

11月30日は「いいミードの日」

ミード文化への想いを熟成させた「ヴィンテージミード 2018」を数量・期間限定販売

～クラファン達成率 1051%・蜂蜜の専門家が醸す蜂蜜酒の原点を公開～

株式会社金市商店（本社：京都市中京区三条通富小路西入中之町21）は、2024年11月30日の「いいミードの日」に、オリジナル蜂蜜酒（ミード）の販売を開始してから8年目を迎えます。これを記念し、ミード文化を広めるべく挑戦を続けてきた金市商店の想いを熟成させたともいえる「ヴィンテージミード 2018」を数量・期間限定販売します。また、いいミードの日に寄せて私たち金市商店が長年歩んできたミードの道のりと、これからの展望をお伝えします。蜂蜜という自然の恵みから造られるお酒「ミード」に込めた私たちの想いと挑戦の軌跡、そして未来を見据えた活動をぜひ知って下さい。

「ヴィンテージミード 2018」は、ミールミネットショップ(<https://miel-mie.com/>)にて期間・数量限定にて11月30日（土）正午より販売開始予定。



○蜂蜜酒（ミード）とは

はちみつに酵母と水を加え、発酵させた醸造酒。ヨーロッパなどでは古くから親しまれ、日本でも愛好者が増えています。はちみつらしい甘い味わいが特徴で、アルコール度数は5～16%まで様々。食前や食後に飲みたい濃厚な極甘口のものから、食事とも合わせられるすっきりテイストまで様々な種類があり、使用するはちみつの種類や水、熟成期間や国によって味わいが異なる、知れば知るほど奥の深いお酒です。

【数量・期間限定】

商品名：ヴィンテージミード 2018

販売期間：2024年11月30日（土）12：00～2024年12月6日（金）23：59

内容量：500ml 価格：11,000円（税込）

使用蜂蜜：鹿児島産・長崎産百花蜜 アルコール度数：12%

詳細：2018年の春に鹿児島県と長崎県で採れた、レンゲやヤマザクラ、ナタネなどを中心とした芳醇な香りと甘みの切れの良いフレッシュさを持った採蜜シーズン一番採れの百花蜜を使用。品質が変化しにくいといわれる蜂蜜でできたお酒ですが、醸造から6年以上寝かせることによって、より丸みのあるまろやかな飲み口に変化しました。古酒のような熟成感とまったりとした甘さとアルコール感のバランスのいい味わいです。

しっかり冷やして食前や食中に。常温で濃厚な蜂蜜の香りを感じながら小さなグラスで食後に楽しむのもおすすめです。

ピクルスなど酸味のあるものや、チーズと相性◎

木箱入りですので、大切な方への贈り物にもぜひお使いください。

販売ページ URL：<https://miel-mie.com/c/mead/MD-Vintagemead>



金市商店のミードの歴史と未来への展望 ～11/30「いいミードの日」に寄せて～

11月30日は「いいミードの日」。記念すべき日を迎えるにあたり、私たち金市商店が長年歩んできたミードの道のりと、これからの展望をお伝えします。蜂蜜という自然の恵みを基にしたお酒「ミード」に込めた私たちの想いと挑戦の軌跡、そして未来を見据えた活動をぜひ知って下さい。

■第一章：金市商店のミードとの出会い

金市商店が初めてミードと出会ったのは約20年前の2003年でした。当時、金市商店の営業担当として、世界各地の蜂蜜の輸入、販売にも取り組んでいた市川洋子がニュージーランドの養蜂家からミードを紹介され、お土産として持って帰ります。蜂蜜を取り扱う会社ながらミードという存在を知らなかった私たちは、そこで出会った蜂蜜から造られたミードというお酒に一目ぼれし、ミードを日本で広めるといふ夢を持ちます。そこが私たちのミードと歩む長い道のりの最初の一步でした。

まず、社内で蜂蜜の輸入部門を任されていた宇野が中心となってミードの輸入に向け動き始めます。金市商店ではお酒の輸入はもとより、酒類の販売免許さえもっていません。まず、国税庁や税務署と相談の上、酒類の取り扱いの免許の取得を目指します。また、同時に当時国内にほとんどミードに関する文献がなかったため、英語で書かれたミードに関する本を読み漁り、ミードの歴史、造り方などを学んでいきます。

最初の輸入が実現したのは2005年、オーストラリアのバーソロミュー社、アメリカのスカイリバー社などのミードを輸入します。実際に現地を訪れ、ミードのことをいろいろ教えて貰いながら、おおよそ10種類のミードを輸入し、販売を始めます。3月には国内の最大級の食品展示会である「FOODEX JAPAN」にも出展し、国内での拡販にチャレンジします。

しかしながら、「甘いお酒は売れない」との固定観念から、ドライタイプのミードを中心に輸入したため、試飲の際に蜂蜜の甘さを期待したお客様からの反応はいまいちでした。

その後、甘いタイプのミードの取り扱いを充実させ、カナダ、イギリス、ポーランドなど各国のミードを輸入し、「ミードと言えばミールミィ」と言われるまでになります。



細々としたミードの動きが活発になったのは 2011 年、アメリカで大人気だったスカイリムというゲームの中でミードが登場し、ゲーム内で飲めるお酒を実際に飲んでみたいというファンの方がインターネットを通じて、ミードは静かなブームを迎えます。『ハリーポッター アズカバンの囚人』にも登場するミードはポッターリアンにも注目のお酒でした。

その後、クトゥルフ神話などを中心にしたファンタジー作品やヨーロッパ中世を扱ったゲームやアニメなど、様々な場面でミードが登場し、少しずつ知名度が上がっていきます。同時に国内でも複数社のミードメーカーが誕生し、2020 年以降のミードブームに繋がっていきます。

ミードを口にした人は、その蜂蜜に由来した甘美で豊かな複雑な味わいに驚き、同時に古代から現代へと受け継がれてきた蜂蜜酒の背景にある、人々の文化や情熱を感じ、魅了されていきました。

■第二章：ミード造りの喜びと挑戦

金市商店が国内でミード造りを始めたのは 2017 年。京都府城陽市にある城陽酒造をメインバンクである京都信用金庫より紹介され、ミード造りを依頼します。城陽酒造は日本酒だけでなく梅酒の製造をするなど、甘いお酒造りも定評がありました。レシピ作成時には京都学園大学（当時）で醸造学を研究していた篠田吉史准教授にも加わり、京都府内のタッグでミードを造ります。蜂蜜の選択、酵母の選択、蜂蜜の量や発酵期間など様々な試作を経て、「京都ミード 蜜酒」、「はちみつのお酒 蜜月」を 11 月 30 日に発売します。その翌年には、クラウドファンディングサイト「Makuake」にてミードヌーボーを発売。開始から 14 時間で目標の 100% を達成、最終的には 283% を達成し多くの方の好評をいただきました (<https://www.makuake.com/project/mielmie/>)。その後も、金市商店が持つ様々な蜂蜜を使ったミード 8 種類を次々と発売し、国内産の委託製造のミードと海外からの輸入ミードを取り扱っていきます。

ミードを造る過程には、予想以上に多くの挑戦が待っていました。まず、原材料として使う蜂蜜自体が、その品質に大きな影響を与えます。日本国内で採取される蜂蜜は地域ごとに風味や特性が異なり、それぞれの土地の個性を反映しています。例えば、桜の花の蜜から採れる蜂蜜と、栗の花から採れる蜂蜜では、ミードの味わいも全く異なってきます。このように、原材料選びからして一つの冒険であり、そこに醸造の技術が加わることで、世界に一つしかないミードが完成するのです。

また、ミード造りには技術的な側面も大きく関与します。発酵過程では酵母の選定や温度管理が重要で、少しの差がミードの仕上がりに大きく影響します。

もちろん、すべてが順風満帆というわけではありません。初めてミードを造り始めた頃は、発酵がうまく進まなかったり、思ったような味わいが出せなかったりと、多くの試行錯誤を重ねました。しかし、その度に新しい知識や技術を学び、改善を繰り返してきました。同時にその試行錯誤を目の当たりにしたことで、自分たちで実際にミードを造りたいとの思いが大きくなっていきました。



■第三章：日本ミード協会との関わりと影響

ミード造りに深く関わっていく中で、ミード部門担当者であり金市商店 3 代目の市川拓三郎は日本におけるミードの認知度向上に対しても強い情熱を抱くようになりました。そうした中で、日本ミード協会での活動が大きな影響を与えました。日本ミード協会は、国内でのミードの普及や品質向上を目的とした団体であり、ミードに対する愛情や知識が豊富なメンバーが集まっています。市川もその活動に参加することで、同じ志を持つ仲間と交流し、さらにミードの世界を広げていくための多くのヒントを得ることができました。



日本ミード協会の活動を通じて、市川はミードが単なる「蜂蜜酒」ではなく、地域文化や自然との深いつながりを持った飲み物であることを再認識しました。例えば、協会主催のイベントでは、各地の蜂蜜を使用したミードの試飲会が行われ、参加者が地域ごとの特色ある風味を楽しむ機会が提供されます。こうした経験を通じて、市川は日本各地の蜂蜜の多様性に改めて驚かされました。同時に、地域の特色を生かしたミード造りを強く意識するようになりました。



協会活動を通じて得た一番大きな学びは、ミード造りは決して孤立したものではなく、多くの人々と共に作り上げていく文化だということです。市川は、国内外のミード製造者や愛好者と情報を共有し合うことで、ミードに対する理解を深めるだけでなく、さらに新しいアイデアや視点を取り入れていくことができました。そして、そうした学びや経験をもとに、日本国内でのミードの普及活動にも力を注いでいく決意を固めました。



■第四章：京都蜂蜜酒醸造所としての取り組みと未来展望

金市商店は 2021 年、新たな一步を踏み出します。自ら蜂蜜酒を造る醸造所を作ることにしたのです。創業当初から蜂蜜を中心に様々な事業を展開してきましたが、ミード造りを本格的に始めることは、会社としても新たな挑戦でした。



実際に国内で新規で蜂蜜酒専用の醸造所を造ったメーカーの話聞き、酒類製造免許の取得に明るい行政書士に相談します。免許の要件を満たし、物件を確保し、醸造機器を輸入し終わるころには、プロジェクト始動時より 2 年半の年月が経過していました。



2024 年 3 月 4 日、酒類製造免許を取得し、「京都蜂蜜酒醸造所」として 3 月 10 日にグランドオープンを迎えます。醸造所の立ち上げ時に挑戦したクラウドファンディングでも目標の 1051% を達成するなど、大きな期待を背負った船出でした。

10 月 9 日には初の一般商品である「The MEAD」を発売し、醸造所としての第一歩を踏み出します。その後のイベントや展示会ではミードに対する消費者の期待の大きさを感じ、同時に国内でのミードの知名度の低さを実感しています。しかし、その知名度の低さはこれからのミード市場の成長の伸びしろの大きさの裏返しであるとも感じています。



また、京都蜂蜜酒醸造所ではミード文化を広げる活動を1つの柱にしています。醸造所には「ミードサロン」と呼んでいるミードを飲んで勉強できるスペースを併設し、「ミードセミナー」などを開催しています。ミードのファンを作ると同時に、ミードについてその製法や歴史を含めて正しく学んでいただくことを大事にしています。

金市商店では2025年をミードが飛躍する大切な年として考え、大阪・関西万博や様々なイベントや展示会に出展する予定です。京都の企業として、関西の企業としての出自を大切に、関西の蜂蜜を主としたミードを造っていきたいと思います。



「The MEAD 京都」や「The MEAD 桜」といった商品開発では、単にミードを造るだけでなく、関西のその土地の風味や文化を一杯に込めることを大切にしています。たとえば、「The MEAD 京都」では京都産の蜂蜜を使用し、その優雅で深い味わいを引き出すことを大事にしました。京都は古くから伝統と革新が共存する土地であり、ミード造りにもその精神を反映させています。京都の豊かな自然が育んだ蜂蜜を使うことで、飲む人々にその土地の息吹を感じてもらえるような一杯を提供したいという思いがあります。



また、「The MEAD 桜」は大阪産の蜂蜜を使用し、桜の季節をイメージした華やかで甘やかな風味を持つミードです。このミードは、日本の四季を大切にしながら、季節ごとの味わいを楽しめる一杯として開発されました。日本独自の季節感をミードに取り入れることで、国内外のお客様に日本の魅力を再発見してもらいたいと考えています。



私たちの会社が目指しているのは、ただ商品売るのではなく、お客様に「体験」としてのミードを提供することです。ミードを通じて、日本の自然や文化、歴史に触れることができるような製品造りを心がけています。そのため、イベントや試飲会など、実際にお客様がミードを楽しむ機会を積極的に提供しています。



2025年の大阪・関西万博に向けて、さらに多くの人々にミードの魅力を伝えていきたい

と考えています。関西万博では、私たちのミードが一つの大きなPRの機会となり、多くの国内外の訪問者にその風味と物語を届けることができるでしょう。私たちのミードは、単なる商品ではなく、日本の地域と文化が融合した一つの作品であり、それを多くの人々に届けることが私たちの使命だと感じています。

■結び：ミード造りの真の理由

市川がミードを造り続ける理由は、単なるビジネスのためではありません。ミードは蜂蜜という素材を新しい形で表現する一つの手段であり、そこには深い喜びがあります。ミード造りを通じて、自然と人々のつながりや、歴史と現代の融合を感じることができるのです。



また、ミードを通じて、私たちは自分たちの文化や地域を再発見することができます。日本の、世界の豊かな自然から採れる蜂蜜を使い、時間をかけて丁寧に発酵させることで、土地の個性や四季の移り変わりを表現することができます。ミードはまさに、自然が持つ美しさや力強さを一杯に凝縮した飲み物であり、飲む人々にもその魅力を感じてもらいたいと強く願っています。



将来的には、日本国内だけでなく、世界中の人々に日本のミードの魅力を知ってもらいたいと考えています。私たちの造るミードは、日本の風土が育んだ蜂蜜と私たちの情熱の結晶であり、それを世界中の人々に届けることで、蜂蜜の新たな可能性を広げていきたいと思っています。

市川がミードを造る理由。それは、蜂蜜の持つ無限の可能性を追求し、地域や自然、人々とのつながりを深めるためです。そして、これからもこの道を歩み続け、多くの人々にミードの魅力を伝えていければと思います。

〇京都蜂蜜酒醸造所のミードについて

ミードを「もっと多くの人に知って楽しんでほしい」との思いから、京都・丸太町にある築約100年の京町家を改装しミード専門の醸造所「京都蜂蜜酒醸造所」を立ち上げました。2024年7月には、蜂蜜の専門家でもある金市商店三代目・ハニーハンター市川拓三郎が厳選した国産百花蜜を原料とし、クラウドファンディングにて目標額の1051%を達成した初醸造酒『The MEAD “First” (ザ・ミード ファースト)』をリリース。多くの支援者の方に大好評をいただきました。2024年10月にはセカンドロットとなる『The MEAD』の一般販売を開始。蜂蜜の風味をしっかりと残し、これが「蜂蜜酒だ」と自信をもってお伝えできる「蜂蜜酒」を目指し挑戦を続けています。



【京都蜂蜜酒醸造所】2024年3月10日グランドオープン

金市商店が運営する築約100年の京町家を改装した京都初の蜂蜜酒（ミード）専門の醸造所。醸造所では自社オリジナルミードの醸造のほか、併設のミードサロンにてミードセミナー、ミードイベントなど「ミードをもっと好きになる」企画を定期的開催中。ミードを「もっと多くの人に知って楽しんでほしい」との思いから、これが「蜂蜜から造ったお酒」だと自信をもって言える王道の“ジャパニーズミード”の醸造を目指し、ワインやビールのように、誰もがミードについて気軽に話せるようになる未来へ奮闘中。



京都蜂蜜酒醸造所

*セミナー、イベントなどの詳細は下記 URL から

公式サイト：<https://kyoto-mead.jp/>



ミード造りの様子



出来立てを瓶詰



ミードを楽しめるカウンター

〇ハニーハンター市川拓三郎

金市商店の三代目で、蜂蜜の仕入れを社長の市川拓三郎が自ら行っています。日本中、世界中の養蜂家を訪ね、蜂蜜を仕入れるのがハニーハンターの市川拓三郎。年間に食べる蜂蜜は300種類以上、年間の移動距離は地球1.3周分に当たる約52000キロを超えます。養蜂家を直接訪ねることで、蜂蜜がどのような環境で、どのように採られているかを、自らの目と舌で確かめています。そうして仕入れた「安心・安全で高品質な蜂蜜」だけをお客様にお届けしています。



●クラウドファンディングのプロジェクトにて、目標の1051%を達成！

プロジェクト名：蜂蜜屋、ミード造る！飲んで学べる「京都蜂蜜酒醸造所」誕生 初醸造のお酒で乾杯！

実施期間：2023年12月18日（月）20時～2024年2月19日（月）23:59まで

・プロジェクトページ URL https://camp-fire.jp/projects/view/709333?utm_campaign=cp_po_share_c_msg_mypage_projects_show



●京都蜂蜜酒醸造所に関するリリース

蜂蜜酒（ミード）をもっと知ってほしい京都初！飲んで学べるミード専門醸造所立ち上げへ 老舗蜂蜜屋三代目・ハニーハンターの挑戦

URL：<https://newscast.jp/news/4762191>

【会社概要】

市

株式会社金市商店 資本金 1000万円

1930年創業で、国内外の養蜂家から蜂蜜を直接仕入れ、商品開発、製造を行う。「蜂蜜専門店ミールミィ」の運営のほか、全国のスーパー、百貨店に蜂蜜製品を卸売している。蜂蜜酒は10年以上前から全国で先駆けて輸入し、取扱い国、種類は国内随一。

2020年6月で創業90周年を迎えた。

【直営店舗】蜂蜜専門店ミールミィ3店舗（三条本店、京都高島屋店、阪急うめだ店）

京都蜂蜜酒醸造所 2024年3月グランドオープン

本件に関するお問い合わせ

担当：市川 電話：075-221-6639 FAX：075-221-3879 pr@kaneichi.kyoto