

## 団塊ジュニアの一杯から

新酒ん到来、日本酒の新酒の季節である。この時期は、なるべく“新酒”“しぼりたて”“生酒”が冠された日本酒を買い求めている。早生品種の酒米・五百万石を使ったものは、2017年中に新酒が出回り始めているが、年明けからは酒米の王様・山田錦を使ったものが店頭と並ぶ。個人的には純米無濾過生原酒があれば申し分ない。自分では気付いていないだろうが、売り場の品定めでにやけた表情をしているはずだ。新酒が出回る3月くらいまでは、財布のひもが緩む。

日本酒の消費量が落ち込んでいるのは、一般的な認識だろう。国税庁が毎年発表している「酒のしおり」によると、1975年度以降、バブル経済などで持ち直した時期はあるものの、清酒の販売量は減少傾向にある。2015年度の556千klは、1975年度の実に3分の1だ。一方、吟醸酒、純米酒、純米吟醸酒といった特定名称酒は伸びている。生産量で見ると、純米酒は2010年度比で約3割、純米吟醸酒は倍に増えている。要因の一つは本物・高級志向によるこだわり消費。そして、外国人需要だ。訪日外国人客数は過去最高を更新しており、2017年は3,000万人に達しようかという勢いで、旅行客の消費額も4兆円を超える見込み。東京五輪を控え、さらに外国人需要は伸びるだろう。輸出量も金額ベースでは、10年で3倍近く伸びている。

この流れは市場をさらに活性化するチャンスではないだろうか。やはり若者の開拓がカギとなろう。20代の人口は約1,200万人、その半数が月に1合飲めば13千kl。30代も加えれば、その倍以上となる。では、どのように食い込むか。今どきなら“インスタ映え”は外せない。ならば酒瓶のデザインでジャケ買いだ。瓶の色も増え、ラベルのフォントがカラフルでオシャレなものが少なくないが、もっとアピールしたい。錦鯉のデザインの酒瓶は、日本のグッドデザイン賞だけでなく、欧米のデザイン賞を総なめしているだけあって目を引く。飲むシーンでは、食前酒向けのスパークリングもあれば、ステーキ用に造られた日本酒だってある。

もちろん美味しいのが前提であるから、オジサンが試しに飲んでみようかと誘って、好みのもを見つけてもらうことが一番のアピールか。美味しいものだと分かればリピーターになる。リーズナブルなものを紹介すれば宅飲みするかもしれない。今やパック酒も大手スーパーのPBで山田錦の純米酒があるほど。お気に入りの酒器につげば、クールに映えるはず。まずは団塊ジュニアの我々がけん引せねば。

(ヤバレバ)

当コラムの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。