

# November 1st Celebrate International Shochu Day



Kabuto Pot Still made of wood, were used for distillation in old Japan, from the Edo to Meiji Periods. The same wooden types are still used today in Southeast Asia.



Modern day Moromi making.

## SHOCHU: Evolving & Advancing in the Worldwide Market

### 世界市場で進化と進歩を続ける焼酎

The world of spirits—of the imbibing kind—is vast and fascinating. From Aquavit to Whisky, a plethora of world gins, to Asian spirits and many more, one commonality binds them: distillation. Enter Shochu.

**What is Shochu?**  
Shochu (焼酎) is the national spirit of Japan. On April 14, 2012, the Japanese government officially declared that Sake and Shochu are Japan's national alcoholic drinks. Shochu is crafted from selected grains and intriguing Japanese fruits and vegetables, specifically starchy ones. The process, as with everything Japanese, is intricate. The "rule of thumb" involves using Shochu-specific Koji to saccharify the starch in the main ingredient. The Moromi (mash) is then fermented with Shochu-specific yeast before being distilled in either a pot still or continuous still. Japan boasts 372 Shochu distilleries, with a handful located outside the country. While Korea has a similar spirit known as Soju, it is not to be confused with Japanese Shochu.

**A Little History**  
Shochu's origins trace back to the mid-16th century. The earliest record dates to 1546 by Portuguese merchant and sea captain Jorge Alvarez, who, while staying in the Satsuma region (now Kagoshima, Kyushu), noted in his diaries, "To drink, there is an Orraqua (distilled liquor in Arabic) made from rice." In 1559, a wooden plaque by

two carpenters at the Koriyama Hachiman Shrine in Kagoshima claimed that the monks never offered them Shochu while they worked on the shrine, indicating that Shochu was likely reserved for important guests.

**The Evolution of Shochu**  
Japan, an isolated island with closed doors during the Edo period (1603-1868), traded only with the Kingdom of Ryukyu (now Okinawa). Thus, Japan's distilling industry began in Okinawa with Awamori, a type of Shochu made from Thai rice. This quickly spread to Kyushu, where various agricultural products, including sweet potato and barley, were used. Within years, Japan had a national spirit that was both delicious and versatile. The Japanese government quickly implemented rules and regulations to harness alcohol taxes as a revenue source.



**蒸** 留酒の世界は広大で魅力的です。アクアビットからウイスキー、世界中のジン、アジアの蒸留酒など、多くの酒類がありますが、それらに共通する点は「蒸留」というプロセスです。そこで焼酎が登場します。

焼酎とは？  
焼酎は日本の国酒です。2012年4月14日、日本政府は正式に日本酒と焼酎を日本の国酒と宣言しました。焼酎は厳選された穀物や日本の果物や野菜、特にでんぷん質のものから作られています。その製法は、日本のあらゆるものと同様に複雑です。一言でいうと、焼酎専用の麹を使用して主原料のでんぷんを糖化します。その後、もろみを焼酎専用の酵母で発酵させ、単式蒸留器または連続式蒸留器で蒸留します。日本には372の焼酎蒸留所があり、そのうちのほんの一握りが国外にあります。韓国には「焼酒(そじゅ)」と呼ばれる類似の酒がありますが、日本の焼酎とは異なるもので、混同してはいけません。

From a 1559 wooden plaque with notes by two carpenters, found at Koriyama Hachiman Shrine in Kagoshima.

By Marie Cheong-Thong, International Sake School

起源にまつわる小さな歴史  
焼酎の起源は16世紀半ばに遡ります。最も古い記録は、1546年にポルトガルの商人で船長のホルヘ・アルバレスが、薩摩地方(現在の九州・鹿児島)に滞在していた際に日記に記した「米で作ったオラカという飲み物がある」というものです。1559年に鹿児島島の郡山八幡宮の2人の大工が立てた木札には、「神社の作業中に僧侶が彼らに焼酎を勧めたことが一度もなかった」と記されています。これはおそらく焼酎が重要な客人のために取っておかれていたことを示唆しています。

焼酎の進化  
江戸時代(1603-1868年)鎖国状態だった日本は、琉球王国(現在の沖縄)とのみ貿易を行っていました。そのため、日本の蒸留産業は沖縄で始まり、タイ米を原料とする泡盛が作られました。これはすぐに九州に広がり、さつまいもや大麦などさまざまな農産物が使われるようになりました。数年も経たないうちに、日本は美味しく万能的な焼酎という国民酒を作り上げたのです。

日本政府は、酒税を歳入源として活用するための規則や規制を迅速に導入しました。現在、焼酎は最大55種類の「許可された」原料から作ることができ、アルコール度数は45%以下でなければなりません。興味深いことに、英国のマギー・サッチャー元首相は日本への貿易訪問時に、スコットランドのウイスキー産業を保護するために、「大麦焼酎はウイスキーよりも色の濃さが薄く、分光光度計の数値が0.08未満でなければならない」という規則の制定に貢献しました。

Today, Shochu can be made from up to 55 "allowed" ingredients and must have an alcohol content of 45% ABV or less. Interestingly, during a trade visit to Japan, UK Prime Minister Maggie Thatcher helped establish a rule to protect Scotland's whisky industry: barley Shochu must have a lighter color intensity than whisky, with a spectrometer reading of less than 0.08. This rule underscores the technical kinship between barley Shochu and whisky.

Imo (sweet potato) Shochu is currently the most popular variety. Surprisingly, more Shochu is consumed in Japan than Sake.

**Shochu's Global Rise**  
Globally, Shochu is less known but has gained significant exposure in the last five years, thanks to efforts by the Japan Sake and Shochu Makers Association (JSS). The JSS has organized competitions worldwide, encouraging mixologists to showcase their skills. In London, Shochu bars have opened within Japanese restaurants like

ROKA, and many small bars are sprouting in the trendy East End. Major hotel chains like Mandarin Oriental, The Dorchester, and The Raffles have also embraced Asian spirits in their bar offerings. Cities like Birmingham and Manchester are seeing new Shochu bars emerge, with distributors rapidly expanding their selections of Shochu and Awamori. In the UK, Mugi (barley) Shochu, which resembles whisky, is favored, while Kokuto (brown sugar) Shochu, with its rum-like nuances, is also gaining recognition.

**Shochu in Competitions**  
Shochu is making its mark in international drinks competitions, with increasing numbers of awards from the International Wine and Spirit Competition (IWSC), the International Spirits Challenge (ISC), Concours Mondial de Bruxelles Spirit Selection, and various U.S. competitions. These accolades highlight the rising quality of Shochu available today.

この規則は、麦焼酎とウイスキーの技術的な類似性を強調しています。

現在、日本で最も人気のある種類は芋焼酎です。驚くべきことに、日本では焼酎の消費量が日本酒よりも多いのです。

**焼酎の世界的台頭**  
焼酎は世界的にはあまり知られていませんが、日本酒造組合中央会(JSS)の努力のおかげで、ここ5年間でかなり認知度が高まっています。JSSは世界中でコンテストを開催し、ミクソロジストが腕を振るうよう奨励しています。ロンドンでは、ROKAなどの日本食レストラン内に焼酎バーがオープンし、流行のイーストエンドには小さなバーが数多く誕生しています。マンダリン オリエンタル、ザドールチェスター、ザラッフルズなどの大手ホテルチェーンも、バーのメニューにアジアのスピリッツを取り入れています。バーミンガムやマンチェスターなどの都市では、新しい焼酎バーが出現し、販売業者は焼酎や泡盛の品揃えを急速に拡大しています。英国では、ウイスキーに似た麦焼酎が好まれ、ラム酒のようなニュアンスを持つ黒糖焼酎も認知度が高まっています。

コンテストにおける焼酎  
焼酎は国際的な酒類競技会で注目を集めており、インターナショナル・ワイン・アンド・スピリッツ・コンペティション(IWSC)、インターナショナル・スピリッツ・チャレンジ(ISC)、コンクール・モンディアル・ド・ブリュッセル・スピリッツ・セレクション、および米国の様々なコンテストで受賞数が増えています。これらの賞賛は、現在入手可能な焼酎の品質が向上していることを示しています。

### Rare & Competition Winners



from left:  
• Jakuunbaku Barley Shochu  
• Tenshi No Yuwaku Sweet Potato Shochu  
• Syasya Rakuraku Red Dragon Grand Cru Sweet Potato Shochu  
• iichiko Special Barley Shochu

### Shochu Success: Strategies for Bars and Restaurants

By embracing Shochu and implementing these practical strategies, business owners can tap into a growing market, offering their customers a unique and memorable drinking experience.

**1. Expand and Enhance the Menu**  
Integrate Shochu into bar or restaurant's menu by offering a range of Shochu-based cocktails. Highlight its versatility by creating both traditional and innovative cocktails that appeal to different customer preferences. Create an engaging Shochu menu section that educates customers about the different types of Shochu, their origins, and flavor profiles. Use descriptive language and visual aids to make the menu appealing and informative.

**2. Staff Training**  
Invest in comprehensive staff training. The Sake School of America's Shochu Adviser course is an excellent option that equips staff with the knowledge and confidence to recommend and serve Shochu. Educated staff can enhance the customer experience

by providing insightful recommendations and stories about Shochu.

**3. Marketing and Promotion**  
Leverage the growing interest in Shochu by organizing tasting events and pairing dinners. Collaborate with local influencers and mixologists to create buzz.

**4. Customer Engagement**  
Encourage customers to try Shochu by offering tasting flights or sampler options. Provide a brief educational session about Shochu's history and production process, enhancing their appreciation for this unique spirit.

Bar managers and mixologists are constantly innovating with Shochu, creating new cocktails using local foraged flowers, herbs, berries, fruit, and even essences. The versatility of Shochu, whether sipped neat or in a variety of cocktail styles, makes it a fascinating addition to any beverage program.

### 成功の鍵となる焼酎 バーとレストランの戦略

焼酎を受け入れ、下記の実践的な戦略を実行することで、経営者は成長市場を開拓し、ユニークで思い出に残る飲酒体験を顧客に提供することができます。

1. メニューの拡大と強化  
焼酎ベースの幅広いカクテルを創作して、バーやレストランのメニューに焼酎を取り入れます。さまざまな顧客の好みに合う伝統的なカクテルと革新的なカクテルの両方を作り、焼酎の多様性を強調します。焼酎の種類、産地、味の特徴などを紹介する魅力的な焼酎メニューのコーナーを設けます。説明的な言葉や視覚的な要素を用いて、魅力的で情報に豊富な有益なメニューを作成します。

2. スタッフ研修  
包括的なスタッフトレーニングに投資します。Sake School of America の焼酎アドバイザーコースは、スタッフに焼酎を勧めたり提供したりするための知識と自信を身につけさせる優れたオプションです。教育を受けたスタッフは、焼酎に関する洞察力のある勧めや話を提供することで、顧客体験を向上させることができます。

3. マーケティングとプロモーション  
テイステイングイベントやベアリングディナーを企画して、焼酎への関心の高まりを活用します。地元のインフルエンサーやミクソロジストと協力して話題を作ります。

4. 顧客エンゲージメント  
テイステイングフライトやサンブラー・オプションを提供して、顧客に焼酎を試飲してもらいます。焼酎の歴史と製造工程に関する簡単な説明会を行い、このユニークな蒸留酒への理解を深めてもらいます。

バーの経営者やミクソロジストは、地元で採れた花、ハーブ、ベリー、フルーツ、さらにはエッセンスまで使って新しいカクテルを作り、焼酎を常に革新しています。焼酎は、そのまま飲むか、あるいは様々なカクテルスタイルで飲むかにかかわらず、その多様性により、あらゆる飲料プログラムを魅力的なものにしています。

**For Further Shochu Education:**

**Sake School of America**  
**USA Based**

**International Sake School**  
**Europe Based:**

**Marie Cheong-Thong**  
Owner, The Larder At 36 / Chairman British Sake Association, Committee Guild of Food Writers / Council Assoc of Wine Educators, Rectifier, the Gin Guild  
Mousquetaire d'Armagnac, Member Circle of Wine Writers Spirit Judging Committee IWSC, AsianSpirits Director CINVE (Spain)

Panel Chair:  
Mondial Strasbourg (France), International Spirits Challenge, ADI (USA), CMB spirit Selection, Global Spirit Awards, World Drinks Awards

WSET Certified Educator  
International Sake School Educator  
SSA Shochu and Sake Educator