

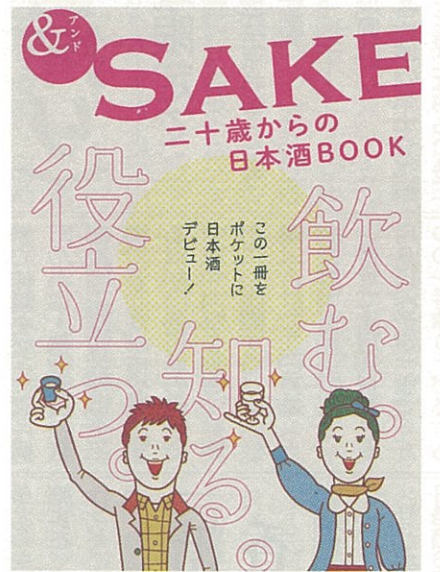


日本酒に

●企画に4歳呼応 福島県の会津若松酒造協同組合と日本政策投資銀行が昨年2月実施した会津清酒の需要振興企画「学生が考える会津日本酒プラン コンテスト」。

1位に選ばれたのが、福島大学の三人が発案した「親子の二十歳(はたち)酒」だ。その趣旨は「節目である成人式に、地元で地元清酒を飲みながら、親子で語り合う文化を創出する」というもの。プランには「成人式限定ラベルの清酒セットの販売」を盛り込んだ。

これに未廣酒造と花春酒造、名倉山酒造、栄川酒造の四蔵が乗り、今年1月上旬に同名の純米吟醸酒四品目を数量限定で発売した(栄川酒造は無料配布のみ)。容量は新



学生・若者向け啓発冊子 中央会が制作

日本酒造組合中央会は、学生や20代に日本酒の魅力を開発するための冊子「二十歳からの日本酒BOOK」を4月に発行する。

●A5判。全カラーで三頁。一〇万部程度の配布を予定。①日本酒を飲む。②日本酒を知る。③日本酒が役立つ。――の三章立て。

①は、ニューヨーク・ロンドン、パリの三都市で日本酒がどう飲まれているかを写真を中心に紹介。味わいと香りの四分類と料理との相性、日本酒カクテル、温度帯別の味わい

新社会人は必読の酒席マナーも紹介

のの違い、グラスの選び方などを紹介。②は、原料・製法・ラベルの読み方などを指南。③は、酒席でのマナーや小ネタ、日本酒の用語集を網羅している。

同中央会は「読み初めは軽いタッチで、進むにつれて日本酒の本質に触れる内容。③は新社会人にとって必読のテーマ。この冊子の中身を参考に、各蔵各様のプレゼンテーションに活用してほしい」と話す。問い合わせは中央会広報部・電話03(3501)0108へ。

親子で語り合う時の酒 新成人祝う限定ラベル

●企画に4歳呼応 福島県の会津若松酒造協同組合と日本政策投資銀行が昨年2月実施した会津清酒の需要振興企画「学生が考える会津日本酒プラン コンテスト」。

1位に選ばれたのが、福島大学の三人が発案した「親子の二十歳(はたち)酒」だ。その趣旨は「節目である成人式に、地元で地元清酒を飲みながら、親子で語り合う文化を創出する」というもの。プランには「成人式限定ラベルの清酒セットの販売」を盛り込んだ。

「初めは新成人を意味する『20』を前面に出そうと考えたが、親子が二十歳を振り返って語り合うシーンを想像して、何が語られるのか」といった文化的側面も全国に伝えられれば」と話す。

提供・日本酒造組合中央会



ラベルと首掛けをデザインした藤秋生さん



4歳の(親子の二十歳酒)

歳から成人を迎える20歳までに会津清酒の需要振興を促す「親子の二十歳」シリーズという企画を練っている。小竹さんは「取り組みは緒にいたばかり。でも、厚みのある一冊、一地方の慣習があっという間に全国に広がることもある。『なせ会津人が親子で清酒を飲むのか』と、何かが語られるのか」といった文化的側面も全国に伝えられれば」と話す。

提供・日本酒造組合中央会

幅を広げた。「目が回るほどのスケジュール」(又木さん)で、新規メンバーを面接して確保、一四人に増えた。

五百万石は順調に生育し、9月中旬に稲刈りとなった。11月に数馬酒造での精米作業を見学し、12月には泊まり込みで仕込み作業を体験した。

三本のタンクで仕込んだ清酒は「竹葉」とNPBロから取って「Chikuha・N」と命名。瓶詰め直前まで数馬社長と杜氏、メンバーで味わいについて話し合った。720ml一千本の発売が決まった。しかも「メンバー

「能登」に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

能登に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

「能登」に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

能登に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

「能登」に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

能登に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

「能登」に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

能登に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

「能登」に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

能登に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

「能登」に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

能登に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

ようこそ

いま伝えたい 新しい形・心・力

若者の関心、力強さを増す 学生が主役の商品開発も



金沢・東京・能登の3カ所で開いた披露会(写真は東京会場)



「能登」に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

能登に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

●世界農業遺産 国連 が石川県の「能登の里山食糧農業機関(FAO)「里海」を国内初の「世界農業遺産」に認定したのが2011年。能登町の清酒「竹葉」の数馬酒造の数馬嘉一郎社長(28)は、認定を喜ぶが「実際は耕作放棄地が増えている。地域を担う若者が率先して景観や伝統を維持していかないと、認定は形骸化しかねない」と懸念を述べた。

「能登」に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

能登に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

「能登」に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

能登に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

「能登」に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

能登に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

「能登」に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

能登に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

「能登」に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

能登に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

若者の酒離れは深刻だが、日頃、飲酒の習慣がある若者でさえ、清酒とすると悪酔いする「きつい」といった誤ったイメージや「難しそうだから」と敬遠する向きは多い。ところが一方で、近年、清酒に関心を持つ大学生が各地でグループをつくり、同世代への清酒の魅力発信に一役買っている。ついには商品開発に携わったりプロモーションの発信主体となったりする例も表れている。石川県と福島県の事例を取材した。

「能登」に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

能登に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

「能登」に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

能登に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

「能登」に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

能登に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

「能登」に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

能登に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

米作り・企画・販促まで アンケートで好み把握

●能登・農業・日本酒 日かけて「五百萬石」を込めて、2014年3月、学生が米作り、酒造り、商品設計に関わり、能登の新たな魅力を発信しようという「N-project」がスタートした。

「能登」に恋した僕たちが、日本酒をつくります。

能登に恋した僕たちが、日本酒をつくります。