

誕生、常陸杜氏



茨城県の酒蔵の特徴について教えてください。

材料も造り手も異なるので、なかなかひと括りでは表現し切れませんが、近年は各蔵の個性が光る傾向にあります。酒の品質を示す一つとして、全国や地域規模など色々な単位で鑑評会、コンテストが開かれていますが、ここ数年の間、茨城の酒の評価は上昇し、酒造技術がレベルアップしていることが目に見える形で現れています。特に純米酒などの中間クラスの酒のクオリティーが上がり、各蔵で「こういうお酒を作りたい」という具体的なイメージが味、香りなどに反映されている酒が増えてきています。そういった選択肢がたくさんある中で、バックグラウンドにある酒蔵のストーリーも楽しんで貰いながら、お好みの一本を探す旅に出たいと思います。

特に注目を集めている酒蔵は？

一つは石岡市にある府中譽の「渡舟」。幻の酒米「渡船」での酒造りを復活させたことで以前から全国で話題の蔵となっており、風味や希少性ともに、オンラインワンの一本です。近年はフレッシュで少々ガス感を残した現代風に仕上げ、これまで日本酒を飲んで来なかった若い方にも受け入れられ

武田文宣
茨城県産業技術イノベーションセンター技術支援部フード・ケミカルグループ長。清酒製造技術指導、酵母培養や分離、吟醸酒製造状況調査などで県の酒造業界を支援。



昨年、茨城県酒造組合は「常陸杜氏」の認証制度を設立しました。どのような経緯で誕生したのでしょうか？

創業何百年という蔵もある茨城の酒造りの歴史を紐解きますと、新潟の越後杜氏や岩手の南部杜氏の集団に委ねる習慣が近年まで残っていました。しかし30年程前から全国的に地元の蔵の社員、経営者が造るスタイルに変化し、茨城でも4分の3程の酒蔵は地元の造り手になっています。酒造りが地元主導にシフトしていく中で、地域の杜氏を育成し、酒造技術を上げていかなければなりません。そのため、茨城県酒造組合から醸造技術や

地元杜氏の育成に対して、一つの集大成となる「常陸杜氏」の制度を設けようという提案が上がりました。そして我々、茨城県産業技術イノベーションセンターとの2年間の検討期間を経て、節目の年となる令和元年度から制度をスタートさせた次第です。

認証を取得するためには、どのような条件や試験がありますか？

まず、県内の酒蔵での一定の経験年数が必要となります。茨城県産業技術イノベーションセンターのセミナー「杜氏育成コース」を受講することや、「酒造技能士1級」取得者などの条件を満たすことも大前提です。そして茨城県に関する一般常識

や酒造技術などを問う筆記試験、小論文、利き酒などの実技、面接といった認定試験を経て、ようやく認証を取得できるものとなります。ある程度の年数と実績、技術が必要ですし、センター主催のセミナーでの課題もクリアしなければなりません。至極当然ではありませんが、特に利き酒の能力は杜氏の必須条件。それに関しては一定の難易度を課しています。認定試験に合格することはもちろんですが、その結果だけでなく、受験者が現場でどのような酒造りをしているか。セミナーの中で見える技能の部分も含めて、総合的に評価しています。そのような幾重にも立ちはだかる壁を突破した方々のみ、常陸杜氏として認証しているのです。

二〇一九年12月、その第号として、水戸市・吉久保酒造の鈴木忠幸さん、日立市・森島酒造の森嶋正一郎さん、結城市・結城酒造の浦里美智子さんの3名が認証されました。

森島酒造さんに関しては先に申し上げた通り。鈴木さんが在籍している吉久保酒造は、平均年齢30歳前半の若手社員が中心となっている酒蔵で、チームワークが抜群。地元で有名な銘柄「品」を始め、全国でも話題となった鯖専用日本酒「サバデシユ」などコンセプトが明確なアイデア商品も送り出していて、とにかく面白い。果たして、既存の枠にとらわれず、次はどんな一手を打ち出していくのか。若手ならではの柔軟性を存分に発揮する鈴木さんらの動向は今後も要チェックです。今回、紅一点となった「結ゆい」を醸す浦里さんは、希少な女性杜氏。酒造りとは無縁だった人生が酒蔵に嫁いだことよって一転し、ゼロから酒造りを学んで看板杜氏になった珍しい経歴を持ちます。酒造りとは、杜氏の人柄が正直に現れるもの。浦里さんらしい柔らかさと膨らみ、人間味が溢れるお酒は多くのファンを呼び、結城酒造は再び盛り上がりを見せています。これらの酒蔵は常陸杜氏がいる蔵として、今後のブランドینگにも役立つと思いますし、SNS等を活用した国内外への発信、既存の取引先のPRに活用していくのではないかと考えています。来年度以降、更に常陸杜氏が増えていけばグループでのPR活動やイベントの開催などの取り組みも実施されていくでしょう。茨城の酒が、また一つの盛り上がりを見せることに期待しています。

今後、茨城の酒が目指すべき未来とは？

県内39の酒蔵が、酒造業を継続していくためにも業界一丸となってチャレンジすること。これまで茨城の蔵人が代々受け継いできた伝統を守りつつ、一方で時代に合わせた進化していく。造れば売れるという昭和の感覚ではなく、スタイルや経営を柔軟に変化させることに順応した蔵が、今後生き残るチャンスがあると思います。どのジャンルでも等しく言えることですが、個性を突き詰め、際立たせたものが強い時代。それをただ造るだけではなく、お客様に分かりやすく伝えることも重要です。例えば、日本酒はアルコール度数15、6度が一般的ですが、ワインのように目でポト



一本を開けられてしまうような低アルコールの酒しか造らない。そんな風にある意味、極端なスタンスや革新も必要になってくるでしょう。昔は技術の良し悪しが顕著でしたが、今は全国的に酒造りのレベルが底上げされています。皆、一定のクオリティーを持ち合わせる群雄割拠の激しい競争が繰り広げられています。それ故に大ヒット商品が出てくるのが非常に難しい時代です。だから、コツコツと地道に地元からファンを獲得していく努力が欠かせません。もはや隣の蔵は、ライバルではなく運命共同体。消費者を「酒育」していく活動をしながら、他の酒類と競争している意識で日本酒を広めていきたいと思っています。

