

2026.9.30

九重雑賀×味香り戦略研究所 『マグロのすしに合う日本酒』2種を共同開発

醸造技術と味覚データを掛け合わせ、異なるペアリングを楽しむ日本酒を設計
「雑賀孫市 純米大吟醸 生酛造り」「雑賀 純米 生酛造り」を2026年10月8日に発表



和歌山県の蔵元である株式会社九重雑賀（本社：和歌山県紀の川市、代表取締役社長：雑賀 俊光、以下「九重雑賀」）と、「食」を科学する株式会社味香り戦略研究所（本社：東京都中央区、代表取締役社長：小柳 道啓、以下「味香り戦略研究所」）は、マグロのすしに合う2種類の日本酒「雑賀孫市 純米大吟醸 生酛造り」「雑賀 純米 生酛造り」を共同開発しました。

開発では、味香り戦略研究所が味覚データを用いたペアリング分析と官能評価によって、マグロのすしとの相性を科学的に捉え、相性を成立させる味わいを定義しました。さらに、国内で親しまれてきた「日本酒とすし」と、海外で広く親しまれている「ワインと食事」という異なる食文化に着目し、それぞれの食の場面に合わせた2つの味わいを、九重雑賀の醸造技術で仕上げました。

2026年10月8日（木）、東京・霞が関の法曹会館にて新商品発表会を開催します。

共同開発の背景

日本酒の海外展開が進む中、輸出货量・輸出金額はともに増加傾向にあり、1リットルあたりの平均輸出単価は10年前の約1.8倍に上昇しています¹⁾。2024年12月には日本酒、焼酎、泡盛、みりん等の製造に受け継がれてきた日本の「伝統的酒造り」がユネスコ無形文化遺産に登録される²⁾など、日本酒への国際的な評価と関心の高まりが見られます。

九重雑賀は、1908年に赤酢の醸造から始まり、のちに日本酒の醸造を開始。以来、江戸前すしのシャリに使われる赤酢と日本酒を同じ蔵で醸造する国内でも稀有な蔵元として、食事に合う酒を追求してきました。「料理の要をつくる蔵として、食事に合う日本酒をつくりたい」という思いを酒造りの原点として、現在ではコーシャ^{※1}・ヴィーガン^{※2}の認証も取得し、輸出を通じて食文化の垣根を越え、日本酒を世界へ広げる取り組みを進めています。



九重雑賀のこうした酒造りにおいて、食と酒の相性をデータから捉え、新たな酒造りにつなげるパートナーとして加わったのが、味香り戦略研究所です。味香り戦略研究所は、味・香り・食感など、人が感じる「おいしさ」を科学的に捉え、データとして可視化しています。15万件超の味覚データベースを活用し、味わいの相性を科学的に解析する独自のフードペアリングロジックを開発、特許を取得しています(特許第7398855号)。

両社で新たな日本酒を開発するにあたり、共同開発のテーマとして着目したのが、マグロのすしでした。九重雑賀が蔵を構える和歌山県は、生マグロの水揚げで知られる那智勝浦港を擁し、多彩なすしが今も残るすし文化の地でもあります。日本を代表するすし文化、和歌山の地域性、九重雑賀ならではのものづくり、そして味香り戦略研究所の味覚・ペアリング分析技術の交点として、「マグロのすしに合う日本酒」をテーマに決めました。

開発の内容

テーマを定めるにあたり両社が着目したのが、近年広がりつつあるマグロとワインを楽しむスタイルです。「日本酒とワインでは、マグロのすしのおいしさをどのように引き立てるのか」という問いのもと、従来の「日本酒×すし」の組み合わせに加え、「ワイン×マグロのすし」まで対象を広げて検証しました。



味香り戦略研究所は、マグロのすしとの相性を科学的に捉えるため、日本酒とワインそれぞれについて複数の銘柄・種類を取り上げ、独自のロジックに基づいたペアリング分析を行いました。日本酒とワインそれぞれの組み合わせの特徴を整理し、相性を成立させる味わいの方向性を導き出しました。

さらに対象を絞り込み、香りを含めたペアリング要素を官能評価で検証した結果、日本酒とマグロのすしの組み合わせでは、マグロのすしのうま味を伸ばすことが日本酒ならではの特征として確認された一方、ワインとの組み合わせでは、コク・厚みを軸に味わいの重心をつくり、余韻を楽しむ特徴が見出されました。

この2つの方向性に沿って、それぞれのペアリングを日本酒で表現するための味わいの設計を定義し、九重雑賀の醸造技術によって商品として形にしました。

“グローバルスタイル”—ワイン×マグロのすしから導いたペアリング—

ワインとのペアリングで特徴として捉えられたコク・厚みや後味を味わいの設計指標に据え、日本酒ならではのうま味を引き立て方と組み合わせました。ワイン文化に親しんだ食の場面にも通じる骨格を持ち、穏やかな香りが広がる「**雑賀孫市 純米大吟醸 生酛造り**」が完成しました。

“ジャパニーズスタイル”—日本酒×マグロのすしから導いたペアリング—

すしのうま味を引き立てる日本酒らしさを軸に、すしに寄り添い全体がまとまる味わいを設計しました。魚介特有の香り立ちを穏やかにし、やわらかな香りとふくらみのある味わいを備えた、食中酒として食事とともに楽しめる「**雑賀 純米 生酛造り**」に仕上げました。



(左)雑賀孫市 純米大吟醸 生酛造り (右)雑賀 純米 生酛造り

両社が目指すのは、日本酒を商品として海外へ届けるだけでなく、料理の味わいに合わせて日本酒を選び、食事の一部として楽しむという、日本で育まれてきたこの食文化を、ペアリングの提案を通じて国内外へ伝えていくことです。本商品を通じて、海外でも料理との組み合わせから日本酒を選び、楽しむ新たな機会を広げてまいります。

コメント

株式会社九重雑賀 代表取締役社長 雑賀 俊光



和歌山県は「おすしの発祥の地」といわれています。また、那智勝浦町の勝浦漁港は、延縄（はえなわ）漁法による生鮮マグロの水揚げ日本一を誇る、日本有数のマグロの産地です。弊社は赤酢と日本酒をともに製造する、全国でも大変めずらしい蔵元です。

こうした和歌山の食文化と風土、そして弊社が100年以上にわたり培ってきたものづくりの歴史に、味香り戦略研究所様の科学的な知見を掛け合わせ、「マグロに合う日本酒」という新たな価値を生み出したことを、大変うれしく思っております。

今回の商品では、日本酒の伝統的な製法である「生酛造り」を採用し、「グローバルスタイル」と「ジャパニーズスタイル」という異なる2つのアプローチから、マグロと日本酒の新しい楽しみ方をご提案いたします。

和歌山から日本へ、そして世界へ。日本が誇るすし文化と日本酒の魅力を、世界中の皆さまにお届けしていきたいと考えております。

株式会社味香り戦略研究所 コンサルティング事業部 マネージャー 松山 彩



今回の共同開発で目指したのは、これまで食文化の中で語り継がれてきた「料理に合う日本酒とは何か」を、データと言葉で捉え直すことでした。マグロのすしという多くの人に親しまれる組み合わせを対象に、日本酒とワインそれぞれの相性を分析し、日本酒の味わいの方向性を導き出しました。

九重雑賀の皆さまには、その分析から見てきた味わいを、長年培ってきた知識や経験、醸造技術によって二つの酒として形にいただきました。分析と醸造、それぞれの専門性を重ねることで、目指す味わいを具体的な商品へつなげられたと考えています。

今回の取り組みを通じて、味わいを見える化し、データと言葉で共有する当社の役割と意義を改めて実感しました。食のおいしさを科学的に捉える当社の事業活動が、日本の食文化を国内外に広げていく一助となることを願っております。

商品概要

「雑賀孫市 純米大吟醸 生酛造り」—グローバルスタイル—

商品名	雑賀孫市 純米大吟醸 生酛造り
商品概要	ワインのようにコクと厚みで味わいの重心をつくり、甘さを残さないドライな口当たりから心地よい余韻へとつながります。 穏やかな香りが広がり、マグロのすしに寄り添う一杯です。
特定名称酒	純米大吟醸 生酛造り
アルコール度数	15度
国内希望小売価格	50,000円(税別)
発売時期	2026年11月中旬予定
容量	720ml

「雑賀 純米 生酛造り」—ジャパニーズスタイル—

商品名	雑賀 純米 生酛造り
商品概要	日本酒らしいうま味の引き立て方を軸に、やわらかな香りとふくらみのある味わいで、マグロのすしとともに全体がまとまる同調の味わいに仕上げました。 次の一口へとつなぐ食中酒としても楽しめる一本です。
特定名称酒	純米 生酛造り
アルコール度数	15度
国内希望小売価格	720ml:3,000円(税別) 300ml:1,500円(税別)
発売時期	2026年11月中旬予定
容量	720ml、300ml

バイヤー向け新商品発表会 概要

日 時	2026年10月8日(木) 14:00~15:30
会 場	法曹会館(東京都千代田区霞が関1-1-1)
対 象	海外の流通・飲食関係者ほか(招待制)

参考

- 日本酒造組合中央会「2025年度日本酒輸出実績は金額・数量共に前年度越え」(2026年2月6日発表)
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000104.000083559.html>
- 国税庁「ユネスコ無形文化遺産登録『伝統的造り』」https://www.nta.go.jp/traditional_sake_making/index.htm

※1 コーシャ: ユダヤ教の食規定(カシュルート)に適合した食品を証明する認証。

※2 ヴィーガン: 動物性原料を一切使用していない食品を証明する認証。

会社概要

株式会社九重雑賀

株式会社九重雑賀は、1908年に和歌山県で赤酢の製造元として創業しました。「より良い赤酢を造るためには、その原材料となる酒かすから自ら造るべき」との創業者の考えと、「食事に合う日本酒を造りたい」という夢から、1934年に日本酒醸造を開始。以来、赤酢と日本酒を同一の蔵で手掛ける国内でも稀有な蔵元として、酒造りを追求してきました。宗教や食文化の垣根を越える取り組みとして、2021年にコーシャ認証、2023年にハラル認証およびヴィーガン認証を取得。国籍や宗教、食文化などの違いにかかわらず、より多くの方々に日本の食文化を楽しんでいただける環境づくりを目指し、SDGs目標10「人や国の不平等をなくそう」の実現に、食を通じて貢献しています。

代表取締役社長：雑賀 俊光

所在地：和歌山県紀の川市桃山町元142-1

創業年：1908年1月

設立年：2006年1月

事業内容：食酢、食酢関連商品、日本酒、リキュール、雑酒、その他の醸造酒、清涼飲料水の製造販売、食品の製造販売

URL：<https://kokonoesaika.co.jp/>

株式会社味香り戦略研究所

「食」を科学する味香り戦略研究所は、味・香り・食感等の「おいしさ」の見える化をコア技術に持つソリューション提供企業です。15万件超の味覚データベースを構築し、それを基に独自の嗜好性診断アルゴリズム(特許第7448274号)、フードペアリングロジック(特許第7398855号)を開発。食品開発・マーケティング支援など、食にまつわるさまざまな課題に対応するフードデジタルソリューションを提供し、パーソナライズド提案技術の社会実装にも積極的に取り組んでいます。

代表取締役社長：小柳 道啓

所在地：東京都中央区新川1-17-24 NMF茅場町ビル8F

設立年：2004年9月

事業内容：フードデジタルソリューション事業

URL：<https://mikaku.jp/>

本件に関する問い合わせ先

商品・販売・醸造について：株式会社九重雑賀

TEL 0736-66-3160 / お問い合わせフォーム <https://kokonoesaika.co.jp/contacts/>

分析技術・評価結果について：株式会社味香り戦略研究所

TEL 03-5542-3850 / お問い合わせフォーム <https://mikaku.jp/inq/>