるのが大きいです。ノドの開きが異なるのです。器に足があるかないでも異なります。また、飲み口はガラスか陶器かでも異なります。

日本酒の味は温度による変化が一番大きいです。大吟醸はお爛しないことにこだわる方がいますが、人の好みによります。冬、すごく寒い時、一杯目に大吟醸の冷酒を飲みたいでしょうか？ そんな時は熱燗ではないでしょうか？ その人の好みや状態でかなり異なるということです。

また、日本酒の変化も楽しめます。封を開けてすぐは角があります。開けた後、一日置くだけで、まるやかになります。

9. まとめ

重要なポイントは、日本酒のエンターテインメントをいかに伝えるかです。日本酒は伝統文化産業ではありますが、無くならないように残れるようにしていけるよう、新たな挑戦を行っていきます。

以上