



神田和泉屋だより

天と地の恵みと
 湯い入の心で
 醸し出す
 本物の酒

お酒の話

お酒の表現

「新緑の丘を渡るさわやかな風のように」というワインの表現の文学的すぎるものも訳が分からず困りものですが、日本酒の表現も私たちの日常生活の言葉とかけ離れた専門用語（業界用語）で「幅のある」とか「ひね香」などなど、これも困りものです。もっとも日本酒では「うまい!」「上等」などという言葉しか消費者が使わなかった時代が長く、お酒の表現用語は酒蔵さん、杜氏さん、酒造指導官や醸造学の先生の間の符丁のようなものでした。生酒の香りも「麴鼻（こうじばな）」で済んでいたわけですが、最近では消費者がこの世界に参加してきたので「南国のフルーツのような香り」などというように、言葉で

感じを表現する必要が出てきました。一時代「お酒の評論家」を自称するひとたちが地酒を発掘し、旨い酒百選」などを出版し、一世を風靡しましたが、この時代もお酒の表現は業界用語、それが「プロの表現」でした。いずこの世界も同じなのでしようが、やがて金まみれの「ちようちん記事」は消費者からそっぽを向けられ、評論家は今は影を潜めました。この世界のほんとうの専門家は国税庁の鑑定官の先生方でしょうが、国家公務員であるために「論文」は出しても「本の出版」というわけにもいきません。また仮に出たとしても業界用語が公用語?ですから、消費者にはわかりにくい言葉となるに違いありません。そして今「ワインのソムリエ」たちがこの役を担当?しています。

日本の消費者が信頼するのは「有名人のひとこと」です。テレビや雑誌に登場するソムリエは日本では「味の神様」です。日本酒の業界からも「日本酒の復権」のために力添えを依頼され、この世界から「利き酒師の資格」なるものも登場。「新しいお酒の分類と表現」も発表されました。薫酒、爽酒、醇酒、熟酒などという言葉も誕生。香りの高い低い、味が濃い薄いを縦横軸にした分類です。ワインのように「甘い辛い」「軽い重い」という実に今の人たちにもわかりやすい表現です。しかし実際にお酒に当てはめてみますと、なかなかワインのようにはいきません。特に伝統的なまともな大吟醸などはどれにも該当せず、「ワインのような日本酒」バイオ酵母を使用した香りだけプ

ンプンの「インチキ大吟醸」にしか適用できないなど、かなり無理があります。この様子だと日本酒の表現の完成まではまだまだ時間がかかりそうです。