

地域と共生するFFG

く る め や
久留米焼きとり

に ほん しゅ かい はつ
日本酒開発



「久留米焼きとり日本酒 宵火」お披露目会にて(2025年7月1日撮影)

100年先も

串を囲んで酌み交わしたい

「久留米焼きとり日本酒 宵火」が誕生

2025年3月、文化庁から「100年

フード・未来の100年フード部門」に認

定された久留米焼きとり。この節目を記

念し、IZUMIYA株式会社・堤準也氏、

株式会社山口酒造場・山口哲生氏、スタジ

オロジック株式会社・古田紀久郎氏の3名

で結成された久留米焼きとり日本酒開発

チームによつて、「久留米焼きとり日本酒

宵火」が誕生しました。日本酒の開発に

至った経緯とこれからの久留米への想いに

ついて、チームの一人であるIZUMIYA

株式会社常務取締役の堤氏にお話を伺い

ました。

古くから地元を支えるソウルフード

「久留米焼きとり」

久留米焼きとりは、戦後の屋台文化から久留米に根付くローカルフードのひとつ。まちの人々にとつては子どもの頃から口にする馴染みの味で、運動会の打ち上げや家族の誕生日会などでも、ファミリーレストランのように焼きとり屋さんに集まります。久留米市内には焼きとりを出す店が約200軒あるといわれており、人口1万人あたりの焼きとり店の数が全国で一番多いまちとして、「焼きとり日本一」を宣言しています。久留米焼きとりといえば、なんといっても「ダルム」と呼ばれる豚の直腸です。「小さい子どもも食べるの?」と驚かれるかもしれませんが、ボイルを施し、しっかりと下処理を

しているので問題ありません。昔から医学部生が多いため、食材が「ダルム」や「ハルツ（心臓）」などの医学用語（ドイツ語）の呼称で広まっている点や、「串に刺して焼いたらなんでも焼きとり」ということで、「鳥」という漢字は使わずに「焼きとり」とひらがな表記をしている点も特色です。

私は、2003年に発足された「久留米焼きとり文化振興会」に所属しており、今年の9月で23回目の開催となる「久留米焼きとり日本一フェスタ」などを通して、久留米焼きとり文化の啓蒙活動を行っています。

久留米焼きとりが文化庁から「100年フード」に認定された際は、振興会をはじめ、日頃から



IZUMIYA 株式会社 常務取締役 堤 準也 氏

久留米焼きとりに関わっている仲間と喜び合いました。認定を受けたことで、「100年フード」としての認知度を上げていきたいと思いましたが、久留米市民の方々には「これから100年先にも残したい食文化」として地元の食が選ばれたことに、誇りや愛着を持つてほしいと思っています。

「焼きとり×日本酒」の新たな挑戦に向けて

実は、100年フードに選ばれることには確信があったため、認定を受ける前から今後のさらなる啓蒙活動に向けて何かできることはないかと構想を練り始めました。そこで、元々親交のある山口酒造場の山口氏やスタジオロジックの古田氏にお声をかけ、このプロジェクトを立ち上げました。

さらに、世界最高峰のワイン資格「マスター・オブ・ワイン」を持つ大橋健一先生おおはしけんいちにも監修していただけることとなり、これまでにない国際的な視点を取り入れた「焼きとりと日本酒のマリアージュ」をめざして、新しい日本酒の開発をすることとなりました。ペアリングを検討するにあたって、久留米焼きとりにあう日本酒選びに本気で向き合いたいと考え、既存のお酒を掛け合わせるのではなく、一から新しいお酒を作ることになりました。

そもそも焼きとりと日本酒というのはあまり馴染みがないかもしれません。皆さんが焼きとりと聞くと想像するお酒は、ビールやハイボールなどでしょうか。実は、これらのお酒には食べ物のお油を洗い流すという役割があります。一方、今回開発した日本酒やワインに代表される醸造酒には、相乗効果で食べもののおいしさを際立たせる・加速させる、という役割があるのです。今回はこちらの効果を狙い、焼きとりとお酒をかけ合わせることによつて、そのどちらもが本来持つ味わいを広げることができ、食の新体験をご提案しています。発売前に各種テレビ局や新聞社を通じたメディア発表を行ったのですが、どこで買えるのか、予約はできるのかなどのお問い合わせを多くいただき、ありがたいことに現在は完売している状況で、次回は秋口からの販売を予定しています(2025年10月時点)。



「久留米焼きとり日本酒 宵火」のお披露目会での記念撮影(左からIZUMIYA・堤氏、山口酒造場・山口氏、スタジオロジック・古田氏)

世界に通用する

「薄濁りと微炭酸」の日本酒

日本酒を一から造るにあたって、その新しさも大切ですが、根本となるのは蔵の味わいそのもの。山口酒造場の「庭のうぐいす」が持つ酒質を保つことも重要です。打ち合わせの期間は蔵で全てのお酒のテイスティングを実施し、ベースとなるものを選定しました。その後、大橋先生と実際に焼きとりを食べながら最適な味わいを探り、10回以上の試行錯誤を重ねながら完成をめざしました。

日本酒は基本的に火入れをしますが、焼きとりの味と油に負けないポリウムを持たせるためにも「宵火」は生酒で製造しました。「宵火」を提供している焼きとり屋さんからも多くのご好評を頂いており、年間を通して生酒を楽しんでいただけるよう通年販売することを検討しています。初回モデルの良さをそのままに、さらに改良を重ね、より多くの方々に「宵火」を楽しんでいただきたいです。

また、ダルムや豚バラ、野菜の肉巻きなど久留米焼きとりのなかでも人気の食材である「豚」は、油が乗っており、味が濃いたが特徴。濃厚な旨味に負けないように、しっかりと味のポリウムが出る薄濁りの微炭酸を選びました。日本酒ならではの華やかな香りとポリウムのある味わいを楽しんで

もらうためにも、しっかりと冷やしてワイングラスで飲むことを推奨しています。発売前に社員と完成した「宵火」を焼きとり屋さんで味わったのですが、一番マッチしたと感じたのはダルムでした。

その一方で淡白な魚や野菜など、なんでもありの「焼きとり」だからこそ、合わせたい食材が多いことや、タレと塩でも味わいが大きく異なることには少し苦労しました。あつさりした味わいの食材にも合うよう、酸を上げて後味をピリツと辛口に仕上げる工夫をしています。また国際的な視点から見て海外の方に楽しんでいただくためにも、微炭酸の薄濁りは必須条件でした。ランドマークには乏しい久留米ですが、インバウンドの方々にとって「焼きとりを食べに久留米に行こう」「焼きとりにある日本酒を楽しみに行こう」と久留米を訪れるきっかけになることを願っています。

食と酒の新たなストーリーを構築し、まちと人々を元気に

「宵火」とは夕暮れ時から夜にかけて灯す光のことを指します。その柔らかな光のなかで赤々と輝く炭の明かりも合わせて、串を食べながら和気あいあいと酌み交わすシーンを想像し、この名前をつけました。ロゴになっている書は、書道家の庭雪^{ていせつ}さんに

お願いしたのですが、まさに炭が踊っているような活気を感じることができました。

現在お問い合わせや反響を多く頂いているのは、普段から日本酒を好んで飲んでいる30代以上の層がメインです。コロナ禍をきっかけに友人や家族、職場の人とお酒を酌み交わす回数が増えたように感じます。お酒の楽しみ方とともにお酒が持つ素晴らしい文化を若い人たちに伝えていくことも、我々酒屋の仕事だと考えています。とくに若い人々にとっては、日本酒は理解していないと飲めないというイメージがあるかもしれませんが、日本酒にあまり馴染みのない方々にとっても「焼きとり合うお酒」として「宵火」を知っていただき、楽しんでいただければと思います。



「宵火」の書を持つ堤氏

焼きとり、ラーメン、餃子に代表される久留米の食文化ですが、まだまだ美味しいローカルフードが隠れています。地元の飲食店はもちろん、生産者となる農家の方々など地元の「食」に関わる皆さんとワンチームになって久留米の食文化啓蒙を進めていきたいと思っています。

久留米の良さ、日本の良さはローカルにこそあると思います。ただ酒を販売するのではなく、地元の食文化と酒を融合させたストーリーを発信していく。それに共感し笑顔になってもらえる人々を一人でも増やし、久留米のまち全体の盛り上げに尽力していきたいと思っています。

「久留米焼きとり日本酒 宵火」の取扱店はIZUMIYAにお問い合わせください

山口酒造場の杜氏にもお聞きしました!



株式会社 山口酒造場
製造部部长 杜氏 古賀 剛 氏

「宵火」の開発・製造で大変だったことや他の日本酒との違いを教えてください

「宵火」の開発・製造の過程で一番大変だったのは、「焼きとりに合う日本酒をつくる」ということでした。というのも基本的にお酒というものは原料、仕込み、麹造り、醗の管理、搾り方の順に考えて開発・製造します。最近では季節商品も増え、どのような場面でお酒を楽しんでいたのかを考えて開発・製造する機会は増えてきましたが、「焼きとりに合う日本酒」という本当にピンポイントだったこと、豚バラの甘い油と塩やダラムに合わせつつも、バリエーションの多い久留米焼きとり全部に合うよう開発するのが本当に大変でした。どのような日本酒が焼きとりに合うのかを考え、搾り方、醗の管理、

麹造り、仕込み、洗米、原料を逆算して開発を進めました。通常とは逆のアプローチでしたので挑戦的な取り組みではありましたが、香りと微発砲、濁りがうまく合わさってすばらしいお酒ができたと思っています。製造部門にいますので直接お客さまのお声を聞く機会は少ないのですが、「宵火」はご好評いただいていると聞いていますので、今後も心を込めて「宵火」を造っていききたいと思います。

「お酒を楽しむ方へのメッセージをお願いします」

お酒は自由に楽しんでいただきたいと思います。食中酒としてはもちろんですが、日本酒だけを楽しむ時間もあるといいと思います。「飲んで幸せ」と言っていたことがこの仕事をしていて本当に幸せになれる瞬間ですし、お客さまにも日本酒を飲んで幸せを感じていただければと思います。大好きな久留米の水、空気、米のおかげで酒造りを続けてこられました。「宵火」とともに久留米のソウルフードである「久留米焼きとり」を皆さんに楽しんでいただきたいと思います。



山口酒造場のお酒は本社内の販売所で購入可能



庭のうぐいす



1.今回で23回目となる久留米焼きとり日本一フェスタ／2,3.多くの人が行列を作るほどのにぎわいを見せる会場／4.夜までにぎわった会場／5,6,7.会場では「宵火」も販売。夕方には完売となる人気ぶり／8.久留米焼きとり

久留米焼きとり日本酒開発

メンバー

IZUMIYA 株式会社…………堤 準也
株式会社 山口酒造場…………山口 哲生
スタジオロジック 株式会社…古田 紀久郎

■所在地：福岡県久留米市六ツ門町6-38
■設立：2025年4月
■事業内容：やきとり専用日本酒の開発および販売



IZUMIYA 株式会社

■本社所在地：福岡県久留米市六ツ門町6-38
■設立：1979年(創業1955年)
■代表取締役：土師 康博
■事業内容：酒類卸・小売
■取引銀行：福岡銀行久留米営業部

株式会社 山口酒造場

■本社所在地：福岡県久留米市北野町今山534-1
■設立：1930年(創業1832年)
■代表取締役：山口 哲生
■事業内容：日本酒製造
■取引銀行：福岡銀行北野支店

スタジオロジック 株式会社

■本社所在地：福岡県久留米市野中町660-18
■設立：2010年
■代表取締役：古田 紀久郎
■事業内容：広告制作・映像制作



ホームページ
はこちら



ホームページ
はこちら



ホームページ
はこちら

