

報道関係者各位
プレスリリース



令和6年6月6日(木)
株式会社一氣

【新商品】

世界初の国産ショット用プレミアムリキュール「一氣」

(新潟県魚沼産日本酒バージョン・46%[日本一]・限定製造シリアルナンバー入り)

2024年5月27日発売。「令和の虎」にもプレゼン出演。

外国のお酒ではなく日本のお酒で、ショット用リキュールの世界市場を開拓する、ショット用プレミアムリキュール「一氣」シリーズ第一弾の「一氣 - sake - (新潟)」を発売します。



世界初の、**日本のお酒**による**ショット用プレミアムリキュール**を企画開発する酒販会社の株式会社一氣(東京都東村山市)は、**国産ショット用プレミアム日本酒リキュール「一氣 - sake - (新潟)」**(アルコール度数46%[日本一]・720ml・**限定製造シリアルナンバー入り**)を、一粒万倍日である2024年5月27日(月)に飲食店および一般消費者向けに発売します。

- ・ 自社通販サイト : <https://sakeikki.base.shop/>
- ・ 卸先飲食店リスト : <https://ikki.tokyo/> (リスト制作中につき、近日掲載)

世界初・日本初・・・ショット用日本酒リキュールとして (2024年5月・自社調べ)

世界一・日本一・・・ショット用日本酒リキュールのアルコール度数として (2024年5月・自社調べ)

1. 開発の背景

ショット酒といえば、パリピ酒とも呼ばれ、パーティーシーンやクラブなどでよく飲まれています。テキーラ、コカレロ、イエーガーマイスターなど、どれも外国産のお酒です。

テキーラを例に挙げると、2022年の輸入量は日本だけで約251万リットルあり、720ml換算すると約350万本となります。そして、コロナ禍などの社会現象による増減はありますが、純増傾向にあります。

また、生産量はジョージ・クルーニー（カーサミーゴス）やジャスティン・ティンバレイク（サウザ901）といったハリウッドセレブなどがプレミアムテキーラ作りをビジネスとして手掛け始めたこともあり、この10年で約2.5倍に増大するなど、ショット市場は世界的に市場が拡大しているお酒のジャンルの一つです。

一方、日本のお酒は、日本酒、焼酎、梅酒の3種が代表的であり、その中でも日本酒は、“sake”、または、“rice wine”とも称され、海外でも人気となっています。日本酒の輸出金額は、2022年まで13年連続で過去最高額を更新し続けて約475億円にまでなっているように、世界的に需要が高まっています。

また、日本の伝統的な酒造りの技術は、その恵まれた気候風土の中で育まれたこうじ菌を使う独特のものであり、日本が誇る文化として令和3年12月2日に国の無形文化財に登録されています。そして、ユネスコ無形文化遺産にも提案されており、早ければ今年末に採択され、酒造業界および飲食業界がより活性化することが期待されます。

しかし、その一方で酒蔵の数は、1999年～2019年の20年間で2007社から1235社へと、約4割も減少し、その後も減少し続けています。後継者・職人の担い手不足、日本酒の国内消費量の減少などが原因とされています。



そこで、株式会社一気は、市場としてはかなり大きいショット酒市場に、**全国47都道府県の酒蔵**と組んで製造する**国産のショットリキュールを国内外に流通させ**、外国のお酒との置き換え需要を狙いショット酒として味わってもらい、酒類業界と飲食業界を盛り上げるとともに、**地方創生・地域活性化の一助**も担うことを目的として、**日本一のショット用プレミアムリキュール「一気」シリーズ**を企画開発することにしました。

2. 味・製造のこだわり



第一弾は、**海外の人気**を考えた点でも**日本酒をベース**にしたものにしようと思い、米どころである**新潟県魚沼**の、**江戸時代から続く超老舗酒蔵**である玉川酒造に企画の相談をすることで始まりました。玉川酒造は、「関東信越国税局酒類鑑評会」にて**最優秀賞(首席第一位)**を受賞したこともあり、歴史の重さだけでなく実力も伴う酒蔵なのですが、アグレッシブにお酒を造る姿勢に感銘を受けたため、「一気」シリーズの第一弾であり、**ショット用プレミアム日本酒リキュール「一気 - sake -」**を創るのにこれ以上ふさわしい酒蔵はないと思い、アポイントを取りました。

そして、2023年初春から、玉川酒造で造られた日本酒をベースにした、**ショット用プレミアムリキュールづくり**の探求が始まりました。ショット酒としての完成度を高めるためには、単純にアルコール度をあげても意味がなく、**飲みやすく**、そしてなにより、**日本酒らしさを活かす**ことを念頭に、**約15ヶ月にわたる開発期間**を経て、「一気 - sake -」はようやく完成しました。

飲みやすさの秘訣は、北海道産の甜菜糖によるほのかな甘みと、愛媛県瀬戸内産のレモンによるさわやかさを、新潟県の酒米を**吟醸酒同等**の精米歩合に磨き、酒造の裏山の中腹より湧き出る大清水で日本酒度+66という超辛口に仕立てられ、**天然の雪で低温貯蔵・熟成**された、**日本一のアルコール度数**である**46%の日本酒リキュール**にマッチさせることで、淡麗な味わいと飲みやすさを両立させました。

3. 名称の由来



「一気」という言葉は、「ひといき」や「万物のもととなる混然の気」という意味の名詞で、「一気に仲良くなる」、「一気呵成に進める」、「一気に成長する」、「一気通貫」というように、日本の生活に根付くなじみ深い言葉です。また、**世界に拡げる**ことを考えると、どの文化圏の民族も発音でき、**覚えやすい**短い名称であることが重要であり、[iki]という発音はその条件を満たしています。

また、ショット酒は**一気飲みで利用される**ことが多く、「一気」はその場に適した名前であり、**記憶の関連付け**にも有利に働きます。その一方で、一気飲みなどによる急性アルコール中毒の危険性はどのアルコール飲料もはらんでおり、「一気」はあえてのその名称から、注意喚起を促し、**アルハラ防止**の役割を担うことも企図しています。

4. 推奨するグラス



ショット酒として飲む際には、15ml のハーフサイズショットグラスを推奨しています。お中元・お歳暮・生まれ年酒を贈る出産祝い・開業祝い・お店のカウンター展示などでの利用も想定した贈答用 BOX の付属品として 2 個つけていますが、ハーフサイズな理由は、もともと杯やお猪口のサイズが 15ml 程度だったことに由来しています。そして、アルコール度数の高いお酒なので、少しずつゆっくりと味わいながら、自身のアルコール代謝能力と相談しながら飲んでもらいたいという意図もあります。なお、15ml という分量は、瓶の注ぎ口につけることで定量を注ぐことができる定量ポアラールをつけることで自動的に測れ、また、注ぎ口が細い管になっているので、注ぎこぼしも防ぐことができます。

5. 推奨する飲み方



- ① 冷凍庫に入れても凍らない不凍酒のため、冷凍保存した瓶から冷やしたグラスに注ぎ、ショットとして一気に飲むという飲み方。
- ② 冷凍温度から飲み始め、室温へとだんだん温度変化していく中で変わっていく味覚の変化を時間経過とともに楽しみつつ、だんだん酔いが深まる中、一緒に飲む仲間たちとの関係性も深める飲み方。
- ③ カクテルのベースとなるリキュールとして使う飲み方。
- ④ 贈答用 BOX の付属品としている「酒かす塩」を、ソルティードッグのようにグラスのフチにつけたり、「酒かす塩」を香に飲むことで、甘味、酸味、苦味、旨味を持つ「一気」と塩味と旨味を持つ「酒かす塩」によって、五味すべてを風味豊かにまろやかに味わうという飲み方。

限定醸造のため、製造年およびシリアルナンバー入りとしての展開となり、投機目的の購入も考えられますが、大切な機会に、大切な人と飲むお酒として育ててほしいと思っています。

6. 発売直前特別試飲イベントの反応



慶應大学の学生団体である SEEK が、2024年5月26日(日)にクラブ「V2TOKYO」(東京都港区六本木)で新歓イベントを行う際に協賛で入り、「一気 - sake -」の発売直前特別試飲会を、20歳以上の来場者(年齢確認によるリストバンドで識別)を対象に行いました。在校生含む20代だけでなく、OB・OGやゲストで来ていたVIPらも、年齢に関係なく、「すごく飲みやすい」、「すごくおいしい」、「他のショットよりもいい」、「これ、うちの店で扱いたい」などの声が聞かれました。

7. 「通販版令和の虎」 出演時の審査員たちの反応



YouTube で配信されているリアリティ番組「令和の虎 CHANNEL」とは、一般人起業家である志願者（虎の子）が事業計画や商品をプレゼンテーションする番組で、今回は「通販版令和の虎」への出演なので、審査員（虎）たちは「通販の虎サイト」への掲載可否を決定するというもの。2024年6月6日時点でのYouTube登録者数は6万弱。

今回の審査員は、井口智明（株式会社ディアログホールディングス 代表取締役）、桑田龍征（NEW GENERATION GROUP オーナー）、青笹寛史（アズール株式会社代表 動画編集 CAMP 主催）、加藤公一レオ（株式会社 売れるネット広告社 代表取締役社長 CEO）、堀江貴文（実業家）、司会は零石将克（フリーアナウンサー）。

2024年5月31日に前編・後編同時にアップロードされ、アップロードから48時間経過時点で、前編は約9万再生、後編は5万超再生され、今も伸び続けています。（1週間経過時点では前編は約12.2万再生、後編は約7.7万再生）

以下、試飲シーンよりセリフ抜粋

加藤「意外と飲みやすい」

桑田「ああ・・・、全然俺好きだな！うまいかも」

堀江「じゃあ俺ももう一杯」

桑田「日本酒よりちょっと酒みが増しますね。酒みがちゃんとある」

【前編】まるでテキーラ。虎、堀江の目が煌る… 日本初！度数46%のショットで楽しむ日本酒リキュール「一气」を世界市場へ広げたい【吉田 晃浩】[30人目]通販版 令和の虎

<https://youtu.be/VH0703atAGQ>

【後編】男は堀江の猛攻を打ち返せるか。日本初！度数46%のショットで楽しむ日本酒リキュール「一气」を世界市場へ広げたい【吉田 晃浩】[30人目]通販版 令和の虎

<https://youtu.be/SN7MyHJyNs4>

8. 商品展開



名称	一気 - sake - 2024 (新潟)
品目	リキュール
原材料名	清酒 (国内製造)、醸造アルコール、 レモン果汁 (愛媛県産)、 てんさい糖 (北海道産)
アルコール分	46%
内容量	720ml
販売者	株式会社 一気 東京都東村山市久米川町 1-13-30
製造者	玉川酒造 株式会社 新潟県魚沼市須原 1643

商品ラインナップ ※シリアルナンバー入り	税抜価格
一気-sake-2024 (新潟) 720ml	15,000 円
一気-sake-2024 (新潟) + 贈答用 BOX 720ml + 酒かす塩 + ショットグラス 2 個 + BOX	16,500 円
一気-sake-2024 (新潟) + 贈答用 BOX + バトルアーマー 720ml + 酒かす塩 + ショットグラス 2 個 + BOX + バトルアーマー (金色)	26,500 円

9. 販売先

自社通販サイトおよび東京都内近郊飲食店から始まり、全国の飲食店および酒屋・量販店・問屋への卸販売も進めていきます。

- ・ 自社通販サイト : <https://sakeikki.base.shop/>
- ・ 卸先飲食店リスト : <https://ikki.tokyo/>

(リスト制作中につき、2024年6月6日時点では未掲載)

10. 今後の展開



ショット用プレミアム梅酒リキュール「一気 - ume -」



ショット用プレミアムボタニカルジン「一気 - gin -」

※画像は試作イメージにつき、実際とは異なる可能性があります。

第二弾は、**長崎県**の江戸時代から続く超老舗酒蔵による、**ショット用プレミアム梅酒リキュール「一気 - ume -」**の製造が決まっており、**CAMPFIRE**（オールインタイプの**クラウドファンディング**）による告知を行います。先行告知として、LINE 公式アカウントを天赦日である 2024 年 5 月 30 日に開設し、クラウドファンディングは 6 月上旬スタートを予定しております。

「一気」LINE 公式アカウント：<https://page.line.me/6l7zmxzh>

また、第三弾は、**ショット用プレミアムボタニカルジン「一気 - gin -」**の開発を行っており、今夏発売予定です。



=会社概要=

商号 株式会社一気

ショット用リキュール専門商社。世界初の国産ショット用プレミアムリキュールを手掛ける。

役員 代表取締役 吉田晃浩（広報窓口兼任）

住所 〒189-0003 東京都東村山市久米川町 1-13-30 2F

設立 2023 年 3 月 31 日

Mail ikki.co.ltd@gmail.com（取材などのお問い合わせはメールまたは HP にて承っております）

TEL 050-1721-0123（AI 受付が 24 時間対応）

HP <https://ikki.tokyo/>

EC <https://sakeikki.base.shop/>