

日本経済新聞

7月1日

金曜日

日本酒、夏の需要喚起

百貨店・ホテルなどと涼しさPR

新潟県内の酒造各社は日本酒の販売が落ち込む夏場の需要を喚起するための取り組みを始める。吉乃川(長岡市)は日本酒を使った新しいカクテルを県内の百貨店やスーパー、飲食店でPRする。尾畑酒造(佐渡市)はホテルなどで日本酒をロックで飲むイベントを開く。カクテルやロックといった涼しい飲み方を提案し、日本酒消費の減少に歯止めをかけたいたい考えだ。



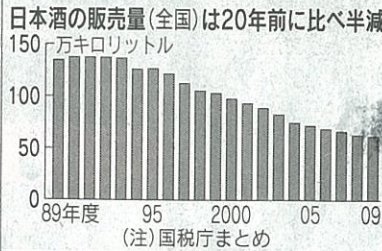
吉乃川はカクテル(写真上)を提案、尾畑酒造はロックで飲むスタイルで顧客獲得を急ぐ



吉乃川 カクテルの試飲会 尾畑 女性向けにロック

吉乃川は県内のスーパーや百貨店と協力し、日本酒をベースにしたカクテルを提案する。同社など全国の7つの酒造会社と日比谷Bar(東京・千代田)が4月から運営するバー「SAKE HALL」(東京・中央)で提供しているカクテルを県内で初めて紹介する。

スーパーでは今月からカクテルのレシピを添えて日本酒を販売する。紹介するのはトニックウォーターと炭酸水で日本酒を割った「サキニック」、トマトと細かく砕いた氷で割った「トマトミスト」



「これまで日本酒を飲まなかった人にも抵抗なく飲んでもらえる」と話す。尾畑酒造はロックで日本酒を飲む「クールスタイル」を提案し、売り上げ拡大を狙う。今月上旬に新潟市内のホテルで女性を狙い、シャンパンタ

ラスなどに砕いた氷を入れて日本酒を飲むイベントを開く。日本酒の新しい飲み方を提案し、「売り上げの谷間となる夏場のテコ入れを図る」(平

島健社長)考えだ。

八海醸造(南魚沼市)は6月中旬に発売した夏季限定の特別純米原酒「八海山」の冷たい飲み方をホームページで紹介する。よく冷やした小ぶりのショットグラスに、七氏零下12度程度に冷やした特別純米原酒を注いで飲むことを勧めている。

美の川酒造(長岡市)、お福酒造(同)、武蔵野酒造(上越市)の3社は共同で夏場に冷たいワイングラスを使って日本酒

を飲むスタイルを県内の洋食店に提案する。今年2月に初めて開催された酒文化研究所(東京・千代田)主催「ワイングラスでおいしい日本酒アワード」で3社が受賞したことを売り込む。

日本酒は熱かんなど温めて飲む人が多いため、例年冬に比べて夏場は需要が落ち込む。

各社は若い世代など日本酒をあまり飲まない客層に新しい飲み方を提案して、夏の需要を掘り起こす。