

沖縄の宝 曲がり角

好み多様化 出荷量減

泡盛の古酒は単に沖縄の名産で片付けではない。どこから見ても沖縄の宝物の一つだ。最後の琉球国王・尚泰の四男である尚順はこの言葉を残した。「驚異の美食家」と呼ばれた尚順がこよなく愛した泡盛。「沖縄の宝」が今、曲がり角に差し掛かっている。

ヒーク時の7割

泡盛の販売量は減り続けている。

県酒造組合によると2015年の泡盛の総出荷量は前年比3.9%減の1万9247.1リットルだった。

年のはじめに、泡盛の販売量は減り、出荷量の減少は11年連続で16年ぶりに2万リットルの大台を割るなど泡盛は危機的状況に陥っている。

県酒造組合の又吉良秀専務理事は減少の理由に「若者や女性のアルコール離れがある」と話す。県内の居酒屋でも「ウイスキー・ワイン、日本酒や焼酎などの多様な酒がそろい、消費者の支持を得て急速に市場が拡大している。県内大学に通う女子学生(20)は「女子会などではワインやカクテルを飲む。男の子と一緒に大勢だったたら泡盛を頼むけれど、女の

泡盛を猪口(ちょこ)に注いでいる「泡を立ち切らぬ泡盛」が泡立ち切らぬ泡盛と評されている。「泡を立ち切らぬ泡盛」は、泡盛の歴史は15世紀の大交易時代までさかのぼる。当時、琉球は東南アジアの国々と盛んに交易をしており、シャム(タイ)から蒸留酒を購入していた。その製造技術を学び、15世紀後半には後の泡盛となる蒸留酒が琉球で造られ始めたとされる。琉球国王の任命のため中国から訪れた冊封使の記録によると、接待で泡盛が用いられたとされる。156年の冊封使たつた周煌は、「泡盛を味醂にして比無し絶佳と為す」とし、泡盛のこくやうまさは他に比べるものがないと絶賛している。

1853年に訪れたペリー一行は、首里で開かれた夕食会で泡盛の一品だけだつたら頼まない」と話す。選択肢に泡盛はないようだ。泡盛の好みの多様化はあるものの、泡盛には他の酒にはない古い歴史と文化・伝統という大きな強みがある。泡盛は沖縄の風土に育まれながら、時代を生き抜き、変化をなってきた。

起源はシャム

泡盛の歴史は15世紀の大交易時代までさかのぼる。当時、琉球は東南

アジアの国々と盛んに交易をしており、シャム(タイ)から蒸留酒を購入していた。その製造技術を学び、15世紀後半には後の泡盛となる蒸留酒が琉球で造られ始めたとされる。琉球王国時代に重宝された古酒は、ほとんどが沖縄戦で失われたところは跡形もなく焼失したが、盛恒さんが、古酒の入った南蛮甕を庭の地中深くに埋めた。首里一帯は米軍の爆撃で焼け野原となり、酒造所は現在確認されていない。71年前の沖縄戦が、泡盛の歴史に「空

沖縄を代表する銘酒・泡盛の出荷量が11年連続で減少している。泡盛は琉球王国時代に生まれ、明治、大正、昭和、沖縄戦を挟んで戦後、さらには平成の沖縄ブームまで沖縄を代表する製造業として成長してきた。沖縄特有の風土から生まれる黒麹菌を使つた蒸留酒として、世界的にも特異な酒と位置付けられる。沖縄の宝でもある泡盛の歴史をたどり、出荷量拡大など泡盛の未来像を描くヒントを探る。



○1



銘柄ごとに個性ある泡盛がずらり



古酒とみられる酒を口にしたとされている。「小さな盃につがれた酒は芳醇で醸造が古く、まろやかに熟しておりきつくて甘みのある舌触りだった」とベリーの秘書官であつたティラーが『日本遠征記』に記している。数百年の間、本来の風味を損なわないよう蓄えられた泡盛古酒は、その希少価値から重宝がられた。

仕次ぎ



泡盛を猪口(ちょこ)に注いでいる「泡を立ち切らぬ泡盛」が泡立ち切らぬ泡盛と評されている。「泡を立ち切らぬ泡盛」は、泡盛の歴史は15世紀の大交易時代までさかのぼる。当時、琉球は東南

アジアの国々と盛んに交易をしており、シャム(タイ)から蒸留酒を購入していた。その製造技術を学び、15世紀後半には後の泡盛となる蒸留酒が琉球で造られ始めたとされる。琉球王国時代に重宝された古酒は、ほとんどが沖縄戦で失われたところは跡形もなく焼失したが、盛恒さんが、古酒の入った南蛮甕を庭の地中深くに埋めた。首里一帯は米軍の爆撃で焼け野原となり、酒造所は現在確認されていない。71年前の沖縄戦が、泡盛の歴史に「空

白の時代をつくった」とまでいわれるものがいる。琉球王国時代に重宝された古酒は、ほとんどが沖縄戦で失われたところは跡形もなく焼失したが、盛恒さんが、古酒の入った南蛮甕を庭の地中深くに埋めた。首里一帯は米軍の爆撃で焼け野原となり、酒造所は現在確認されていない。71年前の沖縄戦が、泡盛の歴史に「空



昭和初期の泡盛のホウタリ

変軍要請、ビルマ製造も

沖縄美ら酒物語

○2

琉球王朝時代から飲まれ続けてきた歴史ある酒は、明治、大正、昭和の時代を生き、戰禍をくぐり抜けてきた。数百年保管されてきた古酒も先の大戦でほとんどが失われた。泡盛は沖縄の時代とともに、ほろ苦さを伴ながら愛護をたどってきた。

泡盛の活況期

明治時代、泡盛は県外輸出品の柱として位置付けられ、黒糖、織物とともに沖縄の三大産物として扱われた。1906年の琉球新報によると、本県輸出重要物産（03年度調査）として黒砂糖219万5千円、泡盛61万9千円と記されている。大卒初仕給が20~30円だった。当時、泡盛は県経済を支える重要な物だつたことがうかがえる。那覇港から大坂や鹿児島などに出荷され、泡盛は次第に県外に知れ渡るようになっていた。

大正、昭和に入ると、全般的な取り組みが始まることになった。28年、本島、宮古、八重山の三つの酒造組合をまとめる組織として県酒造

組合連合会が設立。市場を拡大して泡盛の出荷量を増やすとともに、業界一丸となつたキャンベーンが始まった。県外向けにボスターやレコードを作り、東京や大阪、福岡でのPRに力を入れた。

大規模な宣伝の結果、33年以降の時代を生き、戰禍をくぐり抜けてきた。数百年保管されてきた古酒も先の大戦でほとんどが失われた。泡盛は沖縄の時代とともに、ほろ苦さを伴ながら愛護をたどってきた。

東京の本所、深川、神田、浅草などに、泡盛の「のれん」が目につくようになった。東京だけで35年に720千斗、39年には倍の1440千斗を出荷し、泡盛ブームとまで言われた。地場産業、県経済の発展のため、県全体で盛り上げようとする機運が高まっていた時代だった。だが、太平洋戦争を皮切りに、泡盛は収縮の一途をたどっていく。

ビルマ産の泡盛

一方、軍用や冠婚葬祭用の特配は続ける必要があった。同年、陸軍省からビルマ（ミャンマー）で泡盛を現地供給用として製造させる要請があるようになった。43年初めには海上輸送が困難になり、泡盛の原料米が手に入らず県外出荷が全面停止となる。

一方、軍用や冠婚葬祭用の特配は続ける必要があった。同年、陸軍省からビルマ（ミャンマー）で泡盛を現地供給用として製造させる要請があるようになった。43年初めには海上輸送が困難になり、泡盛の原料米が手に入らず県外出荷が全面停止となる。



1943年、陸軍省からの要請を受けビルマの海岸へ向かうために出発したメノバー。
(瑞穂酒造提供)



那覇港から県外向けに出荷される泡盛（瑞穂酒造提供）

中でも、泡盛製造の中心地だった首里は、首里城地下に日本軍の第32軍司令部壕が置かれていたことによ

り、戦後、泡盛製造者たちは泡盛造りを再開するが、27年間の占領下でさらに暗い時代をたどることになる。

(阪口彩子)

一方、軍用や冠婚葬祭用の特配は続ける必要があった。同年、陸軍省からビルマ（ミャンマー）で泡盛を現地供給用として製造させる要請があるようになった。43年初めには海上輸送が困難になり、泡盛の原料米が手に入らず県外出荷が全面停止となる。

一方、軍用や冠婚葬祭用の特配は続ける必要があった。同年、陸軍省からビルマ（ミャンマー）で泡盛を現地供給用として製造させる要請があるようになった。43年初めには海上輸送が困難になり、泡盛の原料米が手に入らず県外出荷が全面停止となる。

一方、軍用や冠婚葬祭用の特配は続ける必要があった。同年、陸軍省からビルマ（ミャンマー）で泡盛を現地供給用として製造させる要請があるようになった。43年初めには海上輸送が困難になり、泡盛の原料米が手に入らず県外出荷が全面停止となる。

一方、軍用や冠婚葬祭用の特配は続ける必要があった。同年、陸軍省からビルマ（ミャンマー）で泡盛を現地供給用として製造させる要請があるようになった。43年初めには海上輸送が困難になり、泡盛の原料米が手に入らず県外出荷が全面停止となる。

一方、軍用や冠婚葬祭用の特配は続ける必要があった。同年、陸軍省からビルマ（ミャンマー）で泡盛を現地供給用として製造させる要請があるようになった。43年初めには海上輸送が困難になり、泡盛の原料米が手に入らず県外出荷が全面停止となる。



米統治下時代に飲まれた白鷺。右側はムサインが入っている「泡盛まつりギャラリー」

終戦直後、戦前から保管されている泡盛のほとんどが焼失したため、県内では酒が手に入らなくなってしまった。日本軍が放棄した燃料アルコールもあり、誤って工業用アルコールを飲んで、体の不調を訴える人が続出した。酒が手に入らない時代、県内各地では酒が密造されるようになつた。

原料米が手に入らず、米軍から放出された物資や、芋、トウモロコシと一緒に泡盛が手に入らなくなつた。酒が手に入らない時代、県内各

酒蔵壊滅で品質劣化

1945年、米軍の集中砲火を受けた沖縄本島は焼け野原になつた。特に泡盛の製造拠点が集中していた首里は壊滅状態となつた。戦前は県外で愛飲され、黄金時代を築いた泡盛も戦争の犠牲者となつた。沖縄戦と、その後27年間続いた米統治によつて、600年続いた泡盛は新たなスタートを踏み出さなければならなかつた。

代替品

終戦直後、戦前から保管されている泡盛のほとんどが焼失したため、県内では酒が手に入らなくなつた。日本軍が放棄した燃料アルコールもあり、誤つて工業用アルコールを飲んで、体の不調を訴える人が続出した。酒が手に入らない時代、県内各地では酒が密造されるようになつた。

原料米が手に入らず、米軍から放出された物資や、芋、トウモロコシと一緒に泡盛が手に入らなくなつた。酒が手に入らない時代、県内各

戦後、洋酒が人気になり

沖縄美ら酒物語

泡盛 その未来 ○3

敦元会長は「結婚式などで酒が出されると、中に芋のクスが混ざつて、それが日常茶飯事だつた」と当時の様子を手記に記している。酒の密造があまりにも多かつたことから、米軍政府は46年、酒の密造防止のため沖縄民政府財政部に対し、酒類を製造し民間に配給するよう指令を発した。

イメージダウン

軍の施設跡や戦前の民間酒造工場

跡を利用し、49年には軍政府が酒造の民営化を許可した。各地で盛んに酒類が製造されるようになつた。しかし原料の米はなかなか手に入らず、泡盛ではなく新式焼酎(甲類)や合成酒、雑酒として扱われた。原材料不足や生産設備の不備などで粗悪な品が回つたため、泡盛のイメージは大きくダウンしていった。

戦後初の本土出荷は51年、東京向

かに泡盛が手出しがされた。沖縄民政府としても、戦前の県経済を支えた泡盛の輸出は新たに経済を盛り上げる要因になるであろうと、期待を込めた出荷だった。

だが、たつた5年で出荷量は頭打ちになつた。運賃などの経費がかさんだことにより、本土の清酒や焼酎よりも高い値段で売られたからだ。當時、酒1升の値段が清酒2級420円、焼酎540円の時代に、泡盛は620円だった。また、戦前のように製造して貯蔵・熟成する施設がなかつたため、泡盛の品質は落ち込

んだ。劣化で、値段の高い泡盛が本

土の消費者に選ばれなくなるのは必

然だつた。

A サイン



(阪口彩子)



(日曜掲載)

つた。

具志川村 当時、現るるま市)にあつた諸見里酒造工場は糖蜜を主な原料とした「白鷺」という甲類焼酎を製造した。泡盛独特の臭いを抑え

たことから一般に好まれ、A サインを受け、米兵にも飲まれるようになつた。戦前に飲まれ続けた泡盛独特の風味や品質は失われたまま、米統治下で人々は洋酒になじみ、スナックや飲食店などでも取り扱う酒は全

て洋酒という時代が長く続いた。600年の歴史を持つ泡盛は一度、沖縄戦を境に途切れてしまつた。戦後、ゼロからスタートした泡盛は社会情勢に左右されながら、72年の復帰を迎えた。米統治下で洋酒に出してそう話す。米統治下、日本製のウイスキー、ビール、日本酒は手に入らず、米軍から流れてきた洋酒が沖縄で飲まれる時代だつた。高級なウイスキーが安価で手に入るた

め、質の悪い泡盛は好まれず、洋酒ばかりが売れた。泡盛が売れないの

で粗が回らざりないまま、ウイスキ

ーの空き瓶に泡盛を入れて販売する

時代だつた。戦後、製造基盤を失わ

れた泡盛にとって、ウイスキーなど

の洋酒と対抗することは至難の業だ

ともに改めてスタートを切ることに

なる。洋酒の価格は値上がりし、徐々に洋酒は大衆から受け入れられなくなつていった。

戦後、物資不足や洋酒のあまりを受けた泡盛。唇をかんた卓内の事業者たちの努力が注目されるが、時代からのことだ。

出荷量の拡大につながつていった。

時を経て新たな魅力を備えた泡盛の時代が来るのは復帰後しばらくたつてからのことだ。

ころ(瑞穂酒造提供)

焼酎との競争激化



近年、出荷量の減少に歯止めがかからない「泡盛業界」。「若者や女性のアルコール離れ」という国内の酒類業界全体として直面する課題が指摘される。そうした中で3月に発表された2015年の泡盛出荷量も、前年比3・9%（774千リットル）減の1万9247千リットル落ち込み、11年連続の下落となつた。

一方で、長年にわたり流通の現場で泡盛の販売に携わってきた南島酒販（西原町）の出口尚社長は「泡盛は減少しているが、県内で消費される酒量が同等に減つたわけではない」と述べ、「泡盛の消費減少を離れて」だけ片付けようとする認識にくぎを刺す。

品質の向上

1972年に沖縄が日本に復帰した当初、泡盛は日本酒や焼酎との競争にさらされ、酒造所は淘汰されるという悲観論が根強くあった。しかし、酒類業界を管轄する沖縄国税事務所が復帰とともに設置され、専門家である鑑定官の配置、各酒造所が泡盛の出来を競う鑑評会の開催などを通じて、製造技術や品質管理は飛躍的に向上した。

80年代に到来した「居酒屋ブーム」では、若者でにぎわう大型チエーン店が県内各地に展開し、自身の泡盛を取り置きするボトルキープの習慣が広がった。透明ガラスの一升瓶や三合瓶から、カラフルな四合瓶による出荷が定着。泡盛が年代を超えて漫透し、ついにウイスキーの消費量を上回るまでになつた。

さらに90年代は全国的な「沖縄ブーム」の風を受け、沖縄文化の代表的な存在として泡盛の認知や愛好家が県外にも広がつた。

品質向上の努力が基礎となり、県人「と観光客の増加に合わせながら」と、泡盛の増加に合わせながら

県内でも「芋」が拡大

沖縄美ら酒物語

泡盛その未来 ○4

2000年に2万794千リットルまで成長した泡盛出荷量は、ここからさらに急激な伸び方を見せた。年間千キロ前後の増加ペースで推移してきたのが、ピックとなる04年の2万7688千リットルまで一気に到達。特に県外への出荷分が00年の1860千リットルから、04年には3・3倍の6247千リットルまで急拡大した。

この背景には全国を席巻した「焼酎ブーム」があった。出口社長は「焼酎は体にいい」とテレビで取り上げられ、全国で焼酎が大変な品薄になつた。同じ本格焼酎だから泡盛でも構わないと、県外からすごい引き合いがあつた」と振り返る。

焼酎ブームの火付け役となつたのが、宮崎県都城市に本社を置く霧島酒造が1998年に発売した芋焼酎「黒霧島」だ。泡盛と同じ黒麹を使い、芋臭さを抑えた改良により、水割りで甘い口当たりが味わえるなど。

霧島酒造の15年度の沖縄への出荷量は378千リットル（升瓶21万本）に上つた。13年度は216千リットル、14年度は306千リットルと着実に県内市場での出荷量が減少してきたのとは対照的だ。

霧島酒造は8年ほど前に営業員1人を沖縄に駐在させた。順調な出荷状況を受け、昨年から2人体制に増えた。同酒造沖縄担当の田中勇輝さんは本年度も出荷増の計画を立てていることを説明した上で「沖縄は観光客も増え、いい時期にある。いろいろな酒が流通すると面白い。泡盛文化の中、同じ九州の酒として泡盛業界を取り巻いている」。

かつて泡盛の県外出荷を押し上げた焼酎ブームは今、県内で飲まれる酒類の多様化とシェア争いとなつて泡盛業界を取り巻いている。

う、泡盛出荷量は右肩上がりの増加が続いている。

「黒霧島」



県内各酒造所が製品の出来を競い、泡盛の品質向上に貢献してきた鑑評会=1983年

酒類の多様化

「黒霧島」を店に置いてみたい

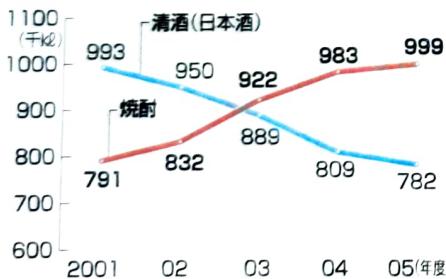
南島酒販にはこの数年、県内量販店などの取引先から霧島酒造の芋焼酎の取り寄せに関する問い合わせが多くなり始めた。

泡盛とビールの消費が主流の沖縄で、まして泡盛には酒税軽減措置で価格の優位性がある中で、焼酎に参入の余地があるのか。出口社長は

当初、「半信半疑」で黒霧島の卸販売を扱つた。だが、出荷は予想を超える芳がかりを見た。

酒廠へ提供する酒廠をメーカーの商品のほうに

日本酒の販売量を逆転した焼酎ブーム



かつて泡盛の県外出荷を押し上げた焼酎ブームは今、県内で飲まれる酒類の多様化とシェア争いとなつて泡盛業界を取り巻いている。

（与那嶺松一郎）
（日曜掲載）

03年度に焼酎の全国販売量が日本酒を逆転。「いいちこ」に代表される麦が主流だった焼酎業界の勢力団も、宮崎や鹿児島の南九州の芋焼酎メーカーが全国区となつた。



講師の手作り「泡盛」を販売する「泡盛の手作り」、沖縄美ら酒の「泡盛」を販売する「泡盛の手作り」、沖縄美ら酒の「泡盛」を販売する「泡盛の手作り」

瓶や味工夫しヒット もろみ酢でつまづく

沖縄美ら酒 物語

泡盛 その未来 ○5

沖縄国際大学で講義を持つ南島酒販（西原町）の出口尚社長は、普段の飲み会で泡盛を飲むかを学生たちに聞いてみた。約50人のクラス。若者の間では半数にもいかなないだろうとみていたが、手が挙がったのはわずか2人。「泡盛は無い」「若い人は飲まない」。地元学生からの手厳しい反応を目の当たりにし、出口社長は「ウチナーンチユなら泡盛を選んでくれる」という認識はもう通用しない。泡盛メーカーは、消費者のトレンドに沿った提案ができるいかなかつたのではないか」と指摘する。

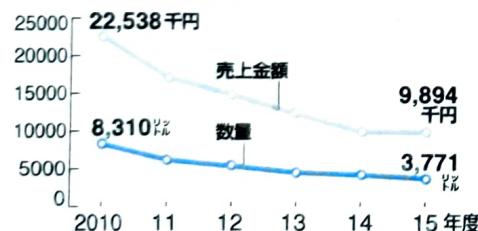
沖縄向けの出荷量を伸ばす芋焼酎メーカーの霧島酒造（宮崎県）の一酒造所にすぎなかつたのが、焼酎ブームの火付け役として一気に全国区となつた。その背景には黒霧島「赤霧島」というキラーコンテンツを生み出す開発力に加え、徹底した「どぶ板當華」があつたことがでも知られる。

沖縄駐在営業部員の田中勇輝さんは、「昼は問屋やスーパーを巡回して、夜は得意先に飲みに行く。新入社員は入社直後の研修で『酒場回りで霧島ファンをつくれ』という教育で徹底される」と語る。

とはいえるが、泡盛業界も新市場の開拓に向けた商品開発や営業の努力を怠つてきたわけではない。カラフルな角形の4合瓶（720ミリリットル）に泡盛を詰めた久米仙酒造（那覇市）の「久米仙グリーンボトル」の登場は、1980年代の居酒屋ブームに乗つた営業活動の中で時代のニーズをつかんだことから、泡盛は4合瓶の流通が主流となるほど画期的な商品だつた。

ヘリオス酒造（名護市）が89年に発売した「古酒一くら」は、洋酒の「おもろみ酢」という試みで、色味の付いた「琥珀色の泡盛」というブランドを確立。口当たりが軽く飲みやすい味わいで、従来の支持層

わしたショッピング直営店・特約店でのもろみ酢の販売実績



黒麹菌の発酵によって生まれるアミノ酸、クエン酸を豊富に含むもろみのかすにいち早く目をつけたのが、もろみ酢の元祖・石川酒造場（西原町）。2代目社長の石川信氏は疲労回復や脂肪分解などのダイエット効果を期待し、1978年に

しかし、製造が県外業者にしてしまった中、沖縄から購入した原液の量を薄め、アミノ酸などを商業的に配合した低価格商品が出現するようになる。1本5千円の高額商品から十円を切る安売り商品までが市場に並ぶ。「乱売」状態となり、消費者の間に、もろみ酢の価格や品質表示に対する不信が広がっていく。

2005年ごろから、もろみ酢市場は販売不振による縮小が始まる。業界は「もろみ酢公正取引協議会」を08年に設立し、製品重量に対するもろみ酢原液の割合を75%以上と定めるなど、表示適正化の対策を講じた。だが、落ち込みに歯止めはかかる、現在の出荷額は最盛期の10分の1程度まで縮小した。

松田理事長は「もろみ酢がどんな商品かを消費者が理解する前に、ブームに乗つた極端な売れ方をしてしまい、信頼が失墜する結果になつた」と肩を落とした。

にとしまらず女性や若者にも認知されるヒットとなつた。

90年代後半から「沖縄ブーム」と健康志向を背景とした「焼酎ブーム」が相まって、生産が追い付かないほどの引き合いを呼ぶこととなつた最盛期の泡盛人気。各メーカーが競つてヒット商品を生み出してきたことによるファン層の広がりが、ブームに乗る素地となつていて。

そして、健康志向と沖縄という両



公正取引委員会から公正競争規約の認定証が交付されたもろみ酢公正取引協議会の設立総会（2008年3月、那覇市のパシフィックホテル沖縄）

全国区の市場

と、沖縄駆在営業部員の田中勇輝さんは、「昼は問屋やスーパーを巡回して、夜は得意先に飲みに行く。新入社員は入社直後の研修で『酒場回りで霧島ファンをつくれ』といふ開発力に加え、徹底した「どぶ板當華」があつたことででも知られる。

90年代後半、大手通信販売業者が初めてブームに火が付き、もろみ酢市場は沖縄を超えて全国市場へと急拡大した。ある酒造所ではもろみかすの供給が追い付かず、よその酒造所からかすを仕入れたというほどで引き合いが、ブームに乗る素地となつていて。県外の健康食品会社も自ら製造に乗り出し、沖縄の泡盛酒造所からもろみかすを調達して「琉球もろみ酢」と銘打つて販売した。泡盛の製造過程で出る酒かす（もろみかす）を搾つて造る「もろみ酢」だ。

乱売で信頼失墜

最盛期には「もろみかすを造るために泡盛を製造している」とまで言われた一大ブーム。琉球もろみ酢事業協同組合の松田亮理事長（ヘリオス酒造社長）は「豚のえさや投棄してきたかすが売れるので、酒造所は助かる。泡盛もろみ酢のピーカーは売している」と振り返る。



「もうみ酢も泡盛も黒麹菌の力が生んだ玉物」と語る琉球もろみ酢事業
協同組合の石川悟指導部長(左)=10日 那覇市若狭の同組合事務所

もろみ酢販促に奔走

沖縄美ら酒 物語

泡盛 その未来 ○6

「副産物」のもうみ酢が、主役の泡盛のみ込む勢いだったもうみ酢ブーム。しかし、2003~04年をピークに、現在のもうみ酢市場は泡盛以上に最盛期から転げ落ちた。原料を薄めるなどした県外業者の低価格商品など乱造・乱売を招き、一気に消費者離れを起こしたのだった。もうみ酢生産の伸びは泡盛の製造量も押し上げることになったが、ブームの終息とともに歯車が狂いだすと、泡盛自体の過剰製造と安売りという悪循環にもつながった。

ブームのころは20社ほどがもうみ酢を製造していたが、現在、琉球もうみ酢事業協同組合に加入するのは13社。同組合の松田亮理事長(ヘリオス酒造社長)は「泡盛出荷が減少した分をもうみ酢で補えることができれば、経営基盤の強化になる」ともうみ酢との両輪の普及なくして今後の泡盛振興はないと強調する。

黒麹菌の力

「泡盛も、もうみ酢も、黒麹の力が生んだ宝物だ」と力説するのは、琉球もうみ酢事業協同組合の指

導部長を務める石川悟さん。もうみ酢を飲料商品化した元祖、石川酒造場(西原町)の出身で、3年前に松田理事長に声を掛けられ協同組合の事務局に入った。

泡盛が沖縄の書きでも敗北せず製造できるのは、黒麹菌が酸度の高いケン酸やアミノ酸を生成し、雑菌の繁殖を抑えるためだ。そして、蒸留後の酒かす(もうみかす)を絞つて製造したもうみ酢には、黒麹菌が生み出したケン酸やアミノ酸がふんだんに含まれる。

松田理事長はかつて、ヘリオス酒造の製品「黒麹醪酢」の効能を調べるために研究機関に臨床試験を委託した。この結果、疲労回復や筋肉增强、コレステロール値改善など研究成果を得たとい。石川さんは「必須アミノ酸やケン酸サイクル代謝を促進する。ブームになつたのも、もうみ酢が体に効いたとい。人が多かつたからだ」と語る。



参加者にもろみ酢振る舞うさわやかタウン
ラバーハウス北城 4月1日

ある。30年近く前、石川酒造場が開発したもうみ酢を量販店に並べてもらうと、プリマート(現イオン琉球)の酒類・飲料担当バイヤーとの交渉に臨んだ。しかし、バイヤーの男性は口に含んだ途端に顔をゆがめ、洗面所に駆け込んではき出した。バイヤーから風味や装丁など次々に難点を指摘された石川さんたちが、内心では「どうせ東京で勝負するから何を言わても気にしない」と開き直りもあつた。

その後、石川酒造場の東京営業所で泡盛の県外普及に駆け回った石川さんは、酒問屋国内大手の日本酒類販売に移籍。長く東京で酒類流通に

取りにいった。その後、沖縄で泡盛の引き合

いが高まるのを見てきた。特にもう

み酢は爆発的な人気と転落を目の当

たりにした。

父の信夫氏(石川酒造場2代目社

長)が開発し、沖縄発の全国商品と

なったもうみ酢。3年前に沖縄に戻

った石川さんは、「やはり自分は石川

造場の人間。もうみ酢であれば、もう一度やりたい」と、もうみ酢の

販売を再び軌道に乗せるために走りだした。

そこに強力な援軍も現れた。イオ

ン琉球(南風原町)の末吉康敏会長

だ。「最初の商品はもうみの臭いが強烈で、とても飲めなかつた。その後

ブレークしたから当時のことはよく覚えてる。業界の改善努力があつたのだろう」と目を細める。若き日

の石川さんが向き合つたプリマートのバイヤーその人こそ、末吉会長だつた。

参加型イベントで手応え

イオン琉球は2015年4月のランチム店開業と、プリマートから数えて創業40年の節目に合わせた地域還元企画の一つとして、昨年から健康プロジェクトを始めた。末吉会長から「沖縄の宝をよろしく頼む」ともうみ酢の販促を託されたバイヤーたちは、もうみ酢組合と月1回の会合を持ち、売り場改善などプロジェ

クトの具体化を進めた。

昨年8月にはイオン200万円

沖縄健康フェアを開催した。その上

で末吉会長は「毎日飲み続けるには

7~20リットルで1500円以上では高

い。千円を切る商品にしない」と

業界にさらなる改善を求める。

当初は物販中心だったプロジェクト

も、直近では自治体や関係団体も

巻き込んだ参加型イベントへと広が

りを見せる。店舗でもろみ酢試飲会

を開いても買い物客はなかなか手を

伸ばしてくれないが、市民参加の健

康増進ウォーキングの給水ブースで

は様相が違つた。

イオン琉球の又吉長章ヘルス&ビ

ューティーケア商品部長は「汗をか

いた参加者が、もうみ酢を手に取つてのど鳴らしてごくごく飲む。体

がアミノ酸を欲しているのが分か

る」ともうみ酢の新たな提案に光明を見る。市場のV字回復に向けて

「健康長寿復活」という沖縄の課題を、もうみ酢を使って解決したい」と意気込んだ。(与那嶺松一郎)

「長寿復活」に商機

援軍

石川さんには忘れない思い出が



琉球もろみ酢の日に向け浦崎唯昭副理事(右から2人目)によるもろみ酢を贈呈する松田亮理事長(左)=2015年9月2日 沖縄県

(日曜掲載)



仕次ぎ 古酒表示で危機

沖縄 美ら酒 物語 7
泡盛 その未来 ○

焼酎ブームが過ぎ、2004年をピークに泡盛消費の減少傾向が続いた。業界に2012年、激震が走った。酒造所9社が古酒表示に関するルールを定めた日本酒造組合中央会の「泡盛の表示に関する公正競争規約」に違反し、要件を満たさないものを古酒として販売していた古酒表問題が発覚した。

ブランドに痛手

当時の規約では古酒と一般酒を混ぜて販売する場合、3年以上貯蔵した泡盛が総量の51%を超えないように「古酒」と表示できなかつた。だが、一般酒の量が規定より多いなど要件を満たさないものが販売されたいた。

当時、泡盛業界をまとめていた旧県酒造組合連合会会長だった佐久本武・県酒造組合顧問は「今もつて全くの痛恨事だ。ブランド強化に向けて業界を挙げて取り組んできたところに水を差した」と悔やんだ。

泡盛には古酒に少量の若い酒をつぎ足し、熟成を促す「仕次ぎ」とい



りた泡盛が総量の51%を超えないように「古酒」と表示できなかつた。だが、一般酒の量が規定より多いなど要件を満たさないものが販売されたいた。

当時、泡盛業界をまとめていた旧県酒造組合連合会会長だった佐久本武・県酒造組合顧問は「今もつて全くの痛恨事だ。ブランド強化に向けて業界を挙げて取り組んできたところに水を差した」と悔やんだ。

泡盛には古酒に少量の若い酒をつぎ足し、熟成を促す「仕次ぎ」とい

厳格化

問題の影響は多方面に及んだ。大手酒造所では社長が引責辞任する事態に発展したほか、古酒ブランドの信赖低下が響き、古酒の販売量が減少したメーカーもあつた。業界を取り

り、家庭で個別にためを用意し、受け継がれてきたという文化的な背景もあり、つぎ足す量やタイミングには認識に差があるという。

古酒表示問題は仕次ぎを「(各メーカー)自分の都合がいいように解釈して」いた(業界関係者)ことでも背景にあつたと指摘される。佐久本氏は「(各企業の)コンプライアンスに対する意識の問題だ」と語る。

「熟成」科学的解明へ

古酒表示違反を受け、信頼回復に向けた再発防止の取り組みなどを確認する県酒造組合連合会議議会(2012年)

い目があった。(仕次ぎで泡盛の熟成が促されるという)科学的裏付けがないのも大きかった」と振り返った。一般家庭で多くのためをそろえ、仕次ぎをすることが難しい現代、仕次ぎという文化そのものが危機に立たされた形だ。

「味覚センサー」活用

一方、危機をチャンスに転換し、新たな取り組みも動きだした。

泡盛業界からの「伝統である仕次ぎについて研究してほしい」という要望に応え、県工業技術センター(うるま市)は15年度から、泡盛の仕次ぎが熟成に与える影響の研究を始めた。

り巻く環境は一層厳しさを増した。中でも長期的に与える影響が大きいと懸念の声が上がっているのが13年に改定された古酒表示の厳格化だ。新規約では総量に占める古酒の割合が、従来の51%以上から3年以上寝かせた古酒100%でなければならなくなつた。かつて組合の自主基準に任されていた年数表示は、10年、5年、3年など複数の古酒をブレンドした場合、最も若い酒の年数を表示する新たなルールも正式に盛り込まれた。

古酒に若い酒をつぎ足すことで活性させ、酒の熟成を促す。泡盛を泡盛たらしめてきた独自の貯蔵方法「仕次ぎ」の価値観が、新基準では評価対象から外された形だ。

「琉球王朝時代からの文化だ。老入の中に若い人が入ると活気が出るよう、泡盛も若い酒を入れると精気がみなぎる。味にもコクが出る」と佐久本氏は仕次ぎの意義を語る。新しい基準にも仕次ぎの文化を盛り込んだが、世間からの厳しい批判もあった。業界を取り



古酒表示問題当時の業界の様子を振り返る佐前泊恵さん(左)、うるま市の県工業技術センター

古酒表示問題当時の業界の様子を振り返る佐本武さん(右)、那覇市の瑞泉酒造

今年8月には昨年研究を始めて以来、初の仕次ぎが行われる予定だ。事業期間は3年計画だが、「(しつかり結果がまとまるには)10年はかかるだろう。長期を見据えた取り組みだ。科学的に裏打ちされたルール作りにつながる」と大きな期待を寄せており、多くの熟成を静かに重ねている。



世界の名酒目指して

沖縄美ら酒物語



その未来

○8

1853年、黒船で来航したペリー提督一行は浦賀入港に先立ち琉球王国に立ち寄った。一行は首里王府の夕食会に招かれ、泡盛が振る舞われた。口にしたテイラー秘書官は「日本遠征記」で「芳醇でまろやかに熟し、度数はきつくて甘くドロリとした手触り」と飲み応えを記し「フランスのリキュールのようだ」と評価した。琉球王朝時代から約600年の歴史を持つ泡盛は、甕や瓶に貯蔵して熟成すると香りは甘く、舌触りはまろやかに味わい深い古酒に育つ。ベリー一行をうながせた泡盛の古酒。「世界の名酒」を目指して、古酒の伝統文化は現在にも受け継がれている。

長期熟成

本部町・八重岳の豊かな自然に恵まれた満名川のほとりに山川酒造はある。山から湧き出る豊富な清水から生まれた泡盛を長期熟成させて貯出しする。だからこそ「古酒のやまかわ」としてその名が知られる。山川酒造が製造する泡盛は年間6

1853年、黒船で来航したペリー提督一行は浦賀入港に先立ち琉球王国に立ち寄った。一行は首里王府の夕食会に招かれ、泡盛が振る舞われた。口にしたテイラー秘書官は「日本遠征記」で「芳醇でまろやかに熟し、度数はきつくて甘くドロリとした手触り」と飲み応えを記し「フランスのリキュールのようだ」と評価した。琉球王朝時代から約600年の歴史を持つ泡盛は、甕や瓶に貯蔵して熟成すると香りは甘く、舌触りはまろやかに味わい深い古酒に育つ。ベリー一行をうながせた泡盛の古酒。「世界の名酒」を目指して、古酒の伝統文化は現在にも受け継がれている。

長期熟成

万～7万升で、その半分程度が古酒として寝かせてから出荷される。現在、貯蔵する泡盛の量は約72万升で年間製造量の10倍以上になる。貯蔵する古酒の比率は他酒造所と比べてかなり高い。「どんな時でもとにかく頑張って古酒を寝かせておきなさい。いずれは古酒の時代になるから」。創業者の故・山川宗道氏が伝え続けた言葉が今も酒造りの原点にある。

最も古い泡盛は1967年製造で48年を超えた。2007年には40年古酒として「限定秘蔵酒かねやま1967」を販売した。当時、数十年の古酒を販売する酒造所は珍しかった。限定100本で1本30万円の高価な泡盛だったが、1カ月足らずで完売した。年月を重ねた王道の古酒は高

付加価値をもって市場で受け入れられた。
伝統文化を伝えるために古酒を造りをしないといけない。『100年古酒』を夢見て世界に通用する泡盛を作りたい』と祖父・宗道氏の言葉を胸に刻んでいる。

唯一の甕仕込み

現在は大量生産と作業の効率化を図るために大型のステンレスタンクなどを使って仕込みや貯蔵を行う酒造所が多い。そんな中、西原町の石川酒造場（仲松政治社長）は「沖縄唯一甕仕込みの蔵」として伝統を継承する。

石川酒造場は一石甕（180㍑）を整えるため、熟練職人が毎日約480本を使用して仕込み、約3週間かけてもろみを発酵させる。発酵環境時間、一つ一つの甕に手間をかけ丁寧に搅拌する。蒸留直後的新酒は2ヶ月間、甕に貯蔵。一部は10年以上の古酒を造るため、三石（54

0㍑）の大甕で長期間熟成させる。石川酒造場は今春、甕のみで寝かせた25年古酒「玉友沈默1991」を発売した。おちよこに注ぐとヌードルシロップのような芳醇な香りが立つ。一口飲むとまろやかな甘みが口中で広がり、黒糖のよくなつかずが心地よく舌に残る。甕貯蔵独特の重層的で味わい深い酒だ。

「玉友沈默」は数量限定で価格は2万5千円と、同社の定番ブランド『年古酒』を夢見て世界に通用する泡盛を作りたい」と祖父・宗道氏の言葉を胸に刻んでいる。

限定品は希少価値が高まり、高価格帯でも勝負できる」と手応えを感じる。

家酒家宝

琉球王朝時代、泡盛の貯蔵で使用したのが東南アジアから伝来した南蛮甕だ。

業界初の試みとして自ら古酒甕の製作に取り組み、90年に「忠孝南蛮焼甕」を誕生させた。



職人の手で一つ一つ丁寧に作られる「忠孝南蛮焼甕」。豈ばやかに成る時を刻む。古酒の「へうすの酒」。



やんばるの自然に囲まれた山川酒造の蔵。タンク内には熟成した古酒が眠る。日本
部町並里の山川酒造

敷地内にある巨大な木造古酒蔵で寝かせた古酒は、一つ一つ手作りの甕に入れて出售する。忠孝酒造3代

目の大城勤社長は「昔は一家に一つの泡盛は家で育てる事ができる。親から子へ、子から孫へと古酒を育てる『家酒家宝』の古酒文化が根付けば、泡盛はウイスキーやブランデーに匹敵する世界で通用する名酒になる」と力を込めた。（宮城征彦）

100年古酒を夢見る

付加価値をもって市場で受け入れられた。
伝統文化を伝えるために古酒を造りをしないといけない。『100年古酒』を夢見て世界に通用する泡盛を作りたい』と祖父・宗道氏の言葉を胸に刻んでいる。

限定品は希少価値が高まり、高価格帯でも勝負できる」と手応えを感じる。



リキューに活路

沖縄美ら酒 物語

泡盛 その未来 ○9

「たまたま農家に行つたら、100%のマンゴージュースを飲ませてくれた。(100%のマンゴージュースは)生産の現場じゃないと飲めない。それをリキューとして再現した」
請福酒造(石垣市)の漢那憲隆社長(41)は新商品「ぜいたくマンゴーリキュー」の開発経緯をこう語る。現在、同社の年間売り上げは6億円。うちリキューは約35%を占める。近いうちに約40%に達する見通しで、収益の柱に成長した。泡盛の出荷量が右肩上がりとなる中、漢那社長は「泡盛を飲まない人にも購入してもらえるよう、毎年リキューの新商品開発に取り組んでいる」と同社の戦略を語る。マンゴーとの出会いは偶然だったが、新商品のアイデアとなる材料がないか、常にアンテナを張り巡らせる。

2000年代から

請福酒造は泡盛の売り上げが減少する部分を埋めするため、200

0年代からリキューの開発に着手した。請福酒造のリキュー新商品開発も、泡盛を飲まない消費者を取り込む戦略の一つだ。合わせ昨年発売した「石垣島梅フレッシュ」シーカワーサーをはじめ、梅酒、マンゴー、ワインなど次々と新商品開発に取り組み、現在約10種類の味がある。県内泡盛メーカーの中で最もリキューを開発している企業だ。年間約4種類の商品を開発しており、今年はさらに10種類の新商品を発売する。

漢那社長は「現状ではこの手しかない。(泡盛の)単価が下がっており、売り上げも伸びない。競合メーカーの単価は安いから、既存商品の値上げは、よほどの企業体力がない限りほぼ不可能だ」と泡盛市場の厳しい現状を明かす。

さらに「10年前から泡盛の出荷量が減少するのを予想していた。酒税軽減措置はいつまで延長されるかも



請福酒造が開発したマンゴーやゆずなど多様な泡盛リキュー

飲まない層取り込む

沖縄美ら酒 物語

泡盛 その未来 ○9

分からぬ。会社経営はそこ(酒税軽減措置延長)に頼るのは怖い」とリキュー商品開発に力を注いだもう一つの理由を説明する。

顧客のニーズ模索

「若者や女性のアルコール離れ」は、国内の酒類業界全体で指摘される課題だ。泡盛の出荷量も11年連続で落ち込んでいる。

漢那社長は「泡盛が10年前に伸びたのは団体観光客が買うようになつたからだ。当時は沖縄ブームでもあり、県外では沖縄料理店が多く、泡

盛の県外出荷にも貢献した」と説明する。その上で「近年観光客は土産を買っていない。沖縄ブームも終わり、沖縄料理店が減ってきていたため、泡盛の購買も鈍る」と分析した。

請福酒造のリキュー新商品開発も、泡盛を飲まない消費者を取り込む戦略の一つだ。合わせ昨年発売した「石垣島梅フレッシュ」シーカワーサーをはじめ、梅酒、マンゴー、ワインなど次々と新商品開発に取り組み、現在約10種類の中でも最もリキューを開発している企業だ。年間約4種類の商品を開発しており、今年はさらに10種類の新商品を発売する。

漢那社長は「現状ではこの手しかない。(泡盛の)単価が下がっており、売り上げも伸びない。競合メーカーの単価は安いから、既存商品の値上げは、よほどの企業体力がない限りほぼ不可能だ」と泡盛市場の厳しい現状を明かす。

さらに「10年前から泡盛の出荷量が減少するのを予想していた。酒税軽減措置はいつまで延長されるかも

バードワイン」。漢那社長は「ワインが好きな人は多いけれど、あの渋みが嫌いという人も多い。自社の梅酒とワインを混ぜると渋みがマスクング(覆い隠す)される」とワインファンをターゲットにした商品の狙いを語る。

地元に売り込む

請福酒造は売り上げの8割強を県内シェアが占める。さらに、そのうちの約5割は島内でのシェアだ。

同社は県内にとどまらず、リキューを香港や台湾などにも出荷している。しかし「海外の酒税が高く、結局元の値段より倍増する。海外では景気が良いともいえないから、消費者はなかなか買ってくれない」と

漢那社長は海外販売の苦労をこぼす。

結局、地元で販売することが最も現実的だ」と言う。

一方で、課題もある。請福酒造は輸送コストや広告宣伝費などを削減できる。「県外などの酒造メーカー」と対抗するのは地元での販売が一番現実的だ」と言う。

現在、職員35人だが、人手不足で募集してもなかなか応募する人がいない。さらに石垣市では人件費が上昇している。漢那社長は「5年前ぐらいまでは募集をかけると高齢者が来たけれど、今は(高齢者も)来なくなっている。現在時給約850円で雇用して

いいが、今後時給千円を考えないといけない」と人材の確保に悩む。

泡盛の出荷量が下落している中で、請福酒造はこれまで試行錯誤しながらリキューなど新商品を多数開発してきた。消費者のニーズも多様化しており、いかに泡盛を手に取つてもらえるか、同社は今後も新商品の開発に挑戦していく。

泡盛の作り方を説明する請福酒造の漢那憲隆社長(5月26日、石垣市)

泡盛を貯蔵する請福酒造のタンク

(日曜新聞)(呉利君)



発酵を続けるもろみを確認する宮の華製造担当の山原作栄さん（左）と下地洋子さん（右）=6月11日、宮古島市伊良部の宮の華

3年未満、味で勝負

沖縄美ら酒 物語

泡盛 その未来

○10

古酒が泡盛の魅力だが、県酒造組合によると実際の泡盛生産・販売の割合は製造後3年未満の一級酒が占めるとみられる。酒造業界関係者は「古酒造りは泡盛のブランド戦略の面から重要なが、企業経営の面からは量的拡大ができる一般酒の魅力向上による販売拡大も大切だと強調する。多くの人が親しむ一般酒組みが各酒造所で進んでいる。

国産米の泡盛

「一口食べて米のおいしさに感動した。こんな米で泡盛を造つたらどうなるんだろうと思つた」

宮の華（宮古島市伊良部）は2008年から無肥料、無農薬、無堆肥で栽培した熊本県産のジャポニカ大米を使つた泡盛を販売している。同社の下地さおり社長は最初の出会いをこう振り返つた。

泡盛を所管する沖縄国税事務所によると、泡盛の基準は原料が米であればよく、種類は決められていない。一般的にイメージされるタイ米

「こんな米で泡盛を造つたらどうなるんだろう」と思つた

大きな光に

苦労の末にできた泡盛は、日本ならではの甘い香りと爽やかな口当たりが特徴の酒に仕上がつた。ちなみに「くちでいさん」（「賣びの酒」と名付けた）



（よみかじこじ）手に笑顔を見せる忠孝酒造社長（左から）大城勤社長と山田和史研究開発課長=6月27日、豊見城市の忠孝酒造

魅力向上へ製法工夫



タイ米に抵抗感があるとみられる県外の人からも好評だ。

構想から10年がたつた。15年には世界に知られていない日本が誇る優れた地方産品を経済産業省が選定した「The Wonder 500」に、日本酒の銘酒「獺祭」などとともに選ばれた。今年6月には「シェフとワリエによる食品・飲料品認定」に選ばれるなど、魅力が広まり始めた。

泡盛全体の販売量が減る状況の中、「うでいさんの酒は絶対量は少ないが、将来大きくなる光だ。大切に育てたい」と愛情を込めた酒造りが続く。

よっかこうじの革命

豊見城市名嘉地の忠孝酒造（大城勤社長）は、麹造りを大きく見直した。麹造りにかける時間を通常の4倍に引き上げることで、製造ノウハウが全くないことから、当初は社内でも抵抗が大きかった。

下地社長が「一日ぼれ」した国産米だから、原料コストがタイ米の数倍に上ることや、製造ノウハウが全くないことから、当初は社内でも抵抗が大きかった。

それでも、当初は試行錯誤が続いた。タイ米に比べ国産米は吸水が多い。でんぶん量も多いため、酒造りは最初の米を蒸す作業から見直しが求められた。

製造担当の山原作栄さんは「機械を壊しそうになつたこともあった」と振り返る。水の量や米を漬ける時間何度も変えて作業をやり直し、1年たつてようやくこつがつかめてきた。

大きな光に

忠孝酒造の山原作栄さんは「機械を壊しそうになつたこともあった」と振り返る。水の量や米を漬ける時間何度も変えて作業をやり直し、1年たつてようやくこつがつかめてきた。

泡盛消費の沈滞傾向が続く中、ビジネスをチャレンジに変え、多様なこだわりを持つた泡盛を造る動きは脈々と胎動している。

（知念征尚）

2倍の4日間に伸びた「よっかこうじ」が「常識破り」として注目を集め。麹造りは時間をかけるほど黒麹菌の菌糸が米内部に食い込み酵素力が上がり、泡盛の味や香りの元となる成分を多く作り出す。一方、ある程度米に食い込むと菌が胞子を出して黒くなり成長が止まる性質がある。味がぐどくなったり油臭くなる欠点もあり、麹造りは2日が主流だった。

よっかこうじ造りでは、衛生上の問題などから昭和30年代後半に姿を消した「シー汁浸漬法」を復活させた。米を洗わずに米のとき汁（シー汁）に漬け込む手法で、シー汁に含まれる乳酸菌を生かした発酵の動きを活用し、黒麹菌と相互に作用することで、米の中まで黒麹菌が食い込める。これまで黒麹菌を生かした発酵の動きが活用できるようになった。できた泡盛に大城社長は「欧州人に言わせるところ、米の中まで黒麹菌が食い込める。こんな商品はほかにならない」と強調する。

フルーティーさを生かし、43度での販売に取り組んでいる。バーなどで見栄えを考慮しボトルも一般的四合瓶とは変えた。大城社長は「43度は一般的なウオッカやテキーラ、ウイスキーと同じ度数だ。カクテルベースになり得る」と狙いを語る。「焼酎は25度程度が限度だ。焼酎がない度数でチャレンジしていく」と前を見据えた。

沖縄国税事務所の担当者は「伝統ある古酒の魅力を深めるのはもとより、泡盛の魅力を広げる」ことにチャレンジするのも大切なことだ。酒類業の発展に向け、支援したい」と強調する。

泡盛消費の沈滞傾向が続く中、ビジネスをチャレンジに変え、多様なこだわりを持つた泡盛を造る動きは脈々と胎動している。



樽貯蔵で新境地

沖縄美ら酒 物語

泡盛 その未来

○11

ウイスキーのよう、樽に貯蔵して熟成させた泡盛を「樽貯蔵泡盛」と呼ぶ。樽の色が浸透し、透明な泡盛が琥珀色に染まるのが特徴だ。泡盛に樽の成分が加わることで熟成が深まり、洋酒のような重層的で複雑な甘い香りと味が楽しめる。貯蔵する樽の種類が泡盛の品質に影響を与えるため、樽の選定には各社のこだわりがある。ヘリオス酒造（名護市）は、北米産の樹齢70～100年のホワイトオークから選び抜かれた新樽を使用する。バー・ポン・ウイスキーもある。洋酒を貯蔵した後の樽を使用する酒造所もある。

開発に10年

沖縄戦で県内の泡盛工場は壊滅的な被害を受けた。戦後、米統治下で泡盛などの酒類は各地で製造されたが、生産設備の不備や原料不足などで粗悪品が出来た。一方、米国からはウイスキーが大量に輸入された。飲食店の棚には割安で質の良い洋酒が並び、泡盛の姿は見えなくなつた。

泡盛業界には、「これは泡盛ではない」と否定的な意見があつたが、ウイーク樽を入手して1958年に研究を開始。貯蔵期間や熟成度合いなどを試行錯誤を重ね、10年の月日がたつた68年に泡盛初の樽貯蔵酒（「暖流」）の商品化に成功した。

泡盛の中では新しめだが、泡盛の歴史ある泡盛の衰退に危機感を募らせていた。「泡盛を飲んでもらいたい」と語る。

創業1882年の老舗・神村酒造の3代目・神村盛英氏（故人）は、大手ウイスキーメーカーの沖縄工場の立ち上げに携わった経験を生かして「飲まれているウイスキー」と、飲ませたい泡盛の良さを兼ね備えた泡盛を造ることを思いついた。バー・ポン・ウイスキーの貯蔵に使用したオーバーオーク樽を入手して1958年に研究を開始。貯蔵期間や熟成度合いなどを試行錯誤を重ね、10年の月日がたつた68年に泡盛初の樽貯蔵酒（「暖流」）の商品化に成功した。



「暖流」のラベルには琉球王朝時代に貿易を担った「進貢船」のイラストが描かれる。神村酒造（うるま市）6代目の神村盛行社長は、「先人」は進貢船で荒波を乗り越え、大陸に渡り沖縄を豊かにした。伝統を尊重しながらも、新たな世界に挑戦する琉球人の思いを込めた。泡盛の長い歴史の中では新しい酒だが、泡盛の文化として100年後も琥珀の泡盛を伝えて続けることが神村酒造の役割だ」と語る。

72年の日本復帰後、泡盛には本土の酒税法が適用された。樽熟成製造は認められたが、消費者がウイスキートと認める恐れがあるとして、着色度は薄く制限された。酒造所は長期熟成した樽の原酒を透明な泡盛ブレンドしたり、貯蔵期間を調整したりして色合いを薄く調節する必要に迫られた。これが、現在の薄い琥珀色の泡盛につながる。



泡盛の中では新しめだが、泡盛の歴史ある泡盛の衰退に危機感を募らせていた。「泡盛を飲んでもらいたい」と語る。

神村酒造の樽貯蔵泡盛（暖流）

（左側）

（右側）

独特な甘み、人気呼ぶ

イスキーのような甘い香り、米独特の甘みを感じる味わい深さが口コミで広がり、洋酒愛好家にも好まれた。泡盛の新境地を開いた「暖流」は、約50年続くロングセラーのブランドとなつた。

一大ブーム

80年代の居酒屋ブームで泡盛の市場は急拡大した。樽貯蔵酒は独特な甘みが人気を呼び、各酒造所は競つて製造・販売するようになつた。繁華街の飲食店には琥珀色のボトルが並ぶ一大ブームとなつた。

さらなる進化

ハリオス酒造の「くら」と並んで火付け役となつたのが、89年に販売された久米仙酒造那覇市の「奴樽藏」だ。最盛期には月間2万～3万本を出荷した。ブーム後も「奴樽藏」は定番ブランドとして根強い人気を得てゐるが、久米仙は樽貯蔵泡盛のさらなる進化を追求し続けている。

「樽貯蔵の原酒は本当に美味しい。この原酒をどうにかしてみんなに味わってもらいたい」。酒税法の高い壁を前に、久米仙酒造の平良正一と譲輝会長は長年、歯がゆく感じていた。

原酒に近い状態の琥珀酒を消費者に届けることはできないのか。研究の結果、果実などに含まれる糖アルコールの一種「フルクトール」をして出荷する方法を考えた。2016年4月、樽貯蔵20年の限定期酒「沖縄」を商品化して念願をかなえた。

樽原酒に少々加え、酒類を「リキュール」として出荷する方法を考えた。2016年4月、樽貯蔵20年の限定期酒「沖縄」を商品化して念願

一見、ウイスキーと見間違える濃い琥珀色の液体。封を開けてグラスに注ぐと、バニラや熟したフルーツのようないい香りが漂う。口に含めば熟成感のある柔らかいバニラの甘みが口に広がり、紅茶葉のような心地よい苦みが舌を通る。香りは熟成されたブレミアム・バー・ポン、甘みは上質なブランデーを感じさせるような重層的で味わい深い泡盛に仕上がつた。

平良会長は、「世界中にはさまざまなお酒、飲み方がある。固定概念を捨てて新たな分野に挑戦すること、泡盛の可能性、裾野は広がる。おいしい泡盛を飲ませたい。その一心だ」と語つた。

（宮城征彦）



やんばるの自然に囲まれた中で酒造りを
続ける田嘉里酒造所の社員ら二大宜味村

小規模だから独自色

沖縄
美ら酒

泡盛
その未来

○12

泡盛酒造所は県内に全47社あるが、従業員10人以下の小規模酒造所は半数弱になる。出荷量は少ないが、各社工夫を凝らした酒造りで「わったーしまー」として地元で愛飲される。

■水にこだわり

名護市内から車で北へ30分。大宜味村の山あいで、田嘉里酒造所は60年以上にわたり酒造りを続ける。全社員7人。やんばるの森が間に迫る立地を生かし、山から湧き出た天然水を上流から直接引張り、洗米やもろみ作りに使う。水にこだわる酒造りが特徴だ。

地域の有志が出資して1949年に創業した。「当時、周辺は水が豊富で米どころとして知られた。芋も取れ、戦後の食糧確保が難しい時代でも比較的の材料に恵まれた環境を生かしたかったのだろう」。今年4月に代表社員となつた池原弘昭さんはそう語る。

創業当初は、酒造りのノウハウがないため苦戦が続いた。酒類を管轄

する県税事務所などの技術指導を受けて酒質は安定してきた。

一般酒でも1年寝かせてから出荷する丁寧な酒造りを心掛けている。経営資源が限られ「負担は大きいが、おいしい酒を出すために譲れない」と力を込める。記念ボトルを1本からでも出す地域密着の姿勢や酒造りへのこだわりが実を結び、「またやんばるの娘」と称して「山嘉里」と「山嘉里くいな」の銘柄は全国で大宜味、東の3村で地酒として広く親しまれる。

■まるた娘

地元を舞台に酒造りの伝統を継ぐ中、「看板娘」によるブログなどを会員制交流サイト(SNS)を活用した地域や愛好者とのコミュニケーションが人気を呼ぶ。

池原代表の娘である2013年に入社した池原文子さんは、14年から「まるた娘」と称して山嘉里形までの情報発信を始めた。地域の祭り、家



(右から) 田嘉里酒造所の「まるたマイルド

20度(720ml・税込み1404円)と
宮里酒造所の「さくら 春雨30度」(720ml
税込み1404円)



県内外で高い評価を得る「春雨」を製造する宮里酒造所の宮里徹社長(左から2人目)と蔵人たち(那覇市小禄)

■幻の酒

那覇市小禄の住宅街に古い赤瓦屋根の木造酒蔵がひとつそりとたたずむ。1946年に創業した宮里酒造所だ。唯一の銘柄「春雨」は、少量生産ながら泡盛通をうならせる。宮里酒造所は80~90年代の一時期、小売りの販売をやめて、他の酒造所へ

売りの販売を行ない、「春雨」は「幻の酒」と呼

えて酒質は安定してきた。

一般酒でも1年寝かせてから出荷する丁寧な酒造りを心掛けている。経営資源が限られ「負担は大きいが、おいしい酒を出すために譲れない」と力を込める。記念ボトルを1本からでも出す地域密着の姿勢や酒造りへのこだわりが実を結び、「またやんばるの娘」と「山嘉里」と「山嘉里くいな」の銘柄は全国で大宜味、東の3村で地酒として広く親しまれる。

創業当初は、酒造りのノウハウがないため苦戦が続いた。酒類を管轄

する県税事務所などの技術指導を受けて酒質は安定してきた。

一般酒でも1年寝かせてから出荷する丁寧な酒造りを心掛けている。経営資源が限られ「負担は大きいが、おいしい酒を出すために譲れない」と力を込める。記念ボトルを1本からでも出す地域密着の姿勢や酒造りへのこだわりが実を結び、「またやんばるの娘」と「山嘉里」と「山嘉里くいな」の銘柄は全国で大宜味、東の3村で地酒として広く親しまれる。

地域の有志が出資して1949年に創業した。「当時、周辺は水が豊富で米どころとして知られた。芋も取れ、戦後の食糧確保が難しい時代でも比較的の材料に恵まれた環境を生かしたかったのだろう」。今年4月に代表社員となつた池原弘昭さんはそう語る。

創業当初は、酒造りのノウハウがないため苦戦が続いた。酒類を管轄する県税事務所などの技術指導を受けて酒質は安定してきた。

一般酒でも1年寝かせてから出荷する丁寧な酒造りを心掛けている。経営資源が限られ「負担は大きいが、おいしい酒を出すために譲れない」と力を込める。記念ボトルを1本からでも出す地域密着の姿勢や酒造りへのこだわりが実を結び、「またやんばるの娘」と「山嘉里」と「山嘉里くいな」の銘柄は全国で大宜味、東の3村で地酒として広く親しまれる。

地域の有志が出資して1949年に創業した。「当時、周辺は水が豊富で米どころとして知られた。芋も取れ、戦後の食糧確保が難しい時代でも比較的の材料に恵まれた環境を生かしたかったのだろう」。今年4月に代表社員となつた池原弘昭さんはそう語る。

地域の有志が出資して1949年に創業した。「当時、周辺は水が豊富で米どころとして知られた。芋も取れ、戦後の食糧確保が難しい時代でも比較的の材料に恵まれた環境を生かしたかったのだろう」。今年4月に代表社員となつた池原弘昭さんはそう語る。

地元密着の酒造り

「小さな会社だから自由に書けむ。『小さな会社だから自由に書けむ』と笑顔で語る。

発信した地域イベントに泡盛ファンが訪れ、リサイクルする空きボトルの数が不足していることを書き込むと、ブロケを見た地元の人気が持つて来るなど、会社や地域を巻き込んで循環が起きている。

泡盛全体の消費量が減る中、同社

はファンの増加や大宜味村のふるさ

と納税の返礼品となつたことで昨年

の売り上げを伸ばした。

文子さんは「愛飲してくれる人と直接交流できるのが魅力だ。地域のおかげで私たちも生活できると祖父から言われてきた。地域と共に発展していくたい」と輪の広がりに感謝する。本島最北端の小さな酒蔵の挑戦はまだまだ続く。

文子さんは「愛飲してくれる人と直接交流できるのが魅力だ。地域のおかげで私たちも生活できると祖父から言われてきた。地域と共に発展していくたい」と輪の広がりに感謝する。本島最北端の小さな酒蔵の挑戦はまだ続いている。宮里社長は「酒造りの9割は麹造りで決まる」と断言する。黒麹菌を独自のタイミングで製麹技術で仕込み、温度や湿度など厳重な管理下で育てる。蒸留後、一般酒でも1年間、ステンレス製タンクで寝かしてから出荷する。

こだわりはタンク貯蔵だ。宮里社長は「泡盛は本来、自らの成分で熟成する力がある。かめやたるの容器は必要ない。泡盛の力そのもので熟成したお酒を飲んでもらいたい」と語る。うま味を最大限引き出す徹底した仕込みに力を注ぐ。

定番の「カリー春雨」はグラスに注ぐと洋なしの香りが漂う。口に含むと黒糖のようなほのかな甘みが口中に広がる。アルコール度数は30度だが口当たりは滑らか。一般酒のように古酒のような味わい深さが人気の秘密だ。

宮里社長は「小さい酒造所だが酒蔵元を尊敬しているが『自分たちの泡盛が一番』だと誇りを持つていい」と胸を張った。

(知急征尚、宮城征彦)
(日曜日掲載)



歴史紡ぐ首里三箇

沖縄美ら酒物語

泡盛 その未来

○13

首里城の高台から東を見下ろすと首里の鳥堀、崎山、赤田の3町が見える。かつて、この一帯は良質な水が豊富で田園地帯が広がり、綠豊かな環境にあった。18~19世紀ごろの琉球王朝時代には、首里王府がこの3町を「首里三箇」として管轄し、「焼酎職」と呼ばれる職人、酒造所のみに泡盛の製造を許可していた。献上品としても重宝された泡盛は、首里王府によって厳重に管理された。蒸留器などの製造販賣は王府が管理し、原料の米やアワは支給された。焼酎職以外の製造は許されず、密造が発覚した場合には島流しにするのが厳しく罰された。

長い歴史と立地条件から、戦前に首里一帯に40~50の酒造所が集まり泡盛の町として栄えた。だが、沖縄戦で多くの酒造所が破壊され、現在は首里三箇に残る酒造所は瑞泉酒造(崎山)、咲元酒造(鳥堀)、識名酒造(赤田)のみだ。

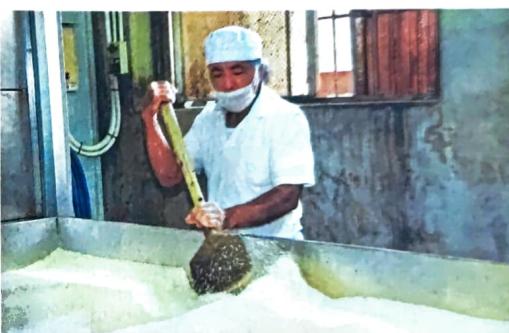
■男泣き

米軍政府は1946年に県内5カ所に官営の「酒造廠」を整備して泡盛の復興がスタートした。だが、泡盛造りに欠かせない黒麹菌は戦火で失われ、イースト菌などで代用して酒造りをした。首里酒造廠を取り仕切っていたのは、佐久本酒造場(現・咲元酒造)2代目の佐久本政良氏(故人)だった。戦後2、3年がたつたある日、廃墟と化した酒造場で土に埋まっていた二クブク(稻わらのむしろ)を発見した。戦前の泡盛造りは、床に敷いた二クブクに蒸し米を広げて、黒麹菌をまぶして米麹を造つていた。「もし、この二クブクが黒麹菌が生き残ついたら…」。蒸し米を準備して、半ば枯れた二クブクの繊維をもみほぐすように落とした。麹菌を繁殖させるため、折るような気持ちは米袋に包んで見守った。1、

前 那覇市首里未吉町の泡盛酒造



戦前の黒麹菌一瑞泉蔵から誕生した瑞泉酒
造の御酒30度 720ml 税込227



昔ながらの手法で米麹を混ぜ合わせる瑞泉酒造の杜氏 20日後、那覇市皇末吉町の瑞穂酒造

所に官営の「酒造廠」を整備して泡盛の復興がスタートした。だが、泡盛造りに欠かせない黒麹菌は戦火で失われ、イースト菌などで代用して酒造りをした。首里酒造廠を取り仕切っていたのは、佐久本酒造場(現・咲元酒造)2代目の佐久本政良氏(故人)だった。戦後2、3年がたつたある日、廃墟と化した酒造場で土に埋まっていた二クブク(稻わらのむしろ)を発見した。戦前の泡盛造りは、床に敷いた二クブクに蒸し米を広げて、黒麹菌をまぶして米麹を造つていた。「もし、この二クブクが黒麹菌が生き残ついたら…」。蒸し米を準備して、半ば枯れた二クブクの繊維をもみほぐすように落とした。麹菌を繁殖させるため、折るような気持ちは米袋に包んで見守った。1、

「戦前の泡盛が飲みたい」。4代目の佐久本武氏は泡盛復活を決断した。同年12月「瑞泉菌」は63年ぶりに沖縄へ里帰りした。

1998年6月、東京の東大分子細胞生物学研究所に戦前の黒麹菌が奇跡的に保存されていたことが分かった。35年に発酵学の権威、坂口謹一郎東大名誉教授(故人)が、県内68酒造所を回って黒麹菌約620株を採取していた。だが、戦禍を免れられたのは19株のみで、現在まで残る酒造所は2社だけだった。そのうちの1社が1887年創業の瑞泉酒造だ。168年の歴史を持つ首里最古の酒造(現・咲元酒造)は、琉球王国の佐久本武氏が即位した1848年に開業した。尚泰王が即位した1848年に開業した。

瑞穂酒造(首里未吉町)は、琉球國王・尚泰王が即位した1848年に開業した。

首里三箇の鳥堀町に創業した。

「古酒は沖縄の宝もの」を理念とする。

これまで沖縄の各家庭で造られてきた古酒を、他酒造所に先駆けて製品化するなど、古酒市場のバイオニアとして知られる。

一般酒でも1年以

上寝させてから出荷する徹底ぶりだ。酒造りの機械化が進む中、米麹は今も杜氏の手で混ぜ合わせるなど昔ながらの伝統的な酒造りにこだわっている。大城博明取締役製造部長は「温故知新」。長い歴史の中で先代から受け継がれてきた伝統を追求する中から、新たな酒造りが生まれてくる」と語る。首里の蔵元は今も泡盛の歴史を紡いでいる。

人工的に改良された現在の菌と比較する。生産ワインを止め、1週間かけて機械設備や作業着、ベンチ一本まで

挑む。雑菌が混入すれば水泡に帰

べて戦前の黒麹菌は繊細だ。「酒ができる確率は半分あるなしの状態」

(武氏)だが、99年5月に仕込みに

米を見詰めながら男泣きした。

佐久本氏は再興する酒造所に黒麹菌を分け与え、泡盛の戦後復興に貢献した。4代目の佐久本啓代表は

「祖父は昔ながらの泡盛を愛していました。『原酒を大切にする』。泡盛の伝統と味を守りたかった祖父の酒造りを今でも受け継いでいる」と語

る。6月1日、ついに幻の酒が完成した。

■戦前の味

1998年6月、東京の東大分子細胞生物学研究所に戦前の黒麹菌が奇跡的に保存されていたことが分かった。35年に発酵学の権威、坂口謹一郎東大名誉教授(故人)が、県内

68酒

造所を回って黒麹菌約620株

を採取していた。だが、戦禍を免れられたのは19株のみで、現在まで残る酒造所は2社だけだった。その後のうちの1社が1887年創業の瑞泉酒造だ。168年の歴史を持つ首里最古の酒造(現・咲元酒造)は、琉球國王・尚泰王が即位した1848年に開業した。

瑞穂酒造(首里未吉町)は、琉球國

王・尚泰王が即位した1848年に開業した。

首里三箇の鳥堀町に創業した。

「古酒は沖縄の宝もの」を理念とする。

これまで沖縄の各家庭で造られてきた古酒を、他酒造所に先駆けて製品化するなど、古酒市場のバイオニアとして知られる。

一般酒でも1年以

上寝させてから出荷する徹底ぶりだ。酒造りの機械化が進む中、米麹は今も杜氏の手で混ぜ合わせるなど昔ながらの伝統的な酒造りにこだわっている。

大城博明取締役製造部長は「温故知新」。長い歴史の中で先代から受け継がれてきた伝統を追

求する中から、新たな酒造りが生まれてくる」と語る。首里の蔵元は今も泡盛の歴史を紡いでいる。

人工的に改良された現在の菌と比較する。生産ワインを止め、1週間かけて機械設備や作業着、ベンチ一本まで

挑む。雑菌が混入すれば水泡に帰

べて戦前の黒麹菌は繊細だ。「酒ができる確率は半分あるなしの状態」

(武氏)だが、99年5月に仕込みに

米を見詰めながら男泣きした。

佐久本氏は再興する酒造所に黒麹菌を分け与え、泡盛の戦後復興に貢献した。4代目の佐久本啓代表は

「祖父は昔ながらの泡盛を愛していました。『原酒を大切にする』。泡盛の伝統と味を守りたかった祖父の酒造りを今でも受け継いでいる」と語

る。6月1日、ついに幻の酒が完成した。

人工的に改良された現在の菌と比較する。生産ワインを止め、1週間かけて機械設備や作業着、ベンチ一本まで

挑む。雑菌が混入すれば水泡に帰

べて戦前の黒麹菌は繊細だ。「酒ができる確率は半分あるなしの状態」

(武氏)だが、99年5月に仕込みに

米を見詰めながら男泣きした。

佐久本氏は再興する酒造所に黒麹菌を分け与え、泡盛の戦後復興に貢献した。4代目の佐久本啓代表は

「祖父は昔ながらの泡盛を愛していました。『原酒を大切にする』。泡盛の伝統と味を守りたかった祖父の酒造りを今でも受け継いでいる」と語

る。6月1日、ついに幻の酒が完成した。



視野一杯に広がる東シナ海を背に笑顔を見せる比嘉兼作社長=7月29日、読谷村の同社

県外目指し挑戦

沖縄美ら酒物語

泡盛 その未来

○14

県内各地で造られている泡盛だが、業界関係者によると販売量の多い上位10社で全販売量の半分程度を占めるとされる。販売量の多い酒造所の動向は泡盛全体の生産・消費にも大きな影響を与える。商品開発やマーケティングで絶えず新たな取り組みを進める、販売量の多い酒造所の取り組みと新たな挑戦を探つた。

■誰もが飲める酒を

終戦間もない1948年、比嘉酒造（読谷村）は地域有志の出資で設立された。物資不足の中、危険を承知で工業用アルコールを酒代わりに飲み、犠牲になる人が相次いだ時代。「誰もが飲める酒を造る」という願いを込めた船出だ。酒造りのノウハウがなく、首里の酒屋に学ぶことから始めた。泡盛を詰めて売る瓶の確保ができず、量り売りをするなど、経営は厳しい時代が続いた。泡盛独特の臭いが強かつた転機となつたのは88年、残波ホワイ（通称・ザンシロ）を発売したことだ。泡盛の臭いが強かつた



自慢の商品を手に立久米島の久米仙の島袋
正也社長=4日、浦添市

若者意識し商品開発

ムやお菓子など食品製造が盛んでコラボレーションの可能性はいっぱいある。地域と密着した取り組みも進めたい」と前を見据えた。

島発信の酒造り

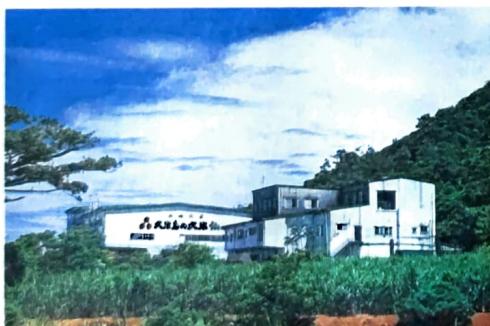
1949年に創業し、40年ほど前に沖縄本島への出荷を始めた。久米島のみでやつていただろは「仕事は午前中で終わつた。『これではいけない』とおやじは沖縄本島への進出を決めた」。現社長の島袋正也氏

（50）は当時を振り返る。
離島の酒造所が地盤のない本島で販売を広めるのは並大抵のことではなかつた。同社は久米島郷友会が開く行事に酒を寄贈するなどして、地道にファンを広めていった。各酒造所が泡盛の出来を競う泡盛鑑評会で77年に金賞を獲得してから評判が広がり、今につながる発展の礎を築いた。

同時期、前川守賀さんの歌を生かしたコマーシャルが始まつたこともあり「販売に火がついた」と現社長の比嘉兼作氏（43）は振り返る。泡盛が女性に受け入れられ「泡盛が女性は男性が飲むものと思われていた当時、新機軸を打ち出したザンシロはよくついた」と百負する。

泡盛全体の販売量の減少傾向が続く中、泡盛の消費を増やすべく新たな取り組みを進めている。2015年9月から梅酒・スパークリングの販売を始めた。今年7月にはシーサークリキューを東京の百貨店で試験販売。若者を意識した商品を次いで売り出した。

比嘉社長は「小規模な酒造所は地域に愛されており、生き残れる。気付けないといけないのは中規模以上だ。どんどん手を打たないとあつとい間に追い込まれる」と気を引き締める。「僕らの地元は読谷。ハ



湧き水を使って泡盛を造る久米島の久米仙

の泡盛「KUMEJIMA'S KUMESEN」（クメジマズ・クメゼン）だ。泡盛を「ジンやラム、ウォッカといった世界に名だたるスピリッツにも勝るとも劣らない蒸留酒の一つ」と位置付け、若者に好まれるカクテルのベースとして新たな需要開拓を進めている。県内でのバーム普及の需要は堅調に伸びている。県外からの問い合わせもあり、発展の可能性を秘めている。

販売量の大半を久米島外でさばくようになつた今も、本社と工場を久米島に置き続ける思いは変わらない。「アルコール30度だと残り70%は水。いい水を使って、いい酒を造るこだわりは譲れない」と島袋社長。離島に会社がある強みを生かした酒造りを続ける。

■伸ひしろ

泡盛業界の中で上位に立つ両社だが、社長2人はそれでも「うちは大手ではない」と口をそろえる。焼酎業界では宮崎、大分、鹿児島など九州勢がしのぎを削る。工場の大規模拡張の動きもあり、県内全酒造所の泡盛製造量を定してもかなわない量の酒を売る焼酎メーカーがある。目指すのは県外の大手酒造所だ。泡盛はまだまだ伸びしろがある」と力を込める。

琉球王朝時代からの600年の歴史と、古酒を代表とする泡盛文化が秘める大きな可能性を胸に、泡盛の新たな地平を切り開いていく。



泡盛をベースにしたカクテルの普及に力を入れるバーテンダーの塩川さん=那覇市久茂地の「The BAR SHIOKAWA」

泡盛をベースにしたカクテルの普及に力を入れるバーテンダーの塩川さん=那覇市久茂地の「The BAR SHIOKAWA」

塩川さんは7月末、シンガポール

を訪問してアジア最大級の国際カク

テルコンテストを主催する関係団体

の幹部と面談し、コンテストの主軸

として、苦手な人でも気軽に楽しめ

る泡盛カクテルの普及に力を入れて

いる。

塩川さんは7月末、シンガポール

を訪問してアジア最大級の国際カク

テルコンテストを主催する関係団体

の幹部と面談し、コンテストの主軸

として、苦手な人でも気軽に楽しめ



泡盛をベースにしたカクテルの普及に力を入れるバーテンダーの塩川さん=那覇市久茂地の「The BAR SHIOKAWA」

カクテルで世界へ 味に深み、古酒の魅力

沖縄美ら酒物語

泡盛 その未来 ○15

「力チャカチャカチャ」。薄暗い

店内にカクテルを作るシェーカーの

音が小気味よく響き渡る。那覇市久

茂地にある「The BAR SHIOKAWA」。手際よくカクテルを作るのは経営者でバーテンダーの塩川学さんだ。

「力チャカチャカチャ」。薄暗い店内にカクテルを作るシェーカーの音が小気味よく響き渡る。那覇市久茂地にある「The BAR SHIOKAWA」。手際よくカクテルを作るのは経営者でバーテンダーの塩川学さんだ。

泡盛カクテル

カクテルは通常、「世界4大スピリット」と呼ばれる蒸留酒のジンやウオッカ、ラム、ティキーラをベースに作られるが、塩川さんは同じ蒸留酒の泡盛をベースにしたオリジナルカクテルを提供している。

グラスに注がれたカクテルはオレンジや赤、青色など南国・沖縄の雰囲気にぴったりなカラフルな色合いだ。三角のショートグラスには生のマンゴーと泡盛にピーチリキュールを加えたシャーベット状のフローズンカクテル。口に含むとリキュールと調和した冷たいマンゴーの甘さが口に広がる。ほのかに感じる泡盛の香りが漂う。塩川さんは「泡盛は味わいやアルコール度数など酒としての骨格がつかりしている一方で、フルーティーな味、香りが特徴だ。フルーツとの相性がとても良く、カクテルのベースに向いているお酒」と語る。

若い人の入り口に

泡盛のソムリエ「泡盛マイスター」を育成する泡盛マイスター協会

の専務理事を務める塩川さん。「泡盛がきつい、臭い、強いお酒と悪いイメージを持つ若い人が多い」と若者の泡盛離れに危機感を募らせていく。若者にも泡盛の魅力に気付いてもらいたい」。泡盛への入り口として、苦手な人でも気軽に楽しめることで泡盛を普及させる努力を講じた。



塩川さんは7月末、シンガポールを訪問してアジア最大級の国際カクテルコンテストを主催する関係団体の幹部と面談し、コンテストの主軸として、苦手な人でも気軽に楽しめることで泡盛を普及させる努力を講じた。(宮城征彦)

使用者に預けても、酒蔵の鍵は自分で持っていたと伝わるほど、古酒甕は家宝として大切にされていた。戦前は200年物の古酒甕があったとされるが、戦火で消失した。後味がカクテルのうまさを引き立てている。塩川さんは「泡盛は味わいやアルコール度数など酒としての骨格がつかりしている一方で、フルーティーな味、香りが特徴だ。フルーツとの相性がとても良く、カクテルのベースに向いているお酒」と語る。

壱貯蔵にこだわり

琉球王国時代の首里や那覇の名酒には、代々受け継がれてきた泡盛の古酒甕があった。主人は金庫の鍵は使用者に預けても、酒蔵の鍵は自分で持っていたと伝わるほど、古酒甕は家宝として大切にされていた。戦前は200年物の古酒甕があったとされるが、戦火で消失した。

古酒造りを始めたのは約30年前。1斗甕に3年古酒を注いで古酒甕を造った。中の泡盛を飲めば、古酒の入ったボトルを購入して減った分を

つぎ足す、自流「仕次ぎ」をしていた。

ある日、古酒造りに造詣の深い先輩の謝花良政さんに味わってもらつたが、「君の泡盛は良い古酒になっている。こんな仕次ぎでは良い古酒は造れない」とたしなめられた。勝に落ちず謝花さんの家を訪ねた。壱貯蔵には20年、30年物の古酒甕が眠る。最も年数の古い酒が入る「親酒」を含めて甕は四つそろえだいた。パニラのような芳醇な甘い香りが漂う。口に含むと滑らかで味わい深い。「泡盛がこんなにおいしい酒になるのか」と衝撃を受けた。

失われた泡盛の歴史と文化を取り戻そうと「全ての家庭の床の間に古酒甕を」と宣言葉に古酒造りに情熱

を持ったのが、「黙々100年熟成草庵」主催の島袋正敏さんだ。

地元の名護市天「屋に立てた蔓草庵には、1石甕から升甕まで計40

個の古酒甕を貯蔵する。三十数年前から集めた県内全47酒造所の泡盛ボトルは7千を数える。この甕が一通用するお酒だ。若い人がカクテルを入り口にして、泡盛の歴史や文化、古酒にも興味を持つてくれたらうれしい」と笑顔で語る。



古酒造りを始めたのは約30年前。1斗甕に3年古酒を注いで古酒甕を造った。中の泡盛を飲めば、古酒の入ったボトルを購入して減った分を

つぎ足す、自流「仕次ぎ」をしていた。

ある日、古酒造りに造詣の深い先輩の謝花良政さんに味わつてももらつたが、「君の泡盛は良い古酒になつてない。こんな仕次ぎでは良い古酒は造れない」とたしなめられた。

壱貯蔵には20年、30年物の古酒甕が眠る。最も年数の古い酒が入る「親酒」を含めて甕は四つそろえだいた。パニラのような芳醇な甘い香りが漂う。口に含むと滑らかで味わい深い。「泡盛がこんなにおいしい酒になるのか」と衝撃を受けた。

失われた泡盛の歴史と文化を取り戻そうと「全ての家庭の床の間に古酒甕を」と宣言葉に古酒造りに情熱

を持ったのが、「黙々100年熟成草庵」主催の島袋正敏さんだ。

地元の名護市天「屋に立てた蔓草庵には、1石甕から升甕まで計40

個の古酒甕を貯蔵する。三十数年前から集めた県内全47酒造所の泡盛ボトルは7千を数える。この甕が一通用するお酒だ。若い人がカクテルを入り口にして、泡盛の歴史や文化、古酒にも興味を持つてくれたらうれしい」と笑顔で語る。



「第五の蒸留酒」目指す

沖縄美ら酒 物語

泡盛 その未来

016

世界市場へ情報発信

外国仕様のボトル

減少する県内需要と国内人口。泡盛の既存市場での需要が伸び悩む中、新たな市場を開拓するため、県内泡盛酒会社は少量輸出でありますから、海外展開へ挑戦する。「世界四大ブリック」と呼ばれる蒸留酒のシンやウオッカ、ラム、テキーラと同様に「泡盛」が第五のスピリットとして扱われるよう、市場調査をはじめ、海外関係見本市への積極的な出展やブロモーションなどで知名度を上げることも求められる。

沖縄国税事務所によると、2014年度の単式蒸留しようちゅう(泡盛や焼酎)の輸出数量は前年度比42.3%増の37.0万リットルとなり、過去5年間で最高となった。15年の海外輸出量について、県酒造組合(玉那覇美佐子会長)は「泡盛の海外輸出量は公表していないが、15年と14年ほどもに30%前後で推移している」と述べた。

4年度の単式蒸留しようちゅう(泡盛や焼酎)の輸出数量は前年度比42.3%増の37.0万リットルとなり、過去5年間で最高となった。15年の海外輸出量について、県酒造組合(玉那覇美佐子会長)は「泡盛の海外輸出量は公表していないが、15年と14年ほどもに30%前後で推移している」と述べた。

沖縄国税事務所によると、2014年度の単式蒸留しようちゅう(泡盛や焼酎)の輸出数量は前年度比42.3%増の37.0万リットルとなり、過去5年間で最高となった。15年の海外輸出量について、県酒造組合(玉那覇美佐子会長)は「泡盛の海外輸出量は公表していないが、15年と14年ほどもに30%前後で推移している」と述べた。

海外輸出量が伸びているが、30%

を1升瓶で換算すれば、わずか1万6667本にとどまる。「泡盛はビジネスベースの取引として十分に拡大していないのが現状だ」と琉球大学観光産業科学部の下地芳郎教授は指摘する。

同組合によると、これまで海外への輸出量が最も多かつたのは2006年の50万リットル超だった。その多くは中国本土に向けて輸出したが、その後3.3%増の37.0万リットルとなり、過去5年間で最高となつた。15年の海外輸出量について、県酒造組合(玉那覇美佐子会長)は「泡盛の海外輸出量は公表していないが、15年と14年ほどもに30%前後で推移している」と述べた。

県酒造組合の又吉良秀専務理事は

「泡盛の海外輸出量は全体出荷量の1%以下にとどまるが、泡盛業界振興を図るために、今後も引き続き見本

市への出展で泡盛の良さを広めていきたい」と述べる。

近年、同組合は東南アジアを中心

に泡盛の試飲会を開催するほか、「FOOD TAPEI」など海外展

示会に積極的に出展している。現在

商社などを通じて、海外へ泡盛などを直接輸出している県内酒造メーカーは約10社で、20カ国超で販売され

いる。島袋正也社長は「2~3年をめどに海外輸出量をあと1%増やしたい」と目標を挙げた上で「先行投資も必要だ。海外輸出先で地元客が飲みに行く屋台などで、どのような物が飲まれているのか、どのような物を食べているのかを調査し、販売戦略のヒントを得たい」と戦略を示す。

しかし、海外輸出には課題もある。

その一つに関税が高いことがし

ばしば指摘される。ジエトロ沖縄

(那覇市)による、台湾の焼酎、

泡盛にかかる関税は40%で、韓国ハ

ンガポールと30%、中国が10%、シンガポールと

香港がともに無税となっている。

下地教授は「関税は他の酒にもか

かり、競争条件は一緒だ。関税も課

題だが、泡盛がどうしたら海外で受け入れられるか、マーケティング調

査も必要だ」と指摘する。

今後海外市場の開拓戦略について、下地教授は「インターネットを

活用した情報発信が重要だ。海外の

沖縄物産展だけではなく、現地のス

ーバー や テ パー トへの売り込みも必

要だ」と提案し、その上で「1社だけ

で市場開拓できるのかを考える必

要もある。今後複数の酒造メーカー

間の連携も問われる」と話す。

今はまだ県内需要が中心の泡盛。

世界にはコニャック、スコッチなど

土地の名を冠した酒が世界に広がり愛飲されている。「リュウキュウウ

アワモリ」が名だたる酒と肩を並べ、

世界で親しまれる日を見据えた取り組みは、まだ緒についたばかりだ。

(吳例君)(おわり)



た。一方、中国本土や台湾などに泡盛やもろみ酢を輸出している崎山酒造廠(金武町)。崎山淳子専務は「2012年から海外へ輸出している。海外のマーケットが大きくなりだけでは限界がある」と海外進出の理由を述べる。

現在同社で年間の海外輸出量はも

ろみ酢を含めて約千本。崎山専務は

「3年ぐらいかけてじっくり市場開

拓していきたい。コンテナを出せる

う語る。同社は海外市場を開拓する

ため、これまでさまざまな仕掛けを

してきた。米国仕様のボトルを開発

したほか、アジアの百貨店でも試飲

販売を実施してきた。現在、米国を

はじめ、香港や台湾に4種類の泡盛

を輸出している。同社の海外輸出量

は全体の出荷量の約1~2%を占める。

島袋正也社長は「2~3年をめどに

海外輸出量をあと1%増やしたい」と

目標を挙げた上で「先行投資も必要だ。海外輸出先で地元客が飲む必要だ。

海外輸出先で地元客が飲む必要だ」と決意を語った。

しかし、海外輸出には課題もある。

その一つに関税が高いことがし

ばしば指摘される。ジエトロ沖縄

(那覇市)による、台湾の焼酎、

泡盛にかかる関税は40%で、韓国ハ

ンガポールと30%、中国が10%、シンガポールと

香港がともに無税となっている。

下地教授は「関税は他の酒にもか

かり、競争条件は一緒だ。関税も課

題だが、泡盛がどうしたら海外で受

け入れられるか、マーケティング調

査も必要だ」と指摘する。

今後海外市場の開拓戦略について、

下地教授は「インターネットを

活用した情報発信が重要だ。海外の

沖縄物産展だけではなく、現地のス

ーバー や テ パー トへの売り込みも必

要だ」と提案し、その上で「1社だけ

で市場開拓できるのかを考える必

要もある。今後複数の酒造メーカー

間の連携も問われる」と話す。

今はまだ県内需要が中心の泡盛。

世界にはコニャック、スコッチなど

土地の名を冠した酒が世界に広がり愛飲されている。「リュウキュウウ

アワモリ」が名だたる酒と肩を並べ、

世界で親しまれる日を見据えた取り組みは、まだ緒についたばかりだ。

(吳例君)(おわり)

た。