



11月号をお届けします。執筆時点では、夏の暑さが去り、秋らしいさわやかな気候になってきました。通勤途中では、夏の名残の百日紅の花がまだ咲いていますが、真っ赤な彼岸花が咲き終わり、あちらこちらから金木犀の甘い香りがただよってきます。

東京では、新型コロナウイルス感染が依然として高いレベルで推移していますが、感染防止に配慮しながらも、日常生活や経済活動は徐々に復旧しているように感じられます。通勤電車も、コロナ以前ほどではないにしても、かなり混むようになってきました。非常事態宣言以降、通勤電車の遅れはほとんどなかったのですが、最近では安全確認等で時々遅れるようになりました。雨の日には、自転車通勤の人も電車に乗るためか、コロナ以前と変わらないような混雑となります。

10月9日に発表された8月分の家計調査報告によりますと、8月の消費支出は前年同月比6.9%の減少となっており、7月の7.6%減少に比べてほとんど回復していませんでした。コロナ第2波の影響が出ているようで、外食代は前年同月比33.4%の減少（7月は26.7%の減少）、そのうちの飲酒代は前年同月比64.7%の減少（7月は54.0%の減少）と悪化しています。しかし、10月1日からは、GoToトラベルキャンペーンの対象に東京都が加えられ、週末には各地の観光名所がにぎわっている様子が報道されました。Go To イートキャンペーンも開始され、低迷している外食にお客様が戻ってくるのか、注目されます。

10月1日から酒税の税率が変更されました。ビール類では、ビールが減税となり、新ジャンル（第3のビール）が増税となりました。発泡酒は今回は据え置きでした。巣ごもりの影響で、消費が減っているビールが減税となり、消費が伸びている新ジャンルが増税となったわけです。増税前の駆け込み買いも多かったようですが、中には勘違いして減税となるビールを買い込んだ人もいたようです。また、日本酒とワインではワインの方が税率が低かったのですが、今回、日本酒は減税、ワインは増税となり、税率の差が縮まりました。3年後には同一税率になることが予定されています。今後、酒類の消費動向にどのような影響があるのでしょうか。

本年度に醸造協会が計画していた各種セミナーは、コロナ禍のために軒並み中止となってしまいましたが、第106回の清酒製造技術セミナーが9月16日（水）に開催されました。今回は、醸造協会に隣接する赤煉瓦酒造工場（旧醸造試験所第一工場）を会場として、十分な感染防止対策をとるため、参加者を会場定員の半分以下としましたが、結果的に15名の参加者がありました。午前部のご講演は、㈱フロンティアエンジニアリングの星野明氏による「ジュール加熱式殺菌装置による火入れについて」、吉備国際大学農学部醸造学科の井上守正氏による「上田流麴造りの実際」でした。午後部は、熟成古酒（古酒、長期熟成酒）特集としまして、下越酒造㈱「麒麟」の佐藤俊一氏による「熟成古酒の魅力（弊社の熟成古酒の取り組み：淡熟タイプから濃熟タイプへ）」、長期熟成酒研究会会長で㈱本田商店「龍力」の本田眞一郎氏による「長期熟成酒研究会の活動と100年貯蔵酒のその後」のご講演がありました。その後、赤煉瓦酒造工場（100年貯蔵酒）の見学があり、解散となりました。今後もコロナウイルスによって、対面形式での開催が困難となったり、参加をためらう方がいらっしゃる状況が続くことが予想されます。来年の各種セミナーでは、リアルタイムでのオンライン配信やビデオ映像のオンデマンド配信などの方法で、会員の皆様にタイムリーな情報をご提供できるように努めていきたいと考えております。

また、醸造協会では、10月1日から協会の製品、出版物、セミナーなどに関する情報を提供するために公式Twitterを開始しました。アカウントは「@jozo\_kyokai」です。従来これらの情報は、主にホームページと協会誌で提供してまいりましたが、SNSの普及が著しいことから、Twitterでの情報提供を始めたものです。興味を持たれた方は一度アクセスしてみてください。