

# 畑で芽生えた発想、実る

## 農業法人八千代伝酒造

【鹿児島11面関連】 八木健太郎社長が振る農業法人八千代伝酒造。原料サツマイモの製法特許は、サツの自社栽培を進めるにマイモの潜在力を2カ月 つれて、原料に対して「吊るし」で引き出 様々な気付きがあった。その一つに、芋は穀類で同業蔵元や醸造技師の関 はなく、根菜であるとい うこと。ブドウと類似す

る性質があり、鮮度の可 も放置すれば腐る。「芋 能性を自分自身の汗で 知った。そして糖化熟成 させることができれば、 貴腐ワインやアイスワイ ンのような原料を作り出 すことができるのではな いか。畑作業をしている 時にふと思いついた。」 普通、生芋を2カ月

も放置すれば腐る。「芋 は内部酵素が死ぬと腐 る。収穫時に打撲などス トレスを与えると酵素活 性が低下し腐りやすくな る。」よって吊るし芋づ くりは畑から始まる。傷 が付かない青果用のハー ベスタ、小分けのキャ リケース、滅菌ハサミ など繊細の配慮で収穫す る。独自のノウハウで育て る吊るし芋は、腐らせて しまった軟腐芋とは別物 だ。「熟成と腐れは相反 する」。

## 「つるし八千代伝」「Crio クリオ」製法で特許

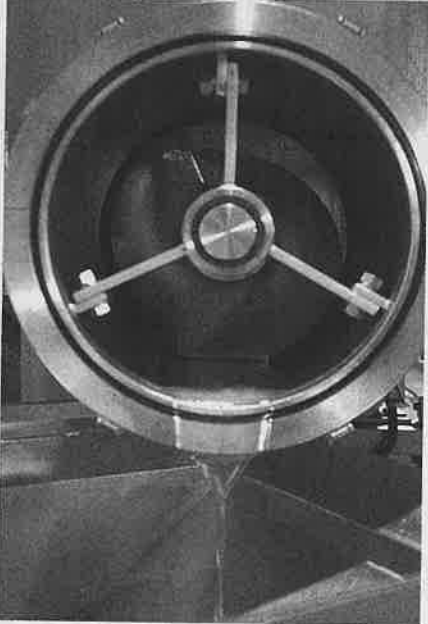
成させ糖度を「オ」を取っている。高め、それを 醸される芋焼酎の成分 焼酎の原料芋 を分析すると驚異的なこ ととして使用す とがわかった。「甘い香 る。芋蒸し後、 味にはイマセノンが大量 芋の蜜が溢れ 貢献している。芋焼酎 出てきて、そ にしかない特徴香成分 の蜜様の香味 で、本来微量にしか含ま れない。両銘柄において し、蜜様・花 はこの成分が、従来の焼 様・紅茶様の 酎と比べ8倍も生成され 甘い香味のあ ている。また花様・紅茶 する芋焼酎に 様の華やかな香りには なる。収穫時 ローズオキサイドやエス の芋の糖度は テル類が大きく貢献して 大体どの品種 いる。」

2013年、研究に着 手。「糖化熟成に幾度も 失敗し芋を廃棄すること を繰り返しながら、糖蜜 熟成のノウハウを独自に 構築した。今では熟成 期間中の腐敗率は全量の わずか0.5%のレベル にまで達している。」

蔵元では、 もっと農へ還る。今年 その糖蜜熟成 度からは麹米の栽培も。 芋を使用した 新時代令和を拓く新たな 焼酎を新プラ 挑戦だ。収穫米は、全量 ンド Moon 自社栽培かつ全量特定裁 シリーズと 培(除草剤・殺虫剤不使 して立ち上 用)のペニハル力で仕込 げ、2011 年 Farmer's bottle「マー 6年から「つ り」に使用予定。 るし八千代 今期、芋の自社栽培は 伝」17年か 10町歩(10ha)に及ぶ。 ら「Crioクリ つるし・クリオ用の紅ハ



焼酎原料用の芋を吊るす様子＝鹿児島県垂水市「猿ヶ城深谷蒸溜所」



吊るし糖化熟成させた芋を蒸すと蜜が溢れ出す

## バーテンの世界大会 日本代表は吉田さん

キリン・テイアジオは、バーテンダーの世界大会へ出場する日本代表を決める「ワールドクラス2019」を7月3日、4日の2日間にあわって開催した。

「ワールドクラス」は今年で11回目を迎え、世界約60カ国の国と地域から約2万5000人が参加する大会で、世界中のバー文化と価値を高め、使用。レシビも昨年のモノをアップデート(更新)したという。



お酒の楽しさ、すばらしさを伝えていくことを目的に開催されている。今年、日本の代表は、予選を勝ち抜いた10人が「タンカレナバーテン」のシトラスハート表現したロング

とシートの2種類のカクテルを作る「タンカレナバーテン」や、6分間で7種類のカクテルを作成する「スピード&テイストチャレンジ」など4つの競技が行われ、ホテル

ニューヨークの2種類のカクテルを作る「タンカレナ」の吉田宏樹さんが優勝した。優勝した吉田さんは日本代表として9月にスウェーデンで開催される世界大会に挑むことになる。

熱中症予防啓発冊子は、小学校の保健指導の一環として、小学校の先生から生徒への啓蒙活動として活用している。対象地域は46都道府県(沖縄県除く)で、冊子配布数は合計約30万部を予定している。全国の小学校への熱中症予防啓発冊子の配布は、今年が初めての取り組みとなる。7月9日には、尼崎市の尼崎市立立花小学校で熱中症予防啓発活動を行った。保健指導の授業の中で福本里佳主幹養護教諭は、小学生たちにクイズ形式で熱中症の怖さや対策などを分かりやすく教えるとともに、熱中

熱中症にならないようにしたい」とコメントした。また福本主幹養護教諭は、「近年、小学校でも熱中症予防に対する意識は強くなっている。今回は熱中症予防啓発冊子も活用することで、子供たちも楽しく学べたと思う」と語った。

同社マーケティング部商品担当の近藤由布子氏は、「当社では、『世界のKitchenから』のルティライチを美味しく熱中症対策になる商品としてアピールしている。毎年同商品のサンプリングなどを通じて、熱中症予防啓発活動を行っているが、今年から子供