

元気に飲む! 愉快地遊ぶ酒マガジン

年4回発行(10月・12月・3月・7月) 2007年秋号 第1巻第1号(通巻1号)

# サケ通 信

特集 ニッポンはウイスキーがすごい!

2007  
秋

酒と料理のぴたぴたサイエンス 秋鯖に合わせるワイン & 日本酒

木村克己のテイスティングノート 心にしみる秋の爛酒

世界の酒場から／酒飲みの健康学



人と社会にとってよい酒のあり方を考える

発行 酒文化研究所



# 特集 ニッポンはウイスキーがすごい！

ここ数年、蒸溜酒の世界的なコンクールで、日本のウイスキーがトップクラスの成績をおさめています。シングルモルトウイスキーのブームも手伝って、ウイスキーが元氣です。今回は世界レベルにある日本のウイスキーの足跡をたどったうえで、晩酌価格帯のウイスキーをテイステイングします。皆さんもご自宅で飲み比べてみてください。

## 品質はトップクラス

日本で本格的なウイスキー製造が始まったのはおよそ八〇年前。以来、日本のメーカーはスコッチウイスキーに比肩すること

を目指して来ました。それは品質とブランドの両面で追いつくという仕事でした。品質面では、すでに追いついた観があります。原動力は、さまざまなタイプの原酒を自社で製造してきたことと、一九八〇年代まで順調に伸びた国内消費を背景に積極的な設備投資がおこなわれてきたことが、大きかったように思われます。



★ハイボール  
氷とソーダを加えて軽く混ぜる。ウイスキーを冷蔵庫で冷やしておき、氷を使わないスタイルもある。ソーダをトニックウォーターに変えたり、レモンライスを添えたりして自由自在に楽しみたい。

★ストレート  
ウイスキーをそのまま味わう。一般的なものでアルコール度数は37～43%、カスクストレングスは50%を超えるのでそのつもりで。常温が一般的だが、軽く冷やすと味が締まる。

オンザロックス★  
ロックグラスに大き目の氷を入れてゆっくり楽しむ。家庭用の冷蔵庫のキューブアイスはすぐに溶けて酒が薄くなってしまう。ロックアイスを準備するのがベター。

水割り★  
ウイスキー1に対して水を2～2.5加えるのが一般的。TPOに合わせて濃さを加減できるのも利点。香りを楽しむなら氷を入れず1:1でのトワイアップがお奨め。



ウイスキーの世界コンテストWWA2007年の最優秀賞表彰式。向かって左から2人目が久光哲司氏(ニッカウイスキー チーフブレンダー)、向かって右端が興水精一氏(サントリー チーフブレンダー)  
写真提供:アサヒビール株式会社



日本で最初のウイスキー蒸溜所がサントリー山崎蒸溜所。山崎シリーズはこの蒸溜所のシングルモルトウイスキー。サントリー社の国際コンクールでの受賞歴は特筆もの。(写真上)

ニッカウイスキーの余市蒸溜所のシングルモルト。世界的に珍しくなった石炭直火蒸溜を今も続ける。余市シリーズも国際コンクールでの受賞多数。(写真左上)

キリンウイスキー富士山麓シングルモルト17年。富士御殿場蒸溜所は熟成が早く進む小樽熟成を徹底している。ウイスキーマガジン社のコンクールで高評価を獲得。(写真左)



前者はスコットランドと日本の環境の違いによるものです。スコットランドではたくさんの蒸溜所が独自の原酒をつくり、必要に応じて融通しあう仕組みがあります。ブレンデッドウイスキーが主流だったこともあり、自社でタイプの違う原酒をいくつも製造する必要性は高くありません。ところが日本では輸入するか自社製造するしかありませんでした。バラエティに富む良質な原酒を自社で製造してきたことが、結果として技術レベルを引き上げたのです。

後者は昨年、サントリーが蒸溜釜の入れ替え工事をおこなったことが象徴しています。二〇〇〇年以降国際的な賞を相次いで受賞できるようになった理由を、同社は八〇年代の蒸溜所改修工事によるところが大きいと評価し、今回の投資を将来のために必要なことだと説明しています。

## 失われた18年 そして世界へ

一方、世界的なブランドにするための努力は始まったばかりです。国内のウイスキー市場が、一九八九年の酒税法改正で壊滅的な打撃を受けたことが強く影響しました。

この税改正では、高級ウイスキーの大減

税と、エコノミークラス商品への大増税が同時におこなわれ、ウイスキーの階層型ブランド体系は崩壊します。五千円のウイスキーが法改正の翌日には三千円になり、千円だったものが千五百円になったのです。飲み手のウイスキーへの不信任は深く、高級イメージが崩れたことでバー・クラブも困り、ギフトにも使いにくいという厳しい状況に陥りました。

こうなってしまうと、品質や味わいを訴えても、飲み方や飲むシーンを提案しても、メッセージはなかなか届きません。

日本のウイスキーが国内でもがいている間に、海外ではウイスキーをはじめとする蒸溜酒のブランドビジネス化が加速しました。蒸溜酒ビジネスは、ビールのように現地に生産拠点を構え量産・量販を図ることは稀です。ビジネスの質は、香水や服飾品のようなブランド力で勝負するものに近いです。長期的には、特に上級品は国際的に通用するブランドであるかどうか成否を分けるでしょう。

また、蒸溜所や樽の個性を愛でるシングルモルト・ムーブメントは、日本でも静かに浸透してきています。ウイスキーを楽しむ文化は確実に厚みを増しました。

ここに、いつの日かウイスキーで、「ニッポン」がスコッチと並ぶブランドになる夢を記しておきたいと思います。



# らく 楽飲みウイスキーを本気でテイスティング

右田圭司(SSJ会長) VS 向井畝津子(異酒格闘家)

世界トップクラスの品質を誇るニッポンのウイスキーですが、晩酌価格帯の商品にもその技術は生かされています。代表的な七点を選び、さまざまな酒に精通するお二人にテイスティングしていただきました。

昔とは段違いにおいしい！

—ひととおり試飲した感想は？

右田 このクラスのウイスキーは久しぶり、二〇年前よりすぐよくなったと思います。

向井 ふだん気楽に飲むウイスキーとしては、上手にまとまっていると感じました。

これらはおいくらするのでしょうか？

—山崎一〇年は四千円くらい、ほかは二千円以下、ブラックニッカクリアブレンドとボストンクラブ淡麗原酒は千円しません。では、順番に感想をお聞かせください。まずボストンクラブ淡麗原酒はいかがでしたか？

向井 口に含んだときのアタックは柔らかく、バニラのような

甘味が出てきます。

右田 ほのかな香りとクセのない味わいが特徴といえば特徴。ソーダカートニッカウオーターで割るといいと思います。骨格はウイスキーなのですが味が邪魔しないので。

樽の味が際立つ

富士山麓樽熟50度

—次のブラックニッカクリアブレンドは？

向井 わずかにスパイシーな香りがあり、ややドライなアタックで、シンプルなバランスのよさが特徴です。驚いたのは水割りにしてもバランスが崩れないところ。

右田 日本のウイスキーの特徴はそこですね。かなり薄くしてもバランスがいい。

この酒はアイリッシュウイスキーに似ていてピート臭がない。ブッシュミルズとかに近い。ペリエで割るとうまそうだな。

—富士山麓樽熟50度は？

向井 カスクストレンジス(樽から出したまま加水をしていないウイスキー)に近い度数で、香りがはっきりしています。バニラ、レモンタルト、蜂蜜、青りんご系の香りを感じました。ア

です。シングルモルト余市はいかがでしたでしょうか？

向井 今までとは別世界ですね(笑)。

右田 前半はアイリッシュタイプで、角瓶とオールドが昔からの日本のブレンデッド、ここからはモルト。はつきり線が引ける。

向井 最近ではシングルモルトのカスクストレンジスを試飲する機会が多いので、今日のウイスキーは新鮮です。イージードリンキングの世界でのおいしさですね。

—「楽飲みウイスキー」にもっと注目したいですね。安くておいしくて、気軽に飲める。

向井 このお酒は、リンゴやあんずのジャム、白桃などのフルーティな香りが支配的で、スパイシーさやピートの香りがアクセントになっています。アタックはドライでスパイシー、味にはかなり複雑さがあり、ストレートでお飲みいただくのがいいと思います。

右田 同感です。それにしてもこの香りはすごい。一五年とかかなり長く熟成した原酒も使っているのですね。ウイスキーの熟成は一二年くらいを過ぎると、香りをつくっているよ

タックがずっしりあってバランスがいい。このクラスとしては余韻が長いですね。味わいはバニラの印象が強かったです。

右田 味はしっかりしています。が、そんなに複雑味があるわけではない。グレーンウイスキー(麦芽以外の穀物を原料とするウイスキー)を熟成させるとこんな感じになる。

向井さんがバニラの印象とおっしゃったのは、樽の味でしょう。このウイスキーは樽味のアイリッシュタイプ。ロックでよさが引き立つと思います。

瓶は角でも味は丸

—サントリー角瓶はいかがでしたか？

向井 香りがおとなしく口に含むとバニラの風味がある。アルコール度数を感じさせず、とにかくバランスがいい。

右田 びっくりしました。こんなにおいしかった？と感じです。昔はもっとキックが強くてクセがあったと記憶しています。軽くてきれいで、ツルツルと水のように入っていく。

—次はサントリーオールドです。向井 スタイル的には角瓶に似て

うなもの。おもしろいものであれば、味のバラエティがぐんと増える。一滴入れるだけでまったく違う味わいになりますから。

—最後は山崎一〇年です。

向井 ピーティさが加わって柚子茶やオレンジの花の香りが特徴的。アタックは複雑で余韻が長い。氷を入れない水割りがお奨めです。これで四千円ですか。安いですね。

右田 どう飲んでもうまいです

ね。日本のウイスキーの味はもう世界のトップクラス。ブランドで飲んじゃうから見落としがちですが、まちがいでなくうまい。

(二〇〇七年九月一日)

協力：バブルバー

東京都港区赤坂四の一の二  
シントミ赤坂一ツ木ビル八階  
電話 〇三・三五八三・九一三六

テイスター プロフィール

右田圭司(みぎたけいじ)  
酒類総研グループ代表。「焼酎アドバイザー」および「きき酒師」の資格の創始者で日本酒サービス研究会・酒匠研究会連合会(SSJ)会長を務める。世界の酒・食文化調査で訪れた国は156カ国におよぶ。  
http://www.fbo.co.jp  
http://www.sakejapan.com

向井畝津子(むかいせつこ)  
異酒格闘家。酒匠、CWE、バーテンダー、2004年最優秀ベネシアドール。第1回スペインワインコンテスト優勝、第1回国際ゴールドソムリエコンテスト準優勝、第1回シェリー・カクテルコンペティション・ファイナル出場。



テイ ス テ ィ ン グ 商 品 概 要	①ボストンクラブ淡麗原酒	アルコール度数：37度	小売価格：640ml	905円
	②ブラックニッカクリアブレンド	アルコール度数：37度	小売価格：700ml	904円
	③富士山麓樽熟50°	アルコール度数：50度	小売価格：600ml	1193円
	④角瓶	アルコール度数：40度	小売価格：700ml	1414円
	⑤ザ・サントリー・オールド	アルコール度数：40度	小売価格：700ml	1504円
	⑥シングルモルト余市	アルコール度数：43度	小売価格：500ml	1600円
	⑦シングルモルトウイスキー山崎10年	アルコール度数：40度	小売価格：700ml	4000円

※価格はメーカー希望小売価格(消費税別)

完熟果実が香る  
シングルモルト余市

—ここからはモルトウイスキー(麦芽を原料としたウイスキー)





# 秋の夜長にウイスキーが、ちよつといい理由<sup>わけ</sup>

文・田中四海

## 誰

もが一度は目にしたことがある、“ひげのおじさん”。片手に大麦の穂を持ち、鼻にグラスを近づけ、原酒をテイステイングしている、あのおじさんである。ちなみに大麦はモルトウイスキーの原料だ。彼の名は『キング・オブ・ブレンダーズ』、世界の鼻ききといわれていたW・P・ロウリー卿がモデルだとか。『ブラックニッカクリアブレンド』のラベルのうえでグラスを傾けている姿を見るたびに「そろそろウイスキータイムかな」と、頬がゆるむ。さて、ひげのおじさんでおなじみの『ブラックニッカクリアブレンド』だが、誕生したのは1997年、日本で初めてノンピート・モルトを使用したクセのないサラッとした味わいで人気を博し、現在も愛され続けている。

## 伝

伝統的なモルトウイスキーはピートを焚いて乾燥させた大麦麦芽を使用している。ピートは堆積した草炭で、春から夏にかけて掘り出したものを数ヶ月乾燥させて、ウイスキーの本場スコットランドでは暖炉などの燃料として用いていた。このピートを大麦麦芽を乾燥させるために使用するので、ウイスキーは独特のスモーキー・フレーバーをまとう。香りをかいだとき、これを

かぐわしいと感じるか、“煙っぽい”と感じるかは人それぞれだが、後者の場合、ウイスキーは封印されてしまうことに。「ウイスキーはクセがあるので苦手」の“くせ者”の正体はピートの香りがしみた大麦麦芽だといっても大げさではないだろう。しかしピートはウイスキーづくりではスパイスのような存在でもある。料理の味わいに個性と深みを与えるとき数々のスパイスを駆使するが、これを全く使わずに美味しいものがつくれるだろうか？



そんな疑問を見事に吹き飛ばしたのが『ブラックニッカクリアブレンド』。ピートを使わないノンピート・モルトでつくったモルトウイスキーに良質のグレーンウイスキーをブレンド。文字通りブレンドの妙が、これまでに類を見ないウイスキーを誕生させた。以来、クセのない味わいとスッキリとした飲みやす

さが、ウイスキー通には気軽に飲めるウイスキーとして、ウイスキー初心者には入門ウイスキーとしてウケている。さらに、くせ者から退散した人たちを再びウイスキーの世界に呼び戻すきっかけにもなった。

## こ

の『ブラックニッカクリアブレンド』の味わい方はさまざま。水割りを楽しむならグラスにウイスキーを注ぎ、ウイスキーの倍量の水を加えたら最後に大きめの氷を3個。マドラーでよく混ぜて30秒ほど待つて味をなじませたら出来上がり。ふわりと軽やかな香りがして、冷たく心地よい味わいと喉越しが気分も軽やかにしてくれる。ノスタルジックな“スッキリ”を堪能するなら氷を2、3個入れたタンブラーにウイスキーを注ぎ、ソーダで割る。カクテル感覚を味わうならグラスにミントの葉を多めに入れて潰し、ウイスキーとミントリキュールを入れ、クラッシュドアイスを詰め、ソーダで満たしステアすれば完成。ライムとソーダ、ちよつと変わったところでレモネード風にしたり果実のジュースで割っても面白い。バラエティ豊かな楽しみ方は『ブラックニッカクリアブレンド』の独壇場。クセがないからこそできる飲み方いろいろ。自分だけのクリアブレンドカクテルなんてつくってみるのもいいかもしれない。さて、今夜はどんな『ブラックニッカクリアブレンド』を楽しもうか。



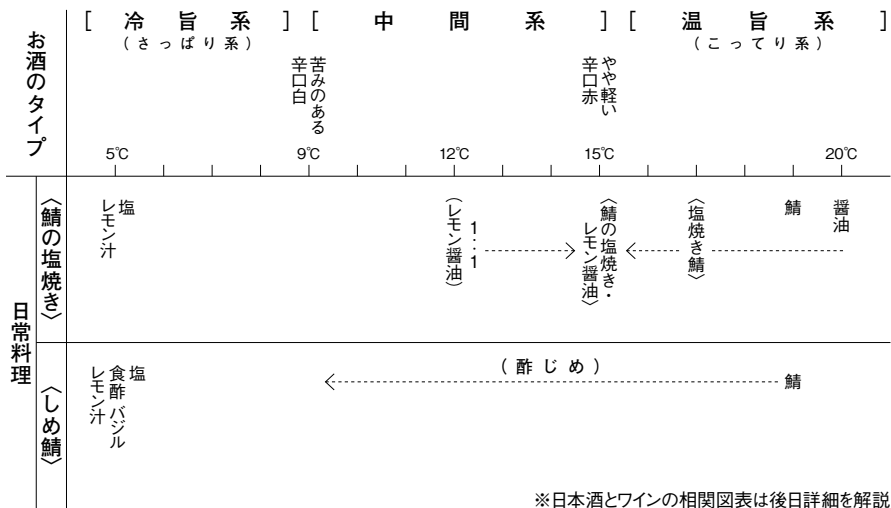


鯖は秋になると脂がのっておいしくなります。

今回は代表的な鯖の家庭料理である「塩焼き」と

「しめ鯖」をおいしくいただくワインと日本酒をご紹介します。

第1表 ワインと料理の相性表



※日本酒とワインの相関図表は後日詳細を解説

第3表 しめ鯖と苦みある辛口の白ワインとの相性  
(相性に関係する主要成分のみ示す)

しめ鯖	=	酢酸	油分 少々	+	旨味成分	+	魚臭	
レモン汁	=	クエン酸		+			香り	
バジル	=						香り	
苦みある 辛口白 ワイン	=	リンゴ酸 酒石酸	+	タンニン 少々	+	アミノ酸	+	香り

第2表 鯖の塩焼きとやや軽い辛口の赤ワインとの相性  
(相性に関係する主要成分のみ示す)

鯖	=	乳 酸	+	油 分	+	旨味成分	+	魚 臭		
醤油	=	乳 酸	+	タンニン	+	アミノ酸	+	香 り		
レモン汁	=		クエン酸	+			香 り			
やや軽い 辛口 赤ワイン	=	乳 酸	+	リンゴ酸 酒石酸	+	タンニン	+	アミノ酸	+	香 り

筆者プロフィール

株式会社ワイン総合研究所 藤原正雄・渡辺正澄

ワインと料理の相性を科学的な視野から切り込み、感覚で語られていたこの分野に新境地を開拓。  
後に株式会社太田商店(東京都)の協力を得て、その理論を清酒にも応用展開。



しめ鯖は「苦味のある辛口白ワイン」。日本酒なら「さっぱりした本醸造酒」や「コクのある純米吟醸酒」がおいしい



鯖の塩焼きにはワインなら「やや軽い辛口赤」、日本酒は「生酛」か「山廃」の純米酒がお奨め

## 鯖は温旨系の食材

鯖は運動量の多い魚で、肉に乳酸(コクと渋みをもつ酸)がたくさん含まれています。それは乳酸が多いボルドーの高級赤ワインの二、三倍に相当し、さらに脂が加わって典型的な「温旨系(こってり系)」の食材になります。温旨系とはワインで言えば、室温でおいしいものと相性がいい食材・調味料です(第1表)。

温旨系食材の鯖ですが、調理方法や調味料によってぴたり合うお酒が変わってきます。

## 塩焼きなら「やや軽い辛口の赤ワイン」&「生酛系純米酒」

鯖は塩焼きにすると脂が落ちて少しさっぱりします。さらにレモン醤油(普通の辛口醤油にほぼ同量のレモンを搾る)をかけると、相性表(第1表)の位置が左に引つ張られます。これに「やや軽い辛口の赤ワイン」(例えばキュベ・ミティーク等)を15度くらいに軽く冷やして合わせます。焼鯖とワインを一緒に口に含んで噛んでみると、ワインだけでも、鯖だけでも感じられない一段上のおいしさが口の中に広がります。お酒と料理が合うというのは、口内調味でおいしさが増すことなのです。

ポイントはレモンです。レモンのすっきりしたクエン酸と、やや軽い辛口の赤ワインにやや多く含まれるブドウ由来のすっきりとした酸(リンゴ酸と酒石酸)とがバランスして、鯖の塩焼きとワインがぴったり合うようになります。

りました。醤油には鯖よりも多くの乳酸が含まれていて、温旨系調味料の典型です。相性表上では右方向にひっぱるので、レモンで調整したわけです。

日本酒ならば焼き立ての鯖に醤油だけをかけて、「生酛純米酒」や「山廃純米酒」をぬる燗(43度前後)で合わせるのがいいでしょう。ワインと料理の相性表と日本酒との相関図も開発していますが、詳細をご説明するのは後の機会に譲ります。

## しめ鯖には「苦味ある辛口の白ワイン」&「さっぱりした本醸造酒」

しめ鯖は、塩に漬けたときに鯖の脂・乳酸・臭みなどが浸透圧で外に吸い出されます。そこに生酢を滲み込ませ、塩と酢の加減でちょうどよい丸い味わいに仕上げる料理です。そのため相性表の位置はずっと左に移動して9度くらいのところに落ち着きます(第1表)。

このしめ鯖にバジルの葉の千切りを少々、せ、レモン汁をちよつと搾り、醤油をつけずに食べてみます。ひと味違ったおいしさに感激されることでしょう。ワインは「苦味ある辛口の白ワイン」です。ソーベ・クラシコあたりはぴったり合ってきます。一緒に口に含むと、一層豊かなおいしさが広がります。

日本酒ならばバジルを青紫蘇に替え、「さっぱりした本醸造酒」を軽く冷やして(15度〜20度)、あるいは「コクのある純米吟醸酒」を冷やして(15度前後)を合わせると、食卓に満足感が充ちてきます。ぜひお試しください。



常識破りの意欲作  
奥の松 全米吟醸

最初に試すのは奥の松酒造（福島県二本松市）の奥の松全米吟醸。ゼンペイではなくゼンマイと読む。

奥の松酒造はリーズナブルな価格のキレ

木村克己のテイスティングノート  
心にしみる秋の燗酒

この秋、お宅ではもうおでんは食卓に登場しただろうか？大根、こんにゃく、ジャガイモ、ちくわ、はんぺんなど、いろいろな素材の味を楽しめるおでんは楽しい。そしておでんと言えば燗酒である。今回はお燗でおいしい酒を二点飲み比べてみる。

木村克己  
1980年の第一回バリ国際ソムリエコンクール日本代表として総合4位。1990年に日本酒サービス研究会・酒匠研究会連合会を設立し初代会長に就任（現在は相談役）。日本酒造組合中央会公認「日本酒スタイリスト」。

黒麹の酸味が生きる

福正宗 純米完熟辛口

福正宗は金沢を代表する銘酒。繊細な加賀料理とともに磨きこんだ味わいは、全国の酒通を唸らせてきた。また福正宗を醸す蔵元「福光屋」は、二一世紀を迎えると同時に

実りの秋は、まさしく食欲の秋――。おいしいものに、あれもこれも箸をのばしていたのでは、メタボの注意信号が点滅する。

メタボとは、あつという間に老若男女に知れわたった病名「メタボリックシンドローム」の略称。ベースになるのは内臓脂肪の蓄積である。事実、秋に太る人は多い。メタボを心配しないで、おいしく上手に食べられないものだろうか？と誰もが思う。そして、こうなると矢面に立たされるのが太ると言われるビールだ。

だが、ビールもアルコールはエンプティ・カロリー。つまり空っぽで、あつという間に身体の内熱となつて消えていく、と言われる。

基本的に問題は、酒の肴を食べ過ぎることに尽きる。人間は冬眠をするわけではないので、しゃにむに食べる必要はない。そこで秋こそ、メタボ対策として「腹で食べずに、頭で食べる！」を実践してもらいたい。おいしいと思えるものを選

のよい吟醸酒を得意とする酒蔵で、この10年間に急成長した。日本のカーレースの最高峰フォーミュラ・ニッポンの表彰台では、優勝者が同社のスパークリング日本酒「純米大吟醸F.N」を振る。

今回テイスティングする全米吟醸は、同社が社運をかけて送り出した意欲作。吟醸酒の香りを立たせ、軽やかに仕上げるために加える添加用のアルコールに、自社の純米酒を蒸溜したものを使う。添加するアルコールの味にもこだわり、すべて米を原料とするという斬新な発想の商品だ。

木村氏はこの酒を試して次のように語る。「常温だと、最初にマシユマロを焼いたような洋菓子に近い香りがあります。少し時間

すべて純米酒に切り替えた。本来の姿に立ち戻ることこそ、日本酒の未来を切り拓くという信念からだ。

福正宗「純米完熟辛口」の特徴は原料に黒麹を使用していること。黒麹はもともと琉球泡盛で使われていたもので、近年は本格焼酎でも好んで使われるようになった。南国で広がっているのは、酸を多く出し醗酵液が腐敗しにくくなるのが一番の理由だ。

黒麹を使った清酒の本格的な商品化はこれが日本で初めて。狙いはしつかりした酸をもった酒に仕上げるため。

この酒を木村氏はどのように見たか？

「第一印象はヒノキや緑を思わせる香りのさっぱりとした味わい。その後が続いて、おい

をおくと吟醸酒の香りが立ち上がる。繊細で味の伸びがよく、さらさらとしたあと口。何杯でも杯を重ねていける酒です。

さらにお燗をすると、香りのバランスが崩れずに、味がよりスムーズに溶け込んでいく感じ。この酒はぬるめの燗でよさが引き立ちますが、少し温度を上げても味のまとまり感が崩れない。晴れ晴れと澄んだあと口です。控えめな中にきらつと光るものを持つている、よくできた酒ですね」



●奥の松 全米吟醸  
アルコール度数:15度  
日本酒度: +5 酸度:1.3  
メーカー希望小売価格:  
720ml 1092円(税込)  
問合せ:奥の松酒造株式会社  
TEL 0243(22)2153

しいお米をいただいた時の旨み、甘みが出てきます。それでいて、からつとした乾いたあと口で、とてもよくできている酒ですね。この酒は、冷やもいいですが、熱燗でいただくともたおもしろさが楽しめる酒だと思います。スムーズというか、シャープというか、切れ上がる感じで、舌に残るドライな感じが、次のひと口を誘うような魅力的な酒です」



●福正宗 純米完熟辛口  
アルコール度数:15度  
日本酒度: +2 酸度:1.6  
メーカー希望小売価格:  
720ml 824円(税込)  
問合せ:株式会社福光屋  
TEL 076(241)2056

上司と部下の割り勘比率  
6対4

会社の人とお酒を飲むのは平均で月に1.8回で、予算は一回あたり四八五一円。よく出る話題は「仕事の話」(80%)、「仕事のグチ」(52%)、「職場の噂」(43%)がトップ3。



酒のデータボックス

ちなみに部下と飲みに行った場合の上司の支払額は五八七三円、部下が三九二二円で、割り勘比率は6対4。(N＝9140)

07年キリンビール調べ)

富裕層はワインが大好き

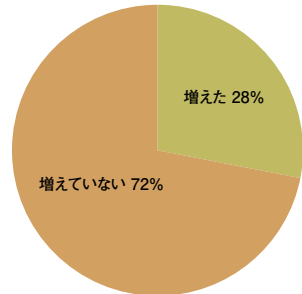
06年の家計調査によると、所得五分位(所得順に並べ五等分したグループ)の最高所得層では、酒類の支出に占めるワインの割合が7%にのぼる。これは

ウイスキーを飲むことが増えた人が3割

「今年になってウイスキーを飲むことが増えた」という人は28%。年齢別で見ると20代と30代で29%、トップの50代では35%もある。

「雑誌でシングルモルトの特集を読んで」や「バーのマスターにモルトを奨められた」という意見のほか、「年齢とともにウイスキーの深い味わいに気がついた」や「退職して時間にゆとりができ、ゆっくりウイスキーを嗜むようになった」という声もある。(N＝61207年酒文化研究所調べ)

今年になってウイスキーを飲むことが増えた



酒文化研究所調べ 2007年 N=612人



世界の酒場から——ホーチミン

## 犬肉酒場の夜は更けて



▲犬肉酒場で出会った笑顔の青年。



▶値段も酒もさまざま。  
酒は漏斗で空瓶に計り分ける。  
◀清涼飲料の空き瓶に入った酒。  
お通しにライムがあるのがうれしい。



## 新着「酒の本」

■『プロフェッショナル 仕事の流儀11』 茂木健二郎

＆NHK「プロフェッショナル」制作班Ⅱ編NHK出版  
TV番組「プロフェッショナル」(NHK)の放送内容をまとめたシリーズ。11号では興水精一氏(サントリーチーフレンダー)の仕事ぶりが収録されている。「優等生では面白くない」と題された彼の章は、ブレンダーとしての仕事と彼の仕事に向かう姿勢が丁寧に綴られている。「誰もが共通して感じる絶対的なおいしさとか質感みたいなものがあるはず」というひと言は圧巻。(二〇〇〇円・税別)

■『蔵元を訪れ美食を楽しむ 日本酒入門』 寺田好文著  
ダイヤモンド社

加賀鳶、獺祭、龍力、鶴齢など全国各地の16の蔵元の酒づくりをレポートした力作。用語や日本酒の歴史などの解説は、図版が豊富で日本酒ビギナーにもわかりやすい。著者は日本酒の蔵元のコンサルタント。(二六〇〇円・税別)

■『本格焼酎をまるごと楽しむ!』 白川湧著 新風舎

著者は名水の地として知られる熊本の水川水源近くに移り住んだ写真家。水の写真を撮り続けてきた彼を新たに魅了したのは、九州各地で造られる本格焼酎。酒蔵に足しげく通って撮りためた写真は、製造現場だけでなく原材料の畑や飲食店にまでおよぶ。本格焼酎のイロハを知るにも、お気に入りの焼酎の製造元の様子を知るにも手ごろな一冊に仕上がった。ちなみに白川湧というお名前は本名。

(一四〇〇円・税別)

■『TOKIO 古典酒場―昭和下町和み酒場編』 三栄書房  
東京の下町の大衆酒場を紹介する第二弾。焼酎ハイボールやホッピーを出す店79軒をとりあげる。ウイスキーハイボールの名店も収録。普段着の東京が垣間見える。(九三三円・税別)

## 読者プレゼント



①奥の松 全米吟醸 720ml 5名様  
吟醸造りに欠かせない醸造アルコールに、奥の松の純米酒を惜しげもなく蒸溜して使いました。すべてが新しい全米ブランドは吟醸造りの未来を感じさせる逸品です。  
提供：奥の松酒造

②福正宗 純米完熟辛口 720ml 5名様  
純米完熟醱酵によるコクのある味わいと、クエン酸のもたらす後味のよさ、キレ味のよさが特長です。  
冷やでよし、燗でよしの一本です。  
提供：福光屋

③宝焼酎「純」25% 720ml 5名様  
サトウキビ糖蜜を原料としたピュアな焼酎をベースに、大麦、トウモロコシなどを原料とした11種類の厳選貯蔵熟成酒を13%使用し、絶妙な味わいを実現。  
すつきりと、まろやかな焼酎です。  
提供：宝酒造

④富士山麓樽熟 50度 600ml 5名様  
澄んだ飲み口、豊かに広がる甘い樽熟香に、アルコール50度の心地よい余韻が残ります。清らかさの中に広がる奥深い味わいが特長の、落ち着いたきのある上質なウイスキーです。  
提供：キリンビール

⑤ブラックニッカクリアブレンド 700ml 10名様  
ひびのおじさんで親しまれているブラックニッカクリアブレンドがデザインリニューアル。ノンピート・モルトにより、柔らかな香りとまろやかな味わいを実現。クセのないサラツとした飲み心地です。  
提供：アサヒビール



「火が通っているから大丈夫だろう」と不安を強引に打ち消して口に運んだのは犬のモツ肉である。イカの塩辛のようなタレにつけて食べると、強いアンモニア臭が口に広がる。負けてはなるかと顎に力をこめて噛み潰し、ごくりと飲みくです。ふう。

ところが臭いがなかなか口の中から消えてくれない。どうやらそれはモツ肉ではなくタレからのもので、醗酵からきているようだ。洗い流してしまおうと焼酎をグイと呷る。

ここはベトナムのホーチミン。庶民的な

店を探しまわってたどり着いたへビーな酒

場だ。ガイドさんは「地元の人でもこんな汚

い店来ません」と不機嫌な顔をして、料理に

はまったく手をつけない。

テーブルと椅子は塩ビ製、トタンの屋根

に裸の蛍光灯、猪口はべらべらのプラスチック、清涼飲料の空き瓶が徳利代わりである。

店の奥には広口瓶が並んでいて、コブラや薬草を漬け込んだ焼酎やもち米の醪を混ぜた濁酒などがずらり。注文するとその場で計り分けて、テーブルまで届けてくれる。

旅慣れた同行の友人は「大丈夫だよ。これ

くらい強い酒と一緒に飲んでいれば腹はこ

わさない」と言い切り猛烈な勢いで食べる。

私はそこまで踏み込まず、二三口食べた

だけで焼酎ばかりが進む。

経済成長著しい国の大都市には、こんな安酒場が集まるエリアがどこにもある。地方からの出稼ぎ者が集う店。きれいでないけれど、活力のある酒場である。

(文・写真 酒文化研究所 山田聡昭 05年1月30日撮影)

特集…失敗しない日本酒選び  
酒と料理のぴたぴたサイエンス…江戸前鮓と大阪寿司  
木村克己のテイस्टینگノート…とっておきの日本酒  
世界の酒場から…韓国済洲島のオメガ酒屋台

次号年末年始号は  
12月10日発行です!

本誌は全国の酒専門店700店で200部ずつ配布いただいています。  
入手できるお店の詳細は酒文化研究所のホームページ(アドレスは下記参照)でご覧いただけます。

季刊 さけ通信 2007年秋号10月15日発行 第1巻第1号(通巻1号)  
発行人:狩野卓也 編集長:山田聡昭 デザイン:株式会社アドアーツ 印刷:製本:株式会社かみたに  
発行:株式会社酒文化研究所 〒101-0032 東京都千代田区岩本町2-16-15 第二中屋ビル TEL 03-3865-3010 FAX 03-3865-3015 http://www.sakebunka.co.jp/

酒文化研究所のホームページの「さけ通信」読者プレゼントコーナーより応募いただけます。http://www.sakebunka.co.jp/  
郵便・FAXでの応募は、住所・氏名・年齢・電話番号・希望のプレゼント・本号への感想を記入の上、以下にお送りください。  
応募締め切りは2007年12月10日(当日消印有効)、賞品の発送をもって発表に代えさせていただきます。なお、当プレゼントには20歳未満の方は応募できません。  
○郵送の場合 〒101-0032 東京都千代田区岩本町2-16-15 第二中屋ビル 酒文化研究所 読者プレゼント係 ○FAXの場合 03-3865-3015

応募方法