

ぱーそん

日本酒の世界展開に注目が集まっている。輸出は年間150億円を超え、過去最多となった。約8千億円の規模があるフランス産ワインの輸出を参考に、生産者から飲食業まで幅広い連携が進む。

「海外のソムリエが日本酒に興味を持ち始めた」。日本ソムリエ協会の田崎真也会長(59)はワインで有名だが、最近では日本酒の普及にも力を注ぐ。今年には日本酒の知識やテイステイング能力を問うサケ・ディプロマという資格を設けた。6月まで国際ソムリエ協会会長だった人脈を生かし、来年は英国で実施。フランスやアジアにも広げる。

特に気を付けるのが、客の心に響く表現方法だ。「日本酒は鑑評会で減点方式が定着し、個性を前向きに形容しづらかったのかもしれない(田崎氏)。飲みたくなる表現を広め、日本酒ファンを開拓すべく心を砕く。

日本酒造青年協議会の「酒サムライコーディネーター」の平出淑恵さん(55)は、日本酒を軸にした観光立国を目指す。仕掛けの一つが、英国の酒販業界が開催するインターナショナル・ワイン・チャレンジ(IWC)という大会だ。日本酒部門で優勝した酒造がある佐賀県鹿島市は、2015年の「酒蔵ツーリズム」に7万人が集まった。

平出さんは日本航空の客室乗務員だった25年前、ソムリエ資格取得をきっかけに社内でのワイン事業に関わるようになった。同協議会と協力してIWCに日本酒部門を創設し、独立。「日本の各地を訪ねれば、地酒を味わう楽しみが増える」と目を輝かせる。輸出の品質管理に心を配る

世界へ羽ばたくSAKE

SAKE を世界に発信する人々

各国で「日本酒文化」伝導



田崎真也
日本ソムリエ協会
会長



平出淑恵
酒サムライコー
ディネーター

品質を守る



長谷川浩一
はせがわ酒店社長

酒造り広める



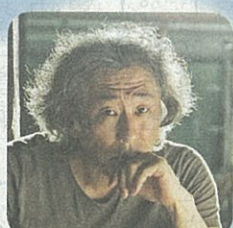
尾畑留美子
尾畑酒造専務

海外の外食店 ターゲットに



新沢蔵夫
新沢醸造店社長

異文化と融合



久野九平治
萬乗醸造社長

のが、はせがわ酒店(東京・千代田)の長谷川浩一社長(61)だ。味に厳しいことで全国の蔵元に畏れられ、東京の表参道ヒルズや麻布におしゃれな酒店を出して「洗練された日本酒」を演出してきた。いま「外国に管理方法を伝えないと間違ったイメージになる」と警鐘を鳴らす。

ワインより日本酒は温度変化に敏感だ。海上輸送は冷蔵設備を使わないと劣化する。到着後もワインと同じ約14度の温度管理だと熟成が早まり風味は損なわれるという。長谷川社長は、100カ国以上に日本酒を輸出。各国の物流業や外食店に繊細な日本酒の品質管理を要請している。海外では日本酒のプレミアム

ム感も訴求力を持つ。「伯樂星」で知られる新沢醸造店(宮城県大崎市)は、新沢蔵夫社長(42)らが毎月2回ほど外国へ商談に行く。純米大吟醸「残響」は、米国西海岸の和食店で1瓶(720ミリ)約30万円の値がついた。日本酒はコメを50%削れば大吟醸になるが、残響は93%削っている。他の銘柄も含め欧米やアジアの17カ国に輸出し、今年の前年比5割増を見込む。

「真野鶴」で知られる尾畑酒造(新潟県佐渡市)は、尾畑留美子専務(52)が「本場の酒造りも教えないと海外で審美眼が育たない」とみる。日本でワインを造るのと同様、欧米で日本酒を造る人も始まった。尾畑さんは今年、

スペインの醸造家アントニオ・カンピンスさんを研修生として受け入れた。廃校の小学校を改造した蔵は国際的な学びやになっている。

萬乗醸造(名古屋)の久野九平治社長(52)は、「異文化との融合で日本酒を進化させたい」と語る。「醸し人九平次」のブランドで世界に進出している。蔵元の15代目ながら、15年にはフランスの醸造所を購入してワイン造りにも参入。今年には仏産のコメで日本酒造りにも挑み、風土の違いを研究する。

酒はその国の文化と深く結びついている。世界に羽ばたくSAKEは日本の魅力を伝える力強い存在に育ちつつある。(小太刀久雄)