

日本酒

北本勝ひこ

主張する①

日本酒をめぐる

最近の話題

——今、日本酒がいちばん美味しい——

「今、日本酒がいちばん美味しい」というと、日本酒の愛好家なら「寒い冬の熱燗で一杯」を思い起こし、この季節のことと思うかもしれない。しかし、そうではない。これは、日本酒の永い歴史において、現在の日本酒の品質が最高に到達していると

いう意味である。この言葉を、最近、山形県天童の蔵元の社長から聞いたとき、私自身の30年にわたる日本酒とのつきあいから、また醸造学的な見地からも、確かにその通りと頷かずにはいられなかった。山田錦や五百万石などの酒造好適米を40から

50%まで精米し（すなわち半分以上を糠として削りとる）、吟醸酒用の各種酵母を使用し、低温で長期間発酵させて造る吟醸酒などが、近年市場に流通し全国の銘醸蔵の酒をどこでも購入することができるようになった。吟醸酒用の清酒酵母や麹菌の育種改良、温度制御可能な発酵タンク、高精白米の製麹技術の進歩も見逃せないが、40%まで精米するコンピュータ制御の精米機の登場も大きく貢献している。以前は精米師が、三日三晩、昼夜連続で回転数と抵抗を調節して精米をしなければできなかったため、鑑評会と呼ばれるコンテスト用として少量の製造しかできなかった吟醸酒が、今、市場に流通するようになった。

しかし、美味しい日本酒が流通す

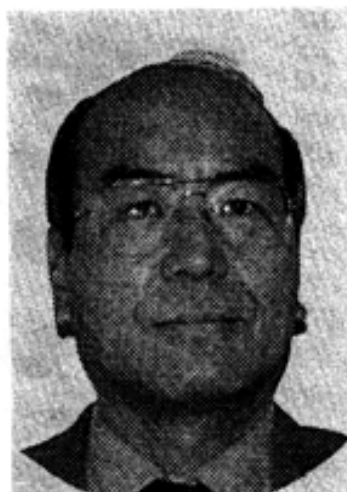
るようになったにもかかわらず、最近、日本酒の消費は低迷している。「発酵醸造学」（大学院講義）や「日本酒の科学」（全学自由ゼミナール）を担当していて、学生の日本酒に対する認識に驚いたことがいくつもある。その代表的なことは、大学院生でも、これまで日本酒をほとんど飲んだことがないという人がかなりの割合（半分以上？）存在することである。研究室のコンパなどでも、日本酒の登場する機会はあまりないのではないだろうか。日本酒はワインとビールとならび世界の三大醸造酒といわれる。どこの国も、酒類の多様化が進んでおり、フランスではワインが、ドイツではビールの国内消費は漸減傾向にある。しかし、我が国の日本酒の激減状況は、はなはだ

異常といえる。

私は農芸化学科を卒業してから20年余、国税庁醸造試験所で清酒酵母と麹菌を相手に分子生物学的手法による育種の研究を行ってきた。また、国税局鑑定官室では鑑定官としてお酒の鑑定と技術指導を行う機会もあった。6年前に、教官として戻ってきた時、「日本酒なんてなくても全然困らない」という大半の学生の日本酒に対する認識に非常に驚いた。この30年弱の間に、我が国の酒類消費の多様化がずいぶん進んだということだろうか。そこで、酒類消費の統計を調べてみると、最近、いろいろなお酒の消費傾向で激変が起こっていることがわかった。以下、私が学生だった1970年と1999年を比べてみることにする。この約30年の間に、全酒類に占める日本酒の消費割合は32%から11%へと激減している。ビールの消費は59%から71%（発泡酒といわれる節税ビールを含む）へ、焼酎が4%から8%へ、リキュールが0.5%から4%へ、ワインが0.6%から3%へと増加している。確かに、学生にかぎらず日本人全体で、日本酒離れが急速に進んでおり、同時に、色々な酒類へのシフトが見

てとれる。

日本酒全体の消費量は減少傾向ではあるが、吟醸酒や純米酒などの特定名称酒と呼ばれるものに限れば増加傾向にある。日本酒では、価格の高い吟醸酒などと、紙パックなどで代表される低価格酒との二極化が急激に進んでおり、後者を含む一般酒の販売量が減少していることになる。また、居酒屋などの飲み放題の日本酒は、価格の安い日本酒（これらは、概して美味しくくない！）が主体であり、初めに出会う日本酒の印象を悪くしているのも事実である。ちなみに、講義で、蔵元の社長に話をしてもらい、吟醸酒や純米酒などのきき酒をすると、学生からの反応として「日本酒がこんなにおいしいとは思わなかった」とか「初めて、こんなにおいしい日本酒を飲んだ」などという声をよく聞く。



きたもと・かつひこ
大学院農学生命科学研究科教授
(微生物生理学、発酵醸造学)

Kitamoto Katuhiko

「繁栄した文化をもつ民族には、優れた酒がある」「優れた酒のない民族は、その文化の繁栄も永く続かない」と古くからいわれる。我が国には、日本酒という、酵母と麹菌、さらに乳酸菌などの多種類の微生物を用い、これらの能力を巧みに引き出して造られる世界で最も複雑でかつ洗練された「優れた酒」がある。明治初めに、アトキンソンというお雇い教授が東大に招聘されて以来、日本酒は科学的な解明が始まり、その研究成果は、我が国の微生物発酵技術を世界で一番進んだものとした基礎となつていく。約45年前の「アミノ酸発酵、核酸発酵」などは、日本人の独創的な発想によるものであり新たな産業を起こしたという意味で、まさにベンチャー企業の始まりであった。

21世紀は、ますます国際化が進むのは間違いない。国際化が進めば進むほど、自分の国の文化を知ることがより重要になる。最近10年の種類の消費傾向を延長すると、あと10年もするとワインが日本酒の消費を上回るかもしれない。しかし、日本人がいくらワインに詳しくなろうとも、フランス人から尊敬されることはないだろう。今、明治時代に比べて10倍くらい美味しい日本酒が造られているのに、それを知らずに過ごしている日本人が多いというのも皮肉な事実である。一生懸命、良質の日本酒を造り続けている蔵元が全国に多数ある。しかし、その多くは赤字もしくは利益50万円未満という状況にあり、5、6年のうちには蔵元の数は現在の約1600から数百になるのではと危惧されている。日本酒においても北海道から九州まで、全国各地でその土地の歴史に育まれた銘酒が造り続けられることはいろいろな意味で意味深いことである。世界の国から尊敬され、活力のある日本となるには、日本酒の美味しさを正しく認識し、正しく語れる日本人が増えることも必要なことではないだろうか。