

二升五合

2024年 秋号

◎飲食業の倒産動向 (2024年上半期)

飲食業の倒産が増勢を強めている。2024年上半期の飲食業倒産(負債1000万円以上)は493件前年同期比16%増、前年同期424件)で、2年連続で過去最多を更新した。現在のペースで推移すると、年間では初めて1000件超えとなる可能性も出てきた。業種別では、「バー、キャバレー、ナイトクラブ」(前年同期比161%増)と「すし店」(同157%増)が前年同期の2倍以上に増加した。これらの業態では、繁華街の人流回復や好調なインバウンド需要の恩恵を受けている。だが、コロナ禍で傷んだ事業者は、財務改善や過剰債務の解消が困難なまま、人件費、光熱費などの上昇を受け淘汰が進んでいる。「新型コロナウィルス」関連倒産は244件(同15%減)で、飲食業倒産に占める割合は49%と5割を下回った。一方、食材やエネルギー価格上昇などによる物価高倒産は32件(前年同期比45%増、前年同期22件)、人手不足関連倒産は28件(同33%増、同21件)と、それぞれ集計開始以来の最多を更新した。原因別では、「販売不振」が最多の430件(前年同期比23%増)だった。次いで、「事業上の失敗」が233件(同91%増)、「既往型倒産(既往のシフ寄せ+販売不振)の順」。「不況型倒産(既往のシフ寄せ+販売不振+売却金等回収難)の構成比は90%(445件)で、上半期としては3年ぶりに9割を超えた。自治体などの積極的な創業支援を背景に、飲食業は参入しやすい環境が続いているが、コロナ禍の収束で人流や客足が戻り、飲食業の集客や売上は回復傾向にある。だが、歴史的な円安による物価高やエネルギー価格の上昇、人件費高騰などが収益を圧迫している。コロナ関連支援策など息づいてきた過小資本の飲食業者は少なくない。だが、客離れを懸念して、押し寄せる物価高への対抗策としての値上げ(価格転嫁)も十分に進んでいる中、小・零細規模の事業者を中心にした飲食業倒産は、引き続き高水準での推移が見込まれる予想である。

◎低アルコールビール

「ドライクリスタル」というビールをご存じでしょうか。昨年10月にアサヒビールから発売された度数3.5%の軽めのビールです。「ビールが好きだけど、あまり酔いたくない」「飲んだ後もパフォーマンスを維持したい」という方をターゲットに作られたそうです。実は似たようなビールは他にもあり、アメリカの「パドライト」やインドネシアの「ピタンクリスタル」、それから国内でも1980年に「キリン ライトビール」という同じ度数3.5%のビールが発売されていました。当時はあまり需要が無かったのか、終売になってしまったようですが今の時代には合っているのでは。普通のビールに比べるとカロリーも低く、最近お腹が気になる筆者も自宅で愛飲している銘柄なので、ぜひ定着して欲しいなと思います。



◎トレンド発信

業務用を中心に日本酒ハイボールの需要が高まっています。喉ごしの良さや爽快感、低アルコールで人気のハイボール、若者や女性といった幅広い層に人気があります。「とりあえずハイボール」という方も多いです。日本酒ハイボールとは、日本酒1に対しソーダ2の割合で割った飲み物でレモンなど入れないのが一般的です。これまでの日本酒の飲み方といえば冷酒や熱燗でしたが、従来とは異なる飲み方提案となります。料飲店にとっては原価率の低減、飲み手のとっては爽やかさと味の両立を兼ねます。日本酒はアルコール度数が高いので苦手という方へ、自分好みの度数に変えられ何杯でもいけます、と選んでもらえる可能性があります。「とりあえず SAKE ハイ」が定番になる日が来るかもしれません。



「ドライクリスタル」というビールをご存じでしょうか。昨年10月にアサヒビールから発売された度数3.5%の軽めのビールです。「ビールが好きだけど、あまり酔いたくない」「飲んだ後もパフォーマンスを維持したい」という方をターゲットに作られたそうです。実は似たようなビールは他にもあり、アメリカの「パドライト」やインドネシアの「ピタンクリスタル」、それから国内でも1980年に「キリン ライトビール」という同じ度数3.5%のビールが発売されていました。当時はあまり需要が無かったのか、終売になってしまったようですが今の時代には合っているのでは。普通のビールに比べるとカロリーも低く、最近お腹が気になる筆者も自宅で愛飲している銘柄なので、ぜひ定着して欲しいなと思います。



飲み方を、もっと自由に、
もっと自分らしく。

業務用を中心に日本酒ハイボールの需要が高まっています。喉ごしの良さや爽快感、低アルコールで人気のハイボール、若者や女性といった幅広い層に人気があります。「とりあえずハイボール」という方も多いです。日本酒ハイボールとは、日本酒1に対しソーダ2の割合で割った飲み物でレモンなど入れないのが一般的です。これまでの日本酒の飲み方といえば冷酒や熱燗でしたが、従来とは異なる飲み方提案となります。料飲店にとっては原価率の低減、飲み手のとっては爽やかさと味の両立を兼ねます。日本酒はアルコール度数が高いので苦手という方へ、自分好みの度数に変えられ何杯でもいけます、と選んでもらえる可能性があります。「とりあえず SAKE ハイ」が定番になる日が来るかもしれません。

豊かな樽熟成の香りと、心地良いスモーキーさが広がるモルトの香り。飲み口はスムーズでありながらコクが感じられ、熟した果実の甘さをビートのビターが引き締める。柔らかなオークを伴う甘い余韻が特徴です。

希望小売価格も5000円1・2000円とリーズナブルな価格帯です。(アルコール度数は48度です)。

ウイスキー業界に新しい流れが作れるか、期待したいところだ。



◎今日使いたい『酒の雑学』

・皆さん大好きお酒！様々な種類がある中その価格も幅広く、中には高額なものもございます。じゃあ世界で一番高額なお酒って？液体を一括りにすると高額なものは様々。例えば人の血液 1L 4.5万円、カプトガニの血液 180万円、キングコブラの毒 1L 450万円。これらが高い理由は医療に役立つからですが、嗜好品であるお酒はどんなもんなんじゃないと。世界で最も高額なお酒は「ピリオネア・ウォッカ」というウォッカで、価格は約5億4,000万円(1ドル144円換算)。ろ過するためのフィルターがすごく、まず氷、次に北産産カバノキの炭、最後にダイヤモンドなどでできた砂を通り完成です。そしてダイヤモンドが散りばめられた、プラチナとロジウム入りのクリスタボトルに入れて販売となります。飲まずとも一度見てみたいですね。ちなみに世界一高額な液体はオプトサソリの毒で1L 11億円です。



日本国内でも「若者」のアルコール離れがより一層注目され、日本酒のジャンルでは今年の夏、ころからソーダ割りでの飲酒の普及が始まり「低アルコール化とソーダ割り」に着目されている。

今後は日本含めて、1杯でよりアルコールを楽しむという市場が増え、益々、アルコール飲酒の仕方も変わる時期に来るのかと思われる。

また、パリオリンピックでも会場ビールなどアルコールを飲むことができず、アルコール市場の縮小の1つになってしまったのかと思われる。

企業ロゴ「NIKKKA WHISKY」と同じ書体の「N」をボトル中央に堂々とあしらった、フロンティアスピリットをダイレクトに表現。キャップシールに施したニッカエンブレム、瓶の裏面に彫られたしめ縄は、創業者・竹鶴政孝から継承される、ニッカのウイスキーづくりにかける想いを表現しています。

力強い風味の余市モルトをキーモルトに採用した、薫り高くスモーキーな味わいが特徴のブレンデッドウイスキーです。

モルトウイスキーのブレンド比率を高め、ノンチルフィルター製法で仕上げること、風味豊かな味わいを実現しました。



◎ヤマロク NEWS

～ひやおろし続々入荷中！～

◆「ひやおろし」とは？

「ひやおろし」とは、春に搾ったお酒に一度だけ火入れを行って、夏の間に熟成させてから出荷するお酒のことです。通常、日本酒は貯蔵前と出荷前の2回、火入れと呼ばれる加熱処理が行われます。2回火入れのお酒は口当たり滑らかになりますが、あえて1回火入れにする事によって生の味わいも堪能出来ます。

◆「ひやおろし」と「秋あがり」の違い

「秋あがり」というのは厳密に言うとお酒の種類ではなく、お酒の状態を指す言葉です。春に搾ったお酒が夏を越して秋になり、旨味がアップした状態を「秋あがり」と呼びます。反対に熟成がうまくいかず、おいしいお酒にならなかった場合は「秋落ち」と呼ばれるようです。

