http://www.koyama2525.co.jp/

心と心をニュースで結ぶ

コヤマ新聞

THE KOYAMA SHINBUN

2015年 9月 NO.128

発行：株式会社コヤマカンパニー
〒569-0803
高槻市高槻町19番7号
tel :0120-21-0852
fax :072-683-0087
mail:web@koyama2525.co.jp

残念！農口杜氏衝撃の引退！

能登杜氏の先頭に立ち酒造り65年

生涯現役杜氏の決意も

農口尚彦氏（右）と小林俊郎弊社代表取締役

去る8月2日、東京で、「農口杜氏に酒造りの話を聞く会」（株式会社フルネット主催）が開かれ、農口さんの話が直接聴ける、そして対話もできる絶好の機会と思い、参加して来ました。

ところが、席に着くと、机の上に置いてあったのは、「能登杜氏・農口さん引退」という北国新聞の記事のコピーでした。

親子三代にわたる農口杜氏は、昭和24年に静岡県で酒造りを始め、その後、地元石川に戻って、菊姫で36年、常きげんの鹿野酒造で14年、能登杜氏の先頭に立って来られました。

平成22年にはNHKテレビの「プロフェッショナル仕事の流儀」にも取り上げられるなど、「現代の名工」「四天王」「酒の神」と称されるまでになりました。

80歳を迎える前の一昨々年、一旦は、家族のすすめもあって現役を退きましたが、酒造りへの熱い思いは捨て切れず、現社長にも背中を押され、休業していた能美市の酒蔵で、生涯現役杜氏を続ける覚悟をもって酒造りを再開しました。

農口さんはかねがね、「お客さんあっての酒造り」と言い続け、米の旨味を感じられるコクのある酒を日常的に呑み続けられるよう、適正価格で提供することをモットーにしてきました。ですから、米を削りすぎることにも反対ですし、香り重視の昨今の風潮にも苦言を呈しています。

また、機械化の長所・短所にも言及し、酒は農産物なので、造りの肝の部分は、官能で！判断すべしと主張しています。

農口さんは引退について、多くは語りませんでしたが、どこの世界にもあり得る経営者サイドと現場の杜氏との考え方や路線の相異に起因して軋轢が生じたのでした。

農口杜氏の酒は消えるもうこの世に出て来ないでしょう。残念です。

（後任は南部杜氏のようです）

（文責・小林／北国新聞参考）

農口酒造の名は商標登録されていますので残りますが、今年の生産分からは、ラベルから「杜氏　農口尚彦」の文字は消えてしまいます。多分、農口さんが醸された日本酒は

「農口」を冷蔵保存中

コヤマカンパニーでは、昨冬に農口杜氏が造られた「農口」を各種少量ずつですが、冷蔵保存しております。

農口さんの引退を惜しみつつ、感謝の気持ちを込めて、大事に味わっていただきたいと願っています。

くわしくはフリーダイヤル0120・21・0852、コヤマカンパニーまでお電話くださるか担当者に直接お問い合わせください。

データ&トピックス

●外食業界・消費者動向

「酒瓶、飲食店で処理を」
首都圏の業務用酒販店が交渉

今年6月、首都圏の業務用酒販店180社が連携し、販売先である飲食店に対して、酒の空き瓶を飲食店側で処理するよう交渉を始めた。

従来は酒販店が無料で回収することが多かったが、空き瓶の多様化に伴う処理費用の増大を負担しきれなくなっているためだ。

ただ、飲食店側は処理に後ろ向きな企業もあり、酒販店が担ってきたコストをどこまで移管できるかは不透明な部分も残る。

酒販店180社が飲食店に求めているのは、「雑瓶」と「リターナブル瓶」に大別できる酒の空き瓶のうち、ワインやリキュール、輸入ウイスキーなどの雑瓶だ。

リターナブル瓶は大手メーカーのビール瓶などが主で、メーカーが再利用するため引き続き酒販店が回収する。廃棄物処理法では「事業者はその産業廃棄物を自ら処理しなければならない」と定められている。連携企業180社は、この条文を根拠に「廃棄が前提の雑瓶は、本来飲食店が空き瓶を処理する必要がある」と主張する。ただ、飲食店がチェーン店の場合、「個店では対応できない」という理由で拒み、取り引きの停止をちらつかせる例もあるという。

外部機関の試算では、空き瓶回収にかかる業務用酒販店のコストは売上高の0・5％ほどだった。多くの業務用酒販店は薄利で、大手の酒販店でも2014年度の経営利益は1・0％。空き瓶処理が業績の圧迫要因であることは間違いない。

（日経MJ）

〈グルメ誌の特集紹介〉

▽**料理通信**／9月号
特集2：国産フレッシュチーズで作る料理とデザート
国産のフレッシュチーズの種類が増え、外国産にひけをとらない品質で高く評価されるようになりました。いま食べたい国産フレッシュチーズのほか、つまみからデザートまで、新鮮さを生かした活用レシピを紹介します。

▽**ミーツ・リージョナブル**／9月号
特集：笑う鮨屋。
みんな大好き「鮨」。いまじゃ、コンビニにだって並ぶ大衆食だけど、この街の鮨屋に関しては、「頼み方が分からない」「敷居が高い」って、みんな苦手意識高め。でも、それってもったいなくない？
一歩踏み出せば十倍楽しくなる、そんな「関西的鮨屋のゴキゲン」を、ミーツが総力特集！
新店ニュースから、各店の新展開、あの人のいきつけの店初公開。そして老舗鮨屋の潜入取材まで、あらゆる角度から鮨屋を紹介。絶対保存版の一冊です。

▽**料理王国**／10月号
大特集：魚名人に聞く、このひと技で魚をもっとおいしく!!

世界はシンプルで、人生は思いどおり

フロイト、ユングに並ぶ
心理学の巨人が出した 幸せの答え」

アルフレッド・アドラー／人生に革命が起きる100の言葉

⑪

人は失敗を通じてしか学ばない。
失敗を経験させ、
自ら「変わろう」と決断するのを見守るのだ。

アドラー心理学における教育では「結末を体験させる」ことを重視しています。もしも子供が片付けをしようとしない場合であれば、叱ったり脅したりして無理矢理片付けさせても、子供は片付けを覚えないでしょう。そうではなく、叱らずに放っておく方が効果的です。子供は片付けなかったことにより、自分がほしいおもちゃを探すことに苦労するでしょう。そして、片付けておく方がはるかに探すのがラクであることを学習するのです。

しかし、おもちゃを出しっ放しにしておくことは、大人にとってもストレスにつながります。そんなときは、大きな箱を一つ用意し、子供が散らかしたおもちゃや洋服を片っ端から箱に投げ入れておけばいいのです。これにより、床の上はスッキリし、大人のストレスはなくなるでしょう。そして、ごちゃごちゃなまま箱に入れるおもちゃを探すのに子供は苦労し、そこから片付けの重要性を学ぶことでしょう。

この「結末を体験させる」という手法は子供の教育に限らず、大人にも当てはまる法則です。人は失敗から学びます。ですから、リスクがあることもどんどん任せることが大切です。一度や二度の失敗を恐れて何もさせないよりも、わざと失敗させるくらいの気持ちが重要です。

できるようになってから任せるのではなく、任せるからできるようになる。アドラーの教えは大人に対する教育にも通用するのです。

（ダイヤモンド社）

純米酒専門店 続々誕生

日本酒文化の発信基地へ

渋谷マークシティ裏、焼鳥屋などの大衆酒場が多く集まる古くからの飲食街に新設されたビルの最上階（5階）に、マグネティックフィールド（本社＝名古屋市、山本将守代表取締役）が4店舗目「純米酒専門店八咫（やた）渋谷店」を6月にオープンさせました。

「八咫」は純米日本酒を知り、楽しみ、さらに楽しみ知る日本酒バーとして、名古屋・栄の1号店を皮切りに、昨年11月に新宿店、今年2月に伏見店をオープンさせています。誰もが難しく構えず、気軽に立ち寄れるようにと、全店がオールスタンディングスタイルです。

◀

JR渋谷駅と井の頭線渋谷駅の両駅へ直結する渋谷マークシティの南側に広がる古くからの飲食街の中に出現した1フロア1店舗構成の新築飲食ビル。その最上階の5階に同店は構えます。見過してしまいそうなビルの奥まったエレベーターの扉が5階で開くと、ビルの躯体であるコンクリート打ち放しの環境が、そのまま生かされたシンプルでスタイリッシュな空間が迎えてくれます。窓の向こうには、渋谷の景色が眼下に広がります。

スタンディングという店づくりは、気軽ではあるがちゃんと日本酒を飲みたい人のため、と代表取締役の山本氏。実は、東京進出を決めた当初から渋谷のこの場所への出店は、新宿店より以前に決まっていました。その理由は、渋谷がジャパンカルチャーの拠点として世界から注目され、情報を拡散するパワーある発信地だから、と言います。日本酒の原点である米と米麹で醸す純米酒にこだわる山本氏のきちんとした日本酒文化を内から発信していきたいとの思いもあり、この地を選んだのです。

◀

カウンターの上には、常温で楽しむタイプも並び、日本酒は常時30種類以上に加え、季節のタイプや限定銘柄なども多く揃えています。「好みで選ぶ日本酒」はワイングラス（100ml）で提供され、オール500円。いろいろな日本酒を知って味わって欲しいと設定された「60分2000円（1ショット50ml）の利き酒コース」は、来店客の9割がトライするほどの人気といいます。当然、燗酒も楽しめ、日本酒の奥深さに出会えるコースとなっています。

◀

料理も食べることを目的としてではなく、あくまで日本酒を味わうためのアテメニューで構成しています。「本日の三種盛り」、「ホタルイカの炙り」、「鶏ささみのスモーク」など10種類を用意します。基本は各店共通メニューとなるが、店長の采配によるメニューも加えています。

渋谷店の店長である玉木里沙さんが選んだのは刺身。「八咫」の重要なアイテムであり、全国から厳選して揃えたさまざまなタイプの醸造醤油の中から幾つかを選び、試すことのできる利き醤油と合わせるのも面白い。

◀

常にフラットな立場でいたいという山本氏は、疑問に思ったことをとことん掘り下げ、日本酒と対峙するのを信条としています。各店で開催するイベントでは、ときには一般的な概念の日本酒のイメージを変えるようなこともあり、その様はまるで日本酒研究所、ラボのようだと言われ、飲食業界に携わるプロからも注目されています。

◀

日本酒新時代と言われる今こそ「八咫」は、美味しい日本酒と出会い、共に学び、情報を発信していく場だ、と山本氏は話します。各店をまかされている店長は、ゼロからスタートして、1に向かってしっかりと地に足をつけながらも客と共鳴し合い、共に成長する重要な役割を担うのです。渋谷店長の玉木さんも、名古屋から馴染みのない東京でゼロからスタートしました。次の出店地となる北海道を任される店長も、土地勘がないというなかで新店を任されます。北海道のあとの出店は未定ですが、美味しい日本酒を醸す蔵元がめざす店として、厚い信頼感を得ることに邁進していくと言います。

（フードスタジャムより抜粋）

食ビジネス考

達人 太田和彦が語る

「居酒屋の流儀」

⑪主人、女将とさらりと話す

居酒屋の楽しみの上級として「店の主人や女将と話をする」がある。

これは初めは無理をしない方がいい。居酒屋は、カウンターに陣取り主人相手に丁々発止だ、とばかり、最初から「オススメは何？」「今はやっぱり鮎だねえ」料理はどこで修業した？」などと喋りまくる人がいるが、店の方は相手がどんな人かわからず、適当に相槌をうつしかない。そういう人はまた、一人で主人を独占し、店の主役顔をしたがる。自分に自信がなく、静かに飲んでいるのが不安な裏返しだ。会社でも出世しないぞ。

そうではなく、店の方から「なんとなく感じの良い人だな、どういう人か、ちょっと話でもしてみたいな」と思われてから、おもむろに口を開けばよい。その店を気に入り、長く通いたいと感じ始めたのならなおさらだ。長いつきあいは、じっくり始めるべし。

まず末席で普通に飲んで食べて、お金を払って帰る。二度目、三度目になれば店も顔を覚えてくれ、「まいど」で迎えられ、「どうも」と答える間柄になる。そうなればカウンターに座っても自然で、主人も「さあ、今日はこの人と」という雰囲気になるだろう。そのタイミングだなと思った初手の話題は「これおいしいですね」が最も無難だ。そこにある食べ物の話なら答えやすく、「ありがとうございます。たいしたコツもないんですが、ちょっと寝かしとくんですよ」「ほう」となる。大切なのは、主人が答えやすいこと、自慢できるような話題に持ってくことで、難しい質問や考え方などは厳禁。リタイア親父が「オレはこのことには少々うるさいんだ」と妙に専門的な質問をして自分に一目置かせようとするのは下の下と心得よ。そういう人は「へえ、お詳しいですね」と言われるようものなら鼻高々にしゃべる。これが最低。

また女性に多いが、個人的な質問はいけない。「あの方、奥さん？」「見合い？」「お子さんは？」「どこの学校？」。アカの他人にそんなこと言いたくもなく、主人は敬遠して向こうに行ってしまう。要は無難な話に終始すること。天候の話などは口火に最適。

「昨日の雪はすごかったね」

「まったく。この歳で雪かきですよ」

「どう？腰は」

「いや、それがもう……」

「ははは、オレも。お互いさま」

女将に「○○さんはお酒が好きそうですね」とでもふられたなら、

「いや、これしか芸がなくて」

「でも、けっこう料理も召し上がるし」

「美人女将の勧め上手に負けてね」

「言うわね。今日の里芋はおいしいわよ」

「いただきます（笑）」

この（笑）が大切。居酒屋のカウンターで知識や考え方を開陳しても始まらない。誰にとっても罪のない話で要所に笑いをはさむ。後に何も残らない。これが居酒屋主人との会話のコツだ。

（新潮新書「居酒屋を極める」より）

世界に冠たる日本酒

その百十三●米を削るほどお酒は美味しいか？

精米歩合で味わい変化 削り過ぎは個性なくす

大吟醸酒や純米吟醸酒、特別本醸造酒など高級な日本酒は、米を多く削って造られます。では、そもそもなぜ、米を削るのでしょう。

米の外側には、タンパク質やカリウムやリン酸などのミネラル、脂肪（とくに不飽和脂肪酸）が多く含まれています。これらの成分は、食べるご飯の場合は、美味しく、栄養にもなるのですが、酒造りにはあまり好ましい成分ではありません。まず、タンパク質はアミノ酸の元になり、適度に含まれると程よい旨味になりますが、多いと味がくどくなってしまいます。また、ミネラル分が多すぎると発酵がうまくいかないことがあり、不飽和脂肪酸は香りに悪影響を与えてしまうと言われます。

そこで、酒造り用に開発された特別の「縦型精米機」に内蔵された円盤のような形のやすりで、米の外側だけをていねいに削り取ります。このように酒造りのために精米することを、蔵元たちは「米を磨く」と言います。大吟醸に使われる精米歩合40％や35％の米は、磨くという言葉の通り、艶々と輝いて、小粒の真珠のようです。磨かない米で酒を造ると、雑味が出たり、渋くなってしまうとされ、精米歩合の低さは上質な酒の証でした。ちなみに食べる米の精米歩合は90％ほどで、精米機は米粒同士をこすりあわせる方式の「横型精米機」が使われています。

精米歩合が低くなる（より多く米を削る）ほど、必要な玄米の量が増えるので、原価率は上がることになります。原料にコストがかかる分、一般的には精米歩合55％の純米吟醸より、40％の純米大吟醸の方が高価です。

味の面では、より多く削ることで、タンパク質や脂肪は減るので、お酒の味は淡泊になり、透明感は増し、香りもすっきりとして、米の旨味の少ないスリムで繊細な味になってきます。

ところが近年では、精米歩合80％、90％など、あえて米を削らず、玄米に近い玄（くろ）い米で醸す純米酒も続々と登場しています。こういった酒は、味の幅のある酒になることから、飲みごたえがあると人気が急上昇中です。山田錦など上質な酒米を使うようになったことと、精米や醸造の技術がレベルアップしたこと、さらには種麹の改良により、魅力に転じることができたのです。さらに良いものを求めようとする日本の技術者の意欲には、頭が下がります。

磨いた白い米で造る繊細な味わいの純米大吟醸が好きか、玄米で造る味の幅のある純米が好きか、好みは人それぞれでしょう。また同じ精米歩合でも、造り手によって、また使う米によって味わいは大きく異なります。精米歩合による酒のニュアンスの違いを確かめたいなら、同じ米を原料に、同じ蔵元が造った、精米歩合の異なる酒を比べ飲みしてみると面白いでしょう。

（ちくま新書より）