

(496)

(木暮) 灘における酎酒の実際について

灘における酎酒の実際について

株式会社本嘉納商店 木暮保五郎

清酒は必需品であると同時に嗜好品であるが、現状では古くからの習慣性や生産量の関係もあつて案外必需品である感じが薄く嗜好品であるという面が強いように思う。灘酒の声価は何百年に渡る幾多の変遷を経てこの嗜好面における声価を勝ち得たものである。灘における酎酒と称しても別に酎酒の方法が変つている訳では無いのであるが、一言にして申せば灘における酎酒は市場商品の酎酒であり引いては製品の出荷調整に対する技術としての酎酒にあると考えられるので問題をそれ等にしばつて話して見たい。この問題については灘酒研究会の方々より各自の会社の酎酒の方法なり御意見をお聞きしたのでここに報告致すと同時に御礼申上る次第である。

1) 灘における酎酒会の今昔

現在灘五郷においては毎年一回新酒酎酒会を行なつただけである。其の出品は各醸造工場毎一点と三増酒は各社一点で審査員は灘酒研究会員全員の約100人ですが新酒の出来栄え程度を調査するに過ぎない。昔をかえり見ると灘における審査会は秋季に行なわれた所謂西鑑式の清酒鑑定会であつてその採点方法なり、やり方は現在の一般、特級の審査にも大いに貢献していると思う、即ち当時の一般品評会における採点は50点~100点までの点数の採点法で小刻みの方法を採用しておつたのに対し、灘五郷では1, 2, 3, の三段階制であつた。所謂審査心理を除く意味より審査員をA, B 2班に分ち、同一清酒を2日間に渡り審査して1日の酎酒点数を減じて酎酒を行なつた。なお科学審査も合せて行なわれ、それによつて減点制まで行なわれたのである。

2) 灘酒の市場性

灘酒の目標は市場価値にあつていつも揃つた品質を提供することにある。従つて灘の各社は多少他の品評会には義理を欠いてもその市場価値のためには多大なる犠牲を払い、又努力しているのである。大正、昭和の初め頃大阪市内の酒類同業組合主催の市販酒の月例自由採集の鑑査会には進んで協賛もすれば各社とも真剣に競争もした。従つて其の製品には細心なる注意を払い引いては各小売店の店頭で棚ざらしにならざる様販売員は絶えず努力して歩いたものである。

第1表で示す如く灘における各社の製品酎酒の重点

第1表 製品の酎酒についてどこに重点をおくか

- | | |
|------------------|----|
| 1. 優良なものを | 5 |
| 2. 常に変らぬ品質をそろえる | 25 |
| 3. 特長を出す | 4 |
| 4. その他お考えをお書き下さい | |

は回答25社が25社ともに製品の均一性に重点をおいておるので判明する。

3) どの様な方法で酎酒をしているか。

第2表 製品清酒の品質管理にどんな方法を使つておられますか

- | | |
|---------------------------|----|
| 1. 評点法 (官能に応じた点数を与える方式) | |
| a) 標準品又は見本と比較して評点する | 12 |
| b) 標準品又は見本と比較しないで評点する | 8 |
| なお点のつけ方は 1, 2, 3 又は1, 2 法 | 13 |
| 2. 選別法 | |
| a) 見本によるもの | 10 |
| b) よらないもの | 7 |
| 3. 順位法 | |
| (よい順又は悪い順に順位をつける) | 9 |
| 4. その他 (具体的に) | 0 |

第3表 見本又は標準品について

- | | |
|-----------------|----|
| 1. 見本又は標準品はない | 3 |
| 2. 一定の見本がある | 1 |
| 3. これ迄の製品を見本とする | 20 |
| 4. その他 | 2 |

評点法、選別法、順位法各方法とも採用されており、採点方法は1, 2, 3 又は1, 2が多い。標準品又は見本はこれまでの製品を、とするものが殆んど20例であつた(第3表)。その他2, 3 見本は無いが酎者の脳裏に自社の特徴が入つて居りその感覚によるというものもある。それならばどの様にしてその特徴を頭脳に入れるかその社員教育については、

製品の社員教育について

- | | | | | | |
|---------|----|----------|----|------|---|
| 1. 教育する | 14 | 2. 教育しない | 10 | 回答なし | 1 |
|---------|----|----------|----|------|---|
- 教育するなば具体的事項を――

問題の答え方がパネル教育にふれ無かつたのと具体的に記載が少なかつたので詳細は明でないが、現在はパネルの教育は機会あるごとに行い除々に新しい手法も採り入れられつつある。我社では本年度の新酒酎酒会において社員教育の意味を含めて、従来のイ、ロ、ハ3点の順位法の他に、甘口のもの、うすいもの等の一種変つたものを入れた triangle test の如きものを数回組合せて行い酎酒能力のかん養に資した。

4) 酎酒の条件

酎酒すると心身ともに疲労を覚えるのが通例である。審査期日が数日から数十日を越える場合もあるわけで審査員としては常に心身の条件を変えない様に自ずから注意すべきであり又絶えず best condition におく様に努力せねばならない、それ等により始めて審査員自身の誤差は縮減可能であり、嗜好品審査員としての責任ははたせると思う。視覚、聴覚、触覚に比し、感覚性の低い味覚、嗅覚を主としている酎酒においては外的条件によつて支配されて居る所が大きいだけに審査員たる人は経験を活すと同時に毎年新しい情勢を知つて居らねばならない。

第4表 酎酒の条件

1. 一定の部屋でする
 - a) 酎酒室 8
 - b) 事務室 1
 - c) 実験室 12
2. 別に部屋を定めない 4

酎酒用具について

 - a) 酎猪口 25
 - b) ブランデーカップ 1
 - c) グラスカップ 0
 - d) 盲猪口 1
 - e) その他 1 特殊盃

第4表によれば酎酒は酎酒室又は実験室等のその設備のある所で酎酒を行つて居る、特に光線に注意しているのは15例で、室温を調節しているのが1例ある、なお完備した酎酒室の設定を討えている人があつた。酎酒用具については全部が酎猪口は当然として、将してその酎猪口にどの程度の関心が払われているか、私は諸方の酎酒会（一級、特級においてもしかりであるが）において実は酎猪口の不統一と申しますか、不揃いと申しますか、非常にくるいがある様に思う、例えば幾分こくみせる猪口はいつも割合色をこく見せる様である、従つて酎猪口の条件によつて大いに影響を感ずるものである。私方では酎猪口については容量は勿論、形状、重さ、なかんずく同一の色調を示すものを

採用しているが500個の内研究酎酒に耐えるものは約1/5量になつてしまうのである。

酎のやり方については

- a) 冷で 24
- b) 爛して 23
- c) 吐出して 16
- d) 実際に飲んで 10

冷で吐出すのは普通として60%の会社が爛酒で酎をし或は実際に飲んで鑑定していることは灘の酒がのむ酒であることを単的に示していると考え。

5) 製品の判断を下す「パネル」

第5表 製品等の判断を下す「パネル」はどんな構成になつていますか

社長	<input type="checkbox"/> 12		
役員 事務	<input type="checkbox"/> 12		
販売	<input type="checkbox"/> 10		
技術	<input type="checkbox"/> 15		
経験者 事務	<input type="checkbox"/> 2	合議して	<input type="checkbox"/> 16
販売	<input type="checkbox"/> 3	個人の結果を集計	<input type="checkbox"/> 5
技術	<input type="checkbox"/> 7		

パネルの人員 3人～7人

パネルは固定しているか

- いる 22 いない 2 無回答 1

パネルは普通3人～7人で社長自ずからというのも約半数あつた、技術者は調合者であり、判断者であるという形態が多い様である。なおこの決定に付いては殆んど合議制を採つている。社外の人の意見は第6表の如く殆んど問屋、小売屋の意見を徴される様である。

第6表 社外の人の意見を徴されますか

- a) 定期的にきく 3
- b) 時々きく 16
- c) 聞かない 5 無回答 1

その場合社外の人の構成は

- a) 局其他官公庁の技師 3
- b) 問屋 15
- c) 小売屋 10
- d) 消費者
 - 特定の代表的な人 2
 - ランダム 1
- e) その他 0

6) 市場高品の調査について

✓ (498)

(木暮) 灘における酎酒の実際について

各社とも定期的、不定期的に調査して自社の製品を監視し、嗜好の変遷等にも注意を払って居られる様である。

7) 物理、化学的な問題

自社製品の特徴を酎酒と同時になん等かの物理、化学的な方法で check することは困難な問題であり、将来研究を要する事であるが、これについては一般分析の他、色調、澄明度の測定以外特別のきめては示されなかつたが、私はなにか毎日、毎日の製品については将来科学的根拠を持つべきが真の管理者であると思う。

8) 市場調査 (嗜好品としての状態調査)

一般大衆の意見は如何にして調査するか、嗜好の変遷は如何にして調べるか、所謂市場調査を行なつているかどうかを見たが、

第7表 市場調査

A. 消費者の評判をどのようにして調査しますか
しない [17] する [7] 無回答 [1]

調査方法

1. 割当法 (一定の地域から定められた数だけ回答を集める) [1]
2. 典型調査 (消費者を代表する識者の意見) [2]
3. ランダム調査 [3]
4. 郵送法 (手紙を封入して回答を求める) [1]
5. 其他 [0]

B. 計画的にはしないが何等かの方法で調査する [12]

真のマーケットリサーチで無く所謂問屋、小売屋、亦特定の消費者の意見を聞かれるのが多い様であった。然し清酒の絶対量が不足の際はお酒であればよ

討 論

川崎 恒 (大阪国税局、鑑定官室) 100点満点採点法は昔灘で行われたことがあると聞いておりますがその後どうなつたのでしょうか。

木暮: それは灘ではなくて他地方での品評会の場合

かつたが現在の如く他の酒類に押される現状では各銘柄は特長を発揮せねばならないと考えるが如何なるものであろうか、それについては清酒の嗜好に対する一般大衆の意見を聞いたり、引いては需要家との好みをどの点で一致させるかは製品調合者、判断者にとつては真剣に考う可き問題である。

9) 官能審査に対する其他の問題

困難を感じる問題としパネル内の個人差の問題がある、これは酒に限らず大なり、小なり官能審査全体の問題でもあるが特に味、嗅覚にたよる酎酒においては先に述べた如く研究すべきで、パネル等の訓練はもつと組織的に行う可きであろうし、現在酎酒研究会でまとめつつある酎酒用語設定にも注意を払っている。次に本シンポジウムで論ずるには的はずれた意見であるかも知れないが一言附記せねばならないことは灘酒の製品の1ロットは70%以上は100石以上の単位であり、それに対し一級、特級の審査は罎桶単位の30石~48石位である、このため級別審査と商品の級別との合致しない点、更に銘柄の特長を出すには、やや不合理な点があり、戦時中より現在に来つた級別審査にも一考を要する時期が来たと感じられる。又アンケート中にもこの点について問題にしている人がかなり多く今アンケートの特記すべき事項をあげると次の様な5項がある。

- ① 濃度を一定にした規格審査に改正。
- ② 色沢によつて採点する傾向の是正。
- ③ 審査員一人当りの点数を少なくする。
- ④ 完備した酎酒専門の部屋を設ける。
- ⑤ 混和によつて生ずる酒質の変化を加味しての審査。

等である。

なお本アンケート作成には日本科学技術連盟官能検査部会の「わが国における官能検査実施状況調査報告」を参照させて載いた。記して御礼申し上る。

です。100点法がすたれたのは、たしか大正11年頃全国清酒品評会に灘からは不出品になつた当時、審査に関する研究が行われた結果と思います。