

機 関 名	総合食品研究センター	課題コード	H271201	事業年度	H27 年度 ~ H29 年度		
課 題 名	ちがいの分かる秋田ブランド純米酒の高品質化に関する研究						
機関長名	熊谷 譲	担当(班)名	酒類グループ				
連絡先	018-888-2000	担当者名	主席研究員 渡邊誠衛				
政策コード	1	政策名	未来の交流を創り、支える観光・交通戦略				
施策コード	4	施策名	秋田の食の魅力の磨き上げと県外への販路拡大				
指標コード	1	施策の方向性	市場ニーズを先取りした秋田オリジナル商品開発				
種 別	重点(事項名) 秋田独自の発酵技術を活用した新商品開発に関する研究				基盤		
	研究	○	開発	○	試験	調査	その他
	県単	○	国補		共同	受託	その他

評 価 対 象 課 題 の 内 容

1. 研究の概要

本課題は、平成26年に終了した課題「酒造適性を有する多収穫米の開発と秋田ブランド純米酒」と「海外市場を視野に入れた常温流通の純米酒・吟醸酒の開発」の結果を基に、より秋田県の遺伝資源、伝統性、地域性を活用して商品の多様化と高品質化を行い、首都圏や海外への市場販路拡大を目指すものである。具体的には、3本柱で進めて行く。1つめは、本県の秋田流・花酵母(AK-1)や秋田蔵付分離酵母、香りの変化しにくい酵母や、県独自の麹菌・乳酸菌などの秋田の遺伝資源を活用して伝統的製造法との融合により、独自の秋田生酏ブランド純米酒を確立する。2つめは、前課題の成果である流通耐性技術を活用した高品質純米酒の技術移転と、海外市場への普及を行う。3つめは、地域ブランドの強化として、農業試験場との連携により新酒造好適米の開発を行う。酒米開発には、即効性・スピード感が求められることから、過去の育成系統を含めて地域性を高めた高品質秋田ブランド純米酒を確立する。

2. 課題設定の背景(問題の所在、市場・ニーズの状況等)

国内では、震災復興やJR東日本DCキャンペーン、一方海外では、和食の無形文化遺産登録や國酒の海外輸出プロジェクトなど、清酒を後押ししている背景の中、全国で地域ブランドの取り組みが行われている。本県においても酒類の秋田ブランド化を推進しているが、秋田県の優れている遺伝資源・地域性・伝統性が十分に消費者に浸透しているかが疑問である。秋田の山内杜氏の伝統的造りを基礎として、本県で開発した微生物遺伝子資源を活用した秋田のブランド力の強い清酒が求められている。また、これまで秋田にはなかった地域性を強化した酒米の開発が求められている。追い風が吹いている秋田県の清酒業界として今がチャンスととらえており、清酒業界からのニーズも大きい。今こそ本県の優れた遺伝資源・伝統性・地域性を地域ブランドとして確固たるものとして確立し、国内外に発信する必要がある。

3. 課題設定時の最終到達目標

①研究の最終到達目標

秋田流・花酵母(AK-1)を含めて、酸組成に特性を持つ酵母や、優良な乳酸菌や麹を活用し、伝統的手法である生酏との融合により、本県独自の生酏純米酒を開発する。また、「AKITA雪国酵母」の純米酒の商品力を高め、県内から首都圏、日本から世界へと販路拡大を目指す。さらに、秋田の地域性をアピールできる酒米を農業試験場と連携し開発する。

②研究成果の受益対象(対象者数を含む)及び受益者への貢献度

本県の優れた微生物遺伝資源・伝統的製造法を蔵元で活用し、純米酒を多様化し、秋田地域ブランドとして県外や海外に発信・販売することにより、県内33の蔵元の活性化と県内食品業界への振興に大きく貢献することから受益者への貢献度は高いと考える。

4. 全体計画及び財源 (全体計画において ≡ 計画 ≡ 実績)

実施内容	到達目標	27	28	29	年度	年度	(最終年度)
		年度	年度	年度			
微生物遺伝資源と伝統的製造法との融合による新秋田生酏ブランド純米酒の開発	酸組成と香気生成に特徴を持つ微生物遺伝資源を活用した新たな生酏純米酒の開発						
流通耐性技術を活用した純米酒の開発と国内外への普及	香りの変化しにくい酵母を活用した純米酒の販路拡大						
原料米開発による地域ブランド純米酒の開発	新酒造好適米1品種以上開発し、実用化を目指す						
							合計
計画予算額(千円)		2,000	1,500	1,000			4,500
当初予算額(千円)		1,391	836				2,227
財源内訳	一般財源	1,391	836				2,227
	国 費						
	そ の 他						

<p>観点</p> <p>1. ニーズの状況変化</p>	<p>● A ○ B ○ C ○ D</p> <p>[自己評価] 海外市場の全国の清酒輸出数量はここ10年間で約2倍に伸び、今後も伸びることが予想され、輸出促進に向け国を挙げての取り組みが行われている。世界コンテストであるインターナショナルワインコンテスト(IWC)で優秀な成績を上げている本県にとっては、海外における和食ブームを背景に、TPPを含めた自由貿易が進展する中で、輸出は本県の日本酒業界にとって大きな大きなチャンスであり、輸出促進は、課題設定当初と同じく大きなニーズとなっている。</p> <p>[内部評価] ・海外の和食ブームを背景に日本酒の輸出量は順調に伸びている。反面、国内需要は低迷している。秋田県は、全国4位の製造量があるので、これを輸出に向けてというニーズは非常に高いと考える。</p> <hr/> <p>A. ニーズの増大とともに研究目的の意義も高まっている C. ニーズの低下とともに研究目的の意義も低くなってきている</p> <p>B. ニーズに大きな変動はない D. ニーズがほとんどなく、研究目的の意義がほとんどなくなっている</p>												
<p>2. 効果</p>	<p>● A ○ B ○ C ○ D</p> <p>[自己評価] 清酒の消費低迷時期ではあるが、県内食品製造業の総出荷額に占める清酒の割合は大きく、その中でも純米酒や純米吟醸酒は需要拡大の可能性が残っている。平成28年のIWCでは、すでに本県の純米酒の高品質化の効果として純米酒・純米吟醸酒でトロフィーを受賞するなど、国際的ステータスが高まってきている。今後、海外市場を見据え、平成32年まで県産酒の輸出比率を全国レベルまで1.5%の増加(H25:1.1%→H32:2.6%)を目指す。加えて国内では、本県の純米酒・吟醸酒比率の10%の増加(H25:22.3%→H32:32.3%)を目指す。</p> <p>[内部評価] ・常温輸送でも香りが変化しにくいという効果は輸出にとって大きなメリットであるが、最終的に他県の日本酒に対する優位性が定量的に分からない。</p> <hr/> <p>A. 大きな効果が期待される C. 小さな効果が期待される</p> <p>B. 効果が期待される D. 効果はほとんど見込めない</p>												
<p>3. 進捗状況</p>	<p>● A ○ B ○ C ○ D</p> <p>[自己評価] 県内外の蔵元の生酏造りの情報収集を行い、乳酸菌数十株を分離した。輸出関連では、香りの変化の少ない“AKITA雪国酵母(UT-1)”と“UT-2酵母”を開発し、“AKITA雪国酵母”の特許と商標を出願した。H27BYには、“AKITA雪国酵母”は13社、“UT-2酵母”は5社で実用化され、東京、大阪、シンガポールで販売促進活動を行った。原料米関連では、好適米“秋田酒120号”の試験醸造を行った。また、鮮度保持技術を活用した、“ぎんさん”の「香り爛漫 純米酒」が商品化された。</p> <p>[内部評価] ・AKITA雪国酵母とUT-2酵母は多くの生産者に普及している。好適米も現場試験醸造につながり、鮮度保持技術を使った商品も開発された。・AKITA雪国酵母による良質な酒の醸造支援に期待したい。</p> <hr/> <p>A. 計画以上に進んでいる C. 計画より遅れている</p> <p>B. 計画通りに進んでいる D. 計画より大幅に遅れている</p>												
<p>4. 目標達成阻害要因の状況</p>	<p>● A ○ B ○ C ○ D</p> <p>[自己評価] 「秋田流・花酵母」や、酒造好適米「秋田酒こまち」を始めとして、秋田県酒造組合や県内酒造業界とは十分な連帯と実績があり、技術移転を含めた実用化の可能性は高いと考える。現に、酒造組合の協力により、東京や大阪の展示会で“AKITA雪国酵母”の清酒を大いにアピールすることができた。また、うまいもの販売課の“クールアキタ事業”が、海外への販売促進に向け大きな力となっており、目標達成のための阻害要因は見あたらない。</p> <p>[内部評価] ・国内・海外での販売促進活動を行っている。</p> <hr/> <p>A. 目標達成を阻害する要因がほとんどない C. 目標達成を阻害する要因がある</p> <p>B. 目標達成を阻害する要因が少しある D. 目標達成を阻害する要因が大いにある</p>												
<p>総合評価</p>	<p>● A 当初計画より大きな成果が期待できる</p> <p>○ B+ 当初計画より成果が期待できる</p> <p>○ B 当初計画どおりの成果が期待できる</p> <p>○ C さらなる努力が必要である</p> <p>○ D 継続する意義は低い</p>												
<p>評価を踏まえた研究計画等への対応</p> <p>国内外で秋田の清酒の評価が高まっている中、國酒としての日本の文化・伝統的な製造法である秋田生酏ブランド純米酒の開発は、乳酸菌の解析を含め、より早期に現場への技術移転を図っていくためにはスピード感を持って進める必要がある。</p> <p>輸出向けの“AKITA雪国酵母”の清酒は、今後需要が期待されることから、商品増産のための蔵元への技術移転の推進と、鮮度保持技術による高品質化を加速していく。県が一体となって海外向けの酵母と商品の開発を進めているのは本県だけであり、優位性は大きいと考える。国内では関西圏にも販売活動を展開しており、次のステージとして、関連機関が一体となって海外への販売を促進して、県産酒の輸出量の拡大につなげていく。将来的には、海外においても本県の優位性の高い商品として構築していく計画である。</p> <p>原料米関連では、実用化された“ぎんさん”の高品質化と商品化に向けた技術支援の推進と、好適米“秋田酒120号”の現場試験醸造を検討し、実用化に結びつける計画である。</p>													
<p>(参考) 過去の評価結果</p>	<table border="1"> <tr> <td>事前</td> <td>中間(年度)</td> <td>中間(年度)</td> <td>中間(年度)</td> <td>中間(年度)</td> <td>中間(年度)</td> </tr> <tr> <td>B</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	事前	中間(年度)	中間(年度)	中間(年度)	中間(年度)	中間(年度)	B					
事前	中間(年度)	中間(年度)	中間(年度)	中間(年度)	中間(年度)								
B													