



T O K I
S A K E

一般社団法人 刻（とき）SAKE協会

TOKISAKE ASSOCIATION

古酒・熟成酒を世界へ

古酒熟成酒に日本酒の未来を描く日本酒蔵元が集まり、一般社団法人 刻(とき)SAKE協会を設立いたしました。

世界に誇れる日本酒を価値化していくため、時間軸を用い高付加価値の基準づくり、ブランド化を目指します。

既存の流通体制や価格帯を見直し、新たな市場開拓へ活動します。

■ビジョン

熟成イノベーションにより、新たな日本酒文化を構築する

- 一、日本酒の価値創造
- 二、熟成文化の振興
- 三、熟成酒の付加価値化

■ミッション

- 一、世界に通じる基準作り(成分、経緯、味わい、根拠等)
- 二、熟成日本酒「刻SAKE」の研究と価値化情報の発信
- 三、国、地方自治体、企業、各種団体と協力する施策
- 四、熟成の価値観による新たな市場販路の創出
- 五、国内外への情報発信



この理念のもと、有志蔵7社で2020年末に結成発表しました



(株) 増田徳兵衛商店
月の桂 / 京都府



KOKURYU

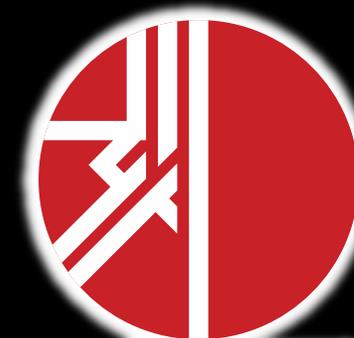
黒龍酒造 (株)
黒龍 / 福井県



出羽桜酒造 (株)
出羽桜 / 山形県



(株) 島崎酒造
東力士 / 栃木県



TOKI
SAKE

一般社団法人刻SAKE協会



木戸泉酒造 (株)
木戸泉 / 千葉県



(株) 南部美人
南部美人 / 岩手県



MIZUBASHO

永井酒造 (株)
水芭蕉 / 群馬県



令和2~4年度国税庁ブランド推進化事業



2022年度
刻 SAKE認定について

わかりやすく
付加価値商品の発表
見込市場へアプローチ



2021年度 刻の奏



刻SAKE協会の発足を記念した、特別な...

2020年度 刻の調べ

知見の集約
ヒアリング・交換会
市場機会洗出し

アイデンティティ・基準
の定義作成

テキスト化
整理し理解促進へ

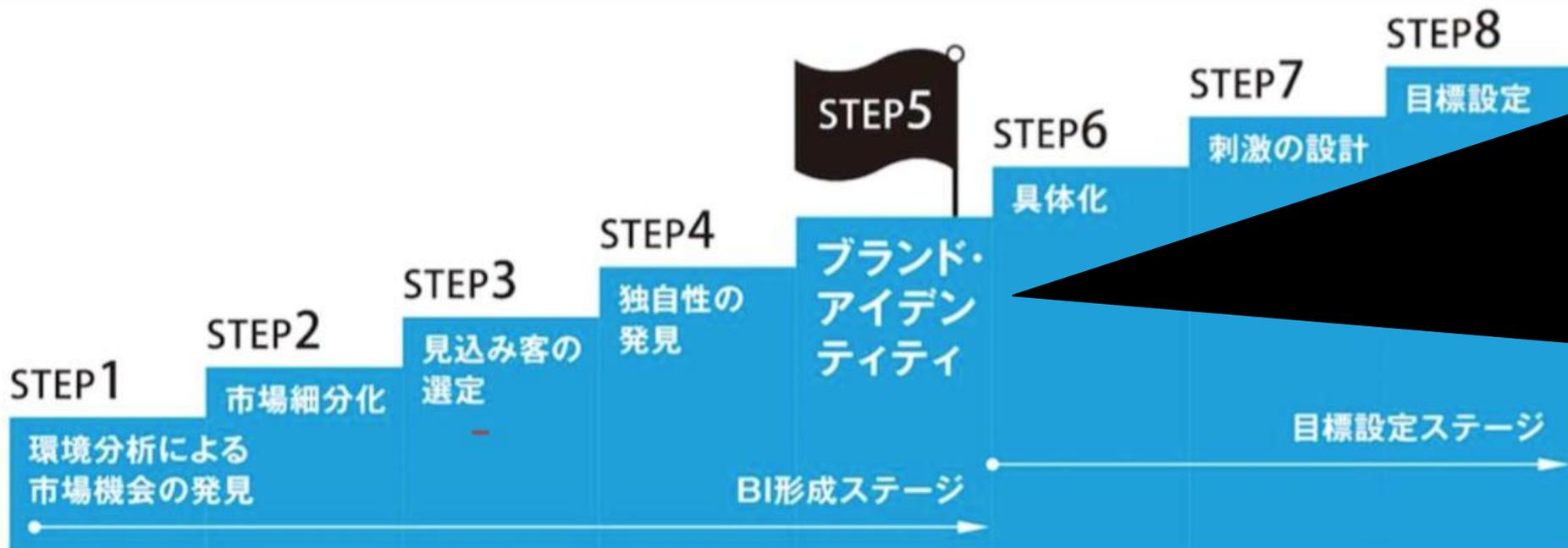
メディアイベント・講座開催
普及・情報共有へ

より多くの方とともに、
熟成付加価値化・市場化
を目指す活動を行います



これらの活動ステップは、現在

【ご参考】ブランド構築のステップについて



(出所)株式会社イズアソシエイツ(ブランド・マネージャー協会運営企業)のHPよりMURC抜粋 ブランド化推進事業・会議にて三菱総研様分析ご提供

STEP項目	概要
独自性の発見	機能的価値/情緒的価値のポジショニングマップを競合含めて作成し、独自性を見極める
ブランド・アイデンティティ	(本来はSTEP3で決めるが)見込み客に対して、どのように思われたいか、自身への約束事を決める
具体化	4P/4C(顧客価値、顧客負担、入手容易性、コミュニケーション)にて具体化する
刺激の設定	ブランド要素や体験の決定。体験シナリオ/推奨規定/禁止規定を設計し、再生率を向上させる

古酒熟成酒の市場価値化へのステップを、私たちは現在STEP5~6辺りと捉えています。

熟成価値の復権は、いよいよ具体化していく段階へと進行、皆様のご努力でベースメントを構築しつつあります。

今まさに市場への行動を取ろう、という機にぜひ多く皆様と共に考えたく思います。

課題 ～市場に浸透していくブランディング施策 必要なことは？

理解共感を得る4つの要素

- ・ 日本酒の定義

国内外へわかりやすく理に適った分類やクラッシング、製法、産地等の規定

→国税庁さんよろしくお願いたします！

- ・ 歴史文化との連携

この背景を持ち価値化要素となる

- ・ 研究の進行

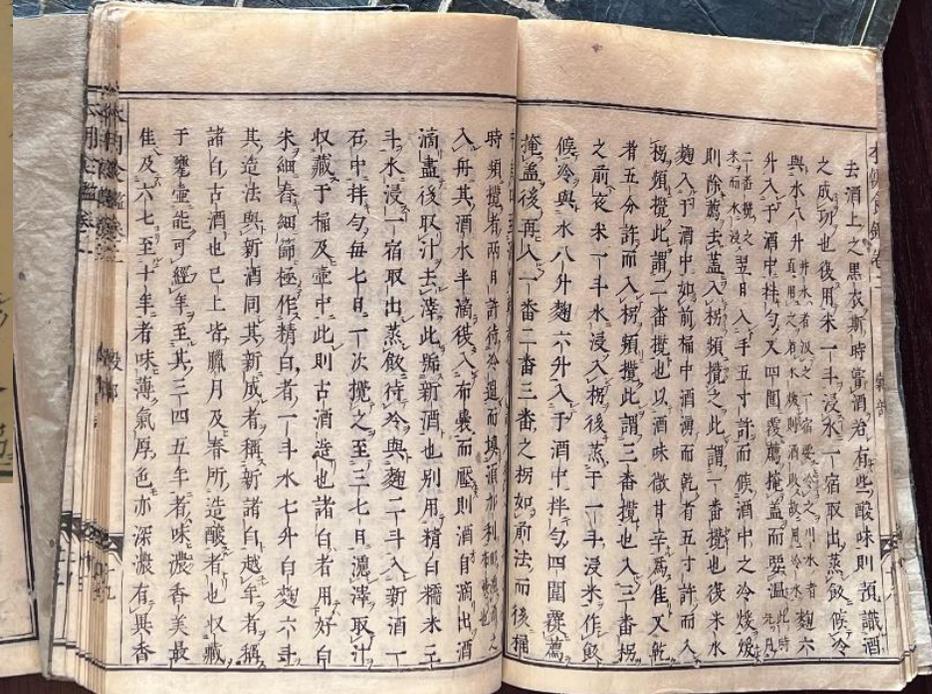
科学的な裏付け、評価の必要性、熟成環境・容器・・・



歴史

「本朝食鑑」 人見必大著 1697年刊

諸白での古酒貯蔵造りまで



二年四年五年を経た酒は

味が濃く 香りが美しく 最も佳い

滴盡後取汁去滓此號新酒也別用精白糯米三斗水浸一宿取出蒸飯待冷與麴二斗入新酒一石中拌勻每七日一次攪之至三七日瀉滓取汁

收藏于桶及壺中此則古酒造也諸白者用好白朱細舂細篩極作精白者一斗水七升自麴六斗其造法與新酒同其新成者稱新諸白越年者稱諸白古酒也已上皆臘月及春所造釀者也收藏于甕壺能可經年至其三四五年者味濃香美最佳及六七至十年者味薄氣厚色亦深濃有異香

也死生 之是故 不欲存

熟成の研究

熟成環境の違い、容器の違い、
熟成による味わいや香りの変化

情緒でない科学的なアプローチ
～皆様の知識見解の融合へ



TOKI
SAKE

一般社団法人 刻（とき）SAKE 協会

TOKISAKE ASSOCIATION

そして・・・

- ・ 上級酒のポジション存在が、全体を底上げ構築する

ペアリングとアッサンブラージュがテーマだ

増田 徳兵衛 の提案

Tokubee Masuda

- 1955年生まれ、京都市伏見在住
- ・ 大学在学中にドイツワインアカデミーに修学
- ・ 卒業後、東京酒問屋に勤務
- ・ 1983年京都へ戻り、月の桂入社
- ・ 1991年社長、2022年会長
- ・ 2020年一般社団法人刻SAKE協会代表理事



増田 徳兵衛 の取組み Tokubee Masuda

・1964年(昭和39年)、13代目が日本初となるスパークリングにごり酒を開発

1965年には、元禄8年(1695年)刊の飲食物百科事典『本朝食鑑』を手に、磁器甕で長期熟成させた古酒を復活させる(56年古酒迄貯蔵)

「上質多様な食シーンに合わせられる日本酒を」

時代や技術の進歩に合わせ、方法や定義、常識を変えていかねば、市場にどんどん遅れていく との思い

国税当局と話し合い、スパークリングにごり酒のジャンルを創る！

・・・そしてその後、噴出し、噴きこぼれで、

日本一のクレームメーカーになる(°Д°)

“忘れられた酒”
にごり酒 古酒



アッサンブラージュ (Assemblage)

ワインの原酒を混ぜ合わせるというワイン造りに使われる伝統的な技法の1つで、フランスやイタリア、スペイン、ドイツなどの地域では主流。ブレンド。

1. 「混ぜ合わせ、組み立て、組み合わせ、調合」といった意味、それぞれの特徴を組み合わせ、新たな味わいや香りを生み出しマーケティング手法に。
2. 良いところを掛け合わせ、ブレンド前には出せないような絶妙な味を生み出す。 この手法でしか出せない味、個性ブランドカラーがあるからこそ、ボルドーワインやシャンパーニュは、今も昔もフランス、そして世界の代表的なブランド酒として存在している。
3. 天候に恵まれずブドウの品質・収量が不安定であっても、品種の割合を変えることで味わいをコントロールし、例年と遜色ないものに仕上げることも可能。市場を失望させない知恵とも言える。



日本酒におけるアッサンブラージュの可能性

- 1.無限の組み合わせがある
- 2.BYや磨きにとらわれない
- 3.味の決定を発酵以外からアプローチできる
- 4.複雑な味や香りが設計できる可能性
- 5.価格に転嫁できる付加価値の創出
- 6.世界の料理へ合わせにいける可能性



酒蔵・杜氏による発酵の「巧」
+アッサンブラージュの「妙」



アッサンブラージュしている蔵も増えてきた...

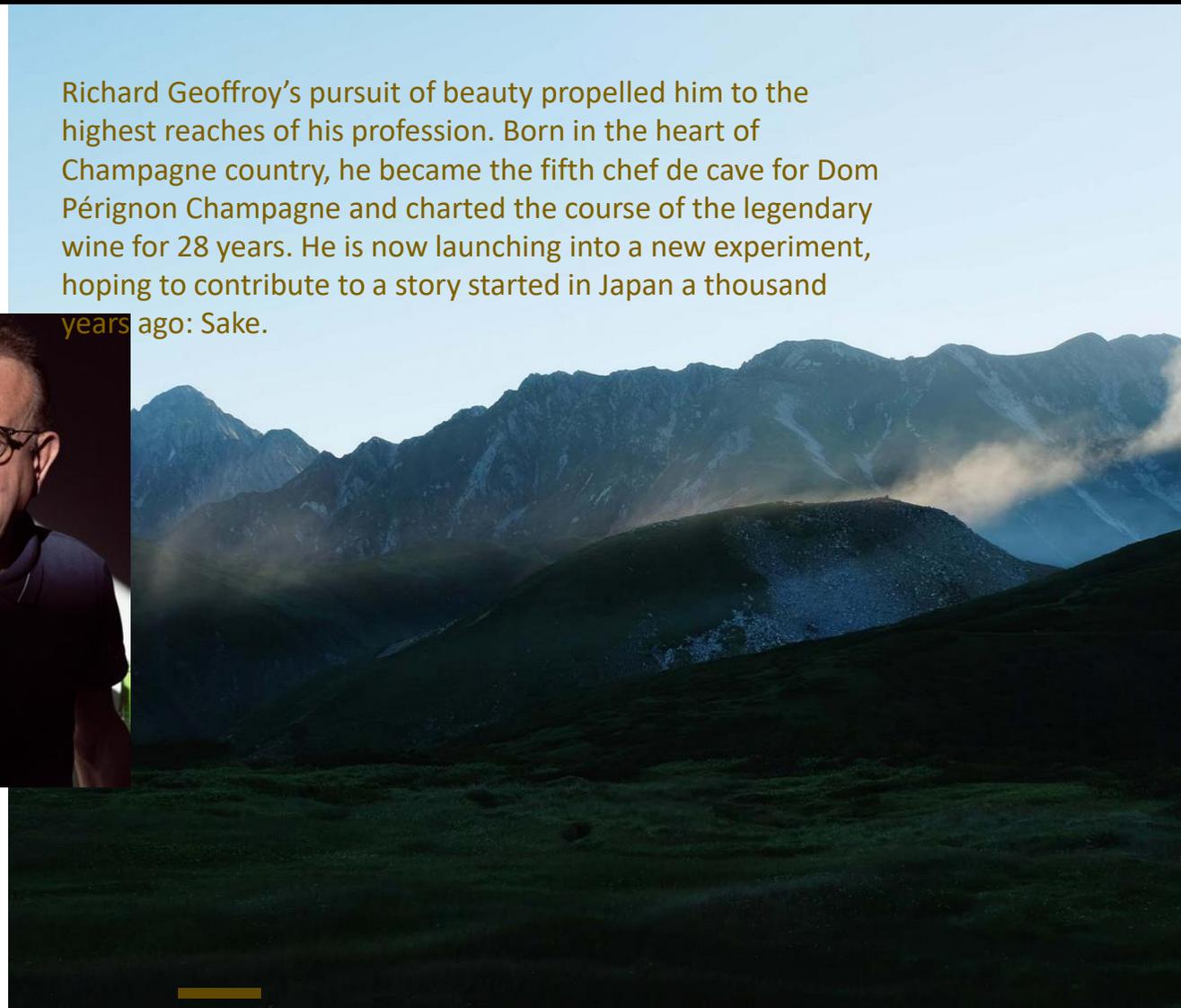
アッサンブラージュの 例



Richard Geoffroy's pursuit of beauty propelled him to the highest reaches of his profession. Born in the heart of Champagne country, he became the fifth chef de cave for Dom Pérignon Champagne and charted the course of the legendary wine for 28 years. He is now launching into a new experiment, hoping to contribute to a story started in Japan a thousand years ago: Sake.

リチャール・ジョフロワ

ドン ペリニヨンの5代目醸造最高責任者となった彼は、28年にわたって伝説のメゾンを率いた。そして今、1000年の歴史を持つ日本酒の物語に新たな一章を刻もうとしている。





Assemblage

For what?

Assemblage Club



我々は何のために
アッサンブラージュするか

増田 徳兵衛 の見解

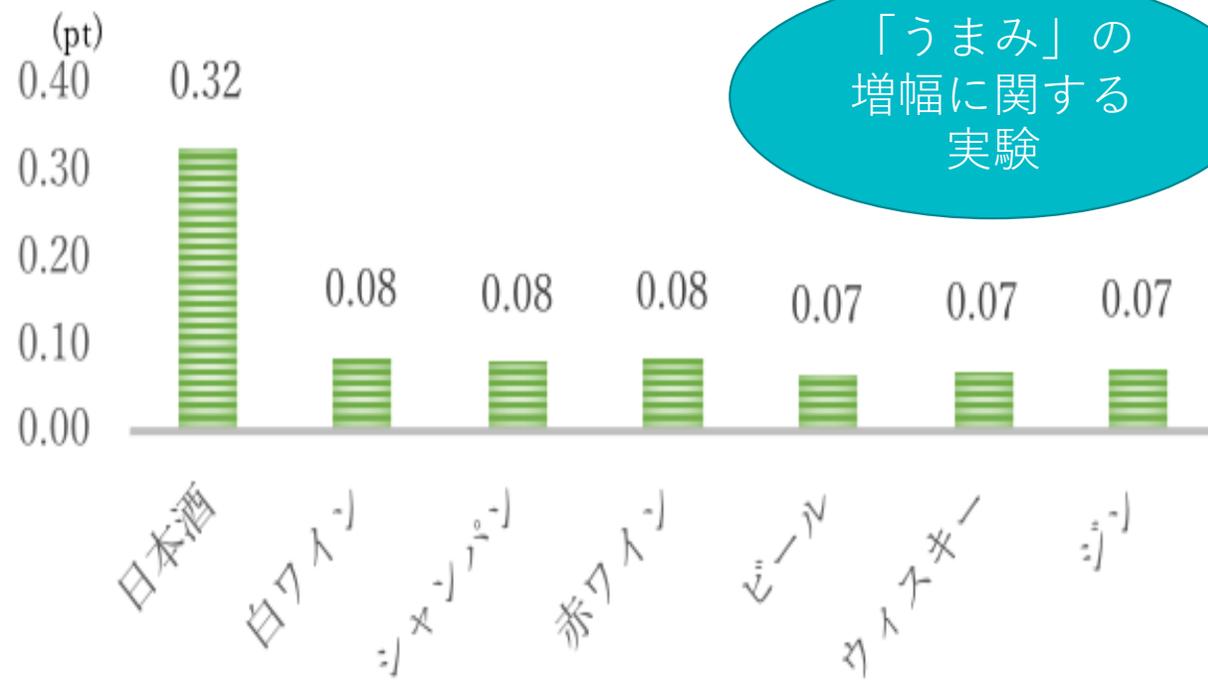
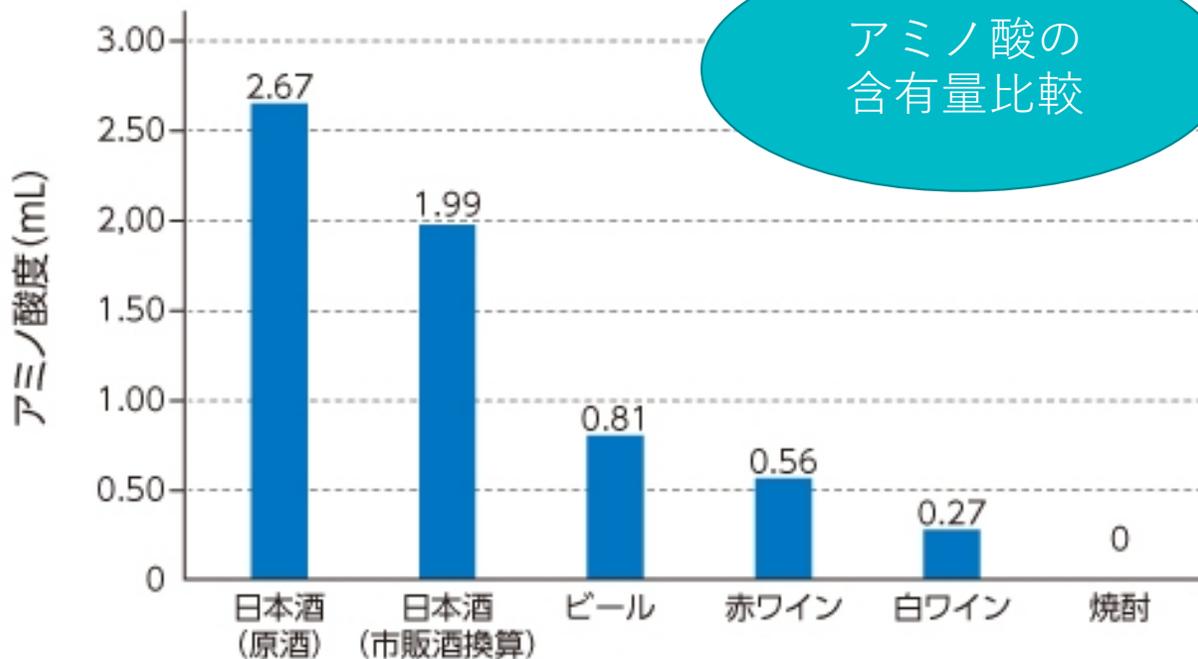
Tokubee Masuda

世界中で飲用シーンを広げる、上質フードペアリングの重要性
これに向く酒・日本酒はより一層「アッサンブラージュ」で“合わせ”に行ける
さらに熟成で日本酒に幅を、アミノ酸を増し円やかになることがアドバンテージ

「うまみブースト」 ペアリングに、響く

「うま味」に代表される“おいしさ”のひみつが科学的に解明され、世界の料理人・美食家たちに知られています。

日本酒は、ワインやビールなど醸造酒の中で最も多くの「うまみ=アミノ酸」が含まれていると言われており、“うまみ”に着目した官能評価では「あらゆる料理をおいしくする」といったデータもあります。



出典：福光屋/日本酒、ワイン、ビールなどのアミノ酸の含有量比較。日本酒は福光屋の商品、他の酒類は一般的に市販されている商品。商品によって異なる可能性がある。

出典：AISSY株式会社が日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）とともに実施した「うまみ」の増幅に関する実験より/25種類の料理と平均値と合わせた場合の「うまみ」増幅スコア

アッサンブラージュで食をより楽しむ

ペアリングをまるで**オーケストラ**のように楽しむ。

ここに**SAKE**同士が**ハーモニー**を奏でることで、

料理と共に口に含むと至福のうまみブースト、世界の料理とより調和し響き合います。

料理と同じ、甘、酸、苦、旨など（塩分以外）の様々な味の要素を積層させられる。

マリアージュする料理に対し、欲しい味・機能を組み立てることができる。

イノシン酸とグルタミン酸のような“うまみ”の足し算・掛け算ができる。

銘柄単体の味のオリジンは残しつつも[外骨格]を取り払い、より料理に溶け込み、マリアージュしやすくする。

重層的な味わいの魅力へ

その料理の持つ個性要素を共通項にして、**共鳴へ**

意識し**デザイン**できるのが、アッサンブラージュの魅力



刻SAKE協会の作品は、アッサンブラージュを積極的に活用、付加価値に提案



刻の調べ

協会加盟7社の酒を
田崎顧問がブレンド
アッサンブラージュの付加価値



刻の奏

協会加盟7社の酒を
輿水顧問がブレンド
樽後熟（樽の可能性）



まとめ



1.古酒熟成酒の市場可能性は、準備が出来つつあります

2.いよいよ市場へ、より多くの皆さんと共感共有しアナウンスしていく事が、信用形成に必要です

3.世界の食を見据え響く要素、普遍的な時間価値には、大きく未来があります

共に世界へ、よろしくお願い申し上げます。

お時間ありがとうございました。

一般社団法人刻SAKE協会代表理事 増田徳兵衛