

霧島酒造株式会社

(中央)

精製本部 酒質管理部

上瀧 正智 副部長

2003年入社 研究開発、企画室を経てブレンダーとして長らく従事 2024年4月から現職

(左)

精製本部 酒質管理部

黒木 俊行 課長

2012年入社 濾過精製部門を経てブレンダーへ 現在黒霧島のメインブレンダーで焼酎の品質管理にも従事

(右)

酒質開発本部 研究開発部

醸造原料研究課

伊川 秀治 係長

2012年入社 濾過精製部門を経て研究開発部へ 甘藷の品種開発を担当



3名のアイディアがブレンドされた受賞酒

受賞酒はあくまで試作品。しかし、受賞酒のような新しいタイプの焼酎は、焼酎の新しい楽しみ方をお客様に届けられる可能性がある、と語る3名。その背景には確かな技術の裏付けがあった。

― まず皆様のご担当業務について教えてください。

上瀧 2025年4月から現職として勤めていますが、それまでは長らくブレンダーとして従事していました。例えば「黒霧島」の製品化に当たっては、特徴の異なる複数の焼酎原酒をブレンドし、1年を通して安定した品質となるよう調整しています。銘柄によっては、全くタイプの異なる原酒をブレンドし、1つの原酒では出せない特徴を出すようなブレンドも行います。

また、そういった日常業務の他、社内の官能評価（きき酒）をより科学的に行う体制の整備をしてきました。かつては上司の背中を見て学ぶ事が中心で、この原酒は香りが綺麗、こっちはちょっと気になる香りがある、といった言語表現がほとんどだったのですが、例えば様々な香りの強さを数値化したデータを統計処理し、味わいを図にしてみる化する等の仕組みを築いてきました。

黒木 私は最初、濾過精製や混和を行う部署で2年間勤め、3年目からブレンダーになりました。ブレンド業務のほか、「黒霧島EX」や「虎斑霧島」の商品開発にも携わらせていただきました。特に「虎斑霧島」は、焼酎らしさを活かした炭酸割りや、青ユズの果皮や山椒といった素材を入れた

新しい飲み方スタイルの提案をした商品で、思い入れがあります。当時は今ほど炭酸割りが市場に定着していなかったもので、社内にも新しい風を吹かすことが出来ました。

伊川 私は研究開発部で甘藷の品種開発を担当しています。実は学生時代は麹菌の研究をしていたのですが、2015年に当時の専務から「これまでにない味の焼酎を作って欲しい」と直接指示があり、また農作業が得意そうだということで、品種開発の担当になりました（笑）。目を付けたのは甘藷に含まれているモノテルペンアルコールというマスカットや柑橘の様な香りが感じられる成分で、これの多い品種を作ろうと。2016年に人工交配を開始して種を取り、その種を2017年に蒔いて各甘藷の特徴を確認したのですが、1年目から狙った香りのする甘藷ができました。その後は栽培特性把握のための試験を開始し、2019年からは後継品種について農研機構様と共同研究をしています。これら品種を使った商品が「KIRISHIMA No.8」です。

上瀧 品種が生まれてから商品化までが長かったですね。品種登録までに安定性等の様々なチェックが必要ですし、当社で仕込むには甘藷の量もある程度必要になってきます。穀類と違って増殖が遅く、そこで時間がかかっています。



甘藷焼酎 茜霧島

(鑑評会用の特別仕様)

柑橘系、樽、甘い香りの3種類の香り
キーワードで構成

【貯蔵】橙色系品種の基材をオーク樽ほか、さまざまな樽に貯蔵

【ブレンド】樽貯蔵した焼酎としていない焼酎のブレンド

【香味の特長】パラヤスマレを連想させる華やかな橙色系品種由来の香りと、バニラのような樽由来の甘い香りが調和しており、なめらかな口当たりが心地よく続く。



甘藷焼酎 KIRISHIMA No.8

(鑑評会用の特別仕様)

「リアルなマスカット香と口当たり」の
実現を目標設定

【原料】マスカット香が強く出る自社開発品種を使用

【蒸留】マスカット香を最大限引き出すため減圧蒸留

【香味の特長】マスカットや花、柑橘を連想させる上立ち香が特徴的で、香味に透明感があり、余韻が長く続く。

茜霧島は品質の異なる3種ブレンド

— 受賞酒「茜霧島」は市販品とは違って樽貯蔵焼酎ですが、どのように品質設計されたのでしょうか？

黒木 一口飲んだ時に奥行きがバツと広がり、また飲むたびに複雑味を感じるような、香りのストーリーと複雑性を意識しながら全体の構成を考えました。具体的には、樽貯蔵した橙芋を使った甘藷の焼酎をベースとし、そこに複雑さを出すために「黒霧島EX」の原酒と「KIRISHIMA No. 8」の原酒をブレンドしています。それによって、柑橘系の香り、樽の香りがある、さらにちょっと甘い芋の香りが口の中が広がるようなイメージです。

今回のブレンドはすごくいい経験になりました。既存ブランドの組み合わせでも、数パーセント配合を変えることで複雑性が増したり、反対に単調になったりという変化が分かり、ブレンドの裾野が広がったというか、可能性が広がったと感じています。

— ベースとした樽貯蔵焼酎は既存の商品でしょうか？

黒木 「茜霧島MELT」という商品の原酒を使っています。これは上瀧が開発した商品です。

上瀧 ある時、紫芋で造った原酒を樽貯蔵したのを見つけたんです。たまたま1樽だけあって。この焼酎をテイastingした時に、ウイスキーやブランデーでは絶対に出来ない、樽の香りと甘藷焼酎の特徴的な香りがバランスよく混ざった、エキゾチックな魅力を感じたんです。

元々私はお酒が好きで、様々な蒸留酒や醸造酒を飲むのですが、蒸留酒で最もポピュラーなお酒と言えばウイスキーですね。樽貯蔵した甘藷焼酎は、ウイスキーのような魅力がありながらも、ウイスキーでは絶対出せないような魅力を出せると知り、こんな焼酎をもっと飲みたいと思ったんです。でも、社内のお酒を勝手に飲むわけにもいきませんし、待ってても市場に出るわけではないので、じゃあ開発を提案してみようと。その時は紫芋で造った赤霧島が非常に売れていて、原酒不足ですぐには会社に提案できなかったのですが、原酒に余裕ができた頃合いに提案

しました。一緒に茜霧島の原酒も同じように樽に入れてみたら、これまた全然違った魅力が出てきたので、その2つを会社に提案しました。

黒木 今気づいたのですが、ちょうど今日ここにいる3人が開発した「茜霧島MELT」「黒霧島EX」「KIRISHIMA No. 8」で出品酒は構成されています（笑）。

— この焼酎はどのように飲んでいただきたいですか？

上瀧 出品酒は特別仕様で、現時点で製品化が決まっているわけではありませんが、味わいに違いがあれば、当然役割も違ってきます。この酒質に合うシチュエーションや飲み方を含め社内に提案していきたいと思っています。

黒木 このお酒は新しい焼酎の可能性、新たな焼酎の楽しみ方をお客様に届けられると思います。麹菌を使った焼酎というウイスキーでは表現できない香りをまとうことで、食事との相性もよく、香りも楽しめ、飲み応えも感じていただける品質です。日本のお酒らしいきめ細かな香りの変化、グラデーション、ニュアンスを感じていただきたいですね。

リアルなマスカットを狙ったKIRISHIMA No.8

— 受賞酒「KIRISHIMA No. 8」も市販品とはひと味違った品質でしたが、何が違うのでしょうか？

伊川 実は市販品も、今回の出品酒も造り分けた異なるタイプ原酒を複数ブレンドしているのですが、ブレンド割合が異なります。市販品は焼酎らしさを大事にしながらマスカットの香りもするという品質設計ですが、出品酒はマスカットの香りが際立つ品質を目指しました。また、マスカットの香りに合うような口当たりのなめらかさも追求しました。単に柑橘の香りの元になるモノテルペンアルコールを高くしただけでは、どこか人工的で嘘っぽい香りになってしまうので、その辺り製造上の工夫をしています。講評のコメントに、私達が目指していた「マスカット」という言葉があり、思い描いた味わいを形にできている事が確認でき嬉しかったです。

ー 本物のマスカットのような香味でしたが、市販はされないのでしょうか？

伊川 出品酒はアルコール度数が高く、少し玄人向けのところがあり現時点で商品化する予定はありません。ただ、将来的には、焼酎を全く飲んだことがない方、特に海外のお客様に炭酸割りなどで飲んでいただきたいと思っています。

焼酎は自由なお酒

ー 将来のお話がでしたが、過去を振り返って見て焼酎の市場はどのように変わってきたと考えていますか？

上瀧 十数年前、二十数年前から比べると、消費者の方のライフスタイルや価値観は加速度的に多様化しており、市場全体の理解が難しくなっています。焼酎に求められることも画一的ではなくなり、対応の難しい世の中になりました。近年感じている変化としては、飲み口がすっきりとしていて、フルーティーなタイプの焼酎というものが徐々に伸びてきていると感じています。それと共に、飲み方もロックや水割りといったスタンダードな飲み方に加え、炭酸割りが普及してきています。特に若い方ですね。

黒木 昔はお客様のニーズが分かりやすかった。例えば「芋臭い」と言われれば、飲みやすい焼酎を造ってニーズに応えてきました。しかし、最近は飲酒運転の問題やアルコールの健康被害といった難しい課題や規制があり、焼酎に対する見方というのも変わってきています。

その様な中で、今回のチャレンジの部のように、ある程度自由に色々な焼酎をブレンドして新しい味わいを造ることができました。消費者の方にも、その自由さというか、「なんとか系焼酎」とかカテゴライズされない「自由さ

自体」を感じながら飲んでいただけるような商品を提供していきたいと思います。焼酎は甘藷の品種を変えるとガラッと味わいが変わるし、蒸留方法も自由度があるし、樽に入れることでも変わります。焼酎ほど自由な表現ができるお酒は少ないのではないのでしょうか。「ノンアルコール焼酎」だって良いかもしれません。

伊川 今の若い世代という言い方はあまり好きじゃないのですが、次の世代を育成できていないと色々な資料を見て感じているところです。そこにはもちろんコロナの問題も一因としてあったかもしれないのですが、若い方の飲み会でのアルコールに対する印象や考えが変化していると思います。また、焼酎は自由度の高いお酒ですが、誰かのお勧めとか、飲み方を教えてもらった方が入りやすい飲み物でもあります。私も研究開発部の者も講演などを通じて飲み方の紹介などしておりますが、次の若い世代を育ていくためには、そういうところにも力を割いていく必要があると考えています。

ー 飲み方と言えば、2000年前後の焼酎ブームの時はロックで飲むのが主流でした。当時はどのような紹介をしていたのでしょうか。

上瀧 当社を含めロックをイメージさせるCMやキャンペーンが打たれてはいましたが、特別な仕掛けがあったわけではなかったと思います。しかし今振り返ってみると、ロックは飲食店でもご家庭でも簡単に作れてオペレーションの難しさがありません。薄くなりすぎるとかありませんよね。そういったところが結果的にロックが浸透した要因の一つだったのではないかと思います。

今、焼酎は分水嶺を迎えている

ー 確かにそうですね。一方で炭酸割りは、割り方の比率など飲食店やお客様の知識が必要になりますね。

伊川 オペレーションが熟知されていればできることなのかもしれませんが、アルバイトの方に求めることでもないような気がしますし、教育するにも時間がかかることなので、そこは店舗の問題だけではなく、メーカーや業界の課題なんだろうなと思っています。

上瀧 前々から飲食店での提供の難しさが我々の課題だと感じています。若い人に気軽に飲んでいただける一杯になるかどうか。もしかしたら今はその分水嶺なのかもしれません。今、我々がどうアプローチするかで、右にも左にもどっちにも転がれるという、大事な時期なのかなと。

お客様との繋がりをますます深め、商品のアルコール度数、飲み方などを丁寧に紹介していき、焼酎の明るい未来を拓いていきたいと考えています。



甘藷の品種開発は運の世界。一昔前まで、年間10万粒を蒔いても10年後に1粒か2粒が品種になるという世界だったそう。60粒の中から一発で良い品種を引き当てた伊川さん。その裏には独自の技があるという。