

日本酒から 地域を創る

老舗が地域と都市との交流の拠点に
変身しようとしている。



日本酒が持つ4つの力

「戻ったとき、最初にやろうと思ったのは、日本酒を海外に出荷することでした」という尾畑酒造の5代目蔵元、尾畑留美子さんが佐渡に帰っ

てきたのは1995年（平成7）のことだった。東京の映画配給の会社である日本ヘラルド映画に勤めていたが、実家の蔵を継ぐために帰郷。そのタイミングに角川書店編集者の平島健さん（50歳）とも結婚し2人

で戻った。平島さんの母方の実家も東京で造り酒屋をやっている。当時、日本酒の需要は低下を続けていた。その中でも新潟県だけは右肩上がりだったが、それも1996年をピークに毎年下がっていった。

そこで目指したのが新しい市場だった。大消費地である東京。百貨店などの販路を広げながら、念願であった海外へも目を向けていった。英語のホームページをつくると、新潟県で留学経験のあるアメリカの青年が

「新潟のお酒を扱いたい」と問い合わせてきたのをきっかけに、毎日のようにメールでやり取りしながら1年がかりで初出荷にこぎつけた。輸出をするなら現地のローカルのディストリビューターに直接出したいと思っていたので、まさにそのスタイル。

てもらう。日本文化とは、地域文化の集約された形である。4つ目は地域の活性化。酒蔵は地域のランドマークのような存在であり、長くその地域で酒造りを続けている。そして地域があつてこそ酒造りであり、蔵にとって地域が元氣であることは必須条件だ。この地域活性化の具体例が次に紹介する「学校蔵」だ。

社長の平島さんがその狙いを語る。「もともと学校だったということで、いろんな人たちが集まるにはピタリの場所。佐渡は人口減少や高齢化など課題先進地ですが、学校蔵にいろいる方が来て、地元の人を刺激を受け、そこから新しいものが生まれ、地域が活性化していけばいいと思っています」

「学校蔵」は発信・交流の場

その一方、先方の輸入免許などの取得やアメリカでの商品検査や登録など、多くの課題を一つずつ越えていった。今では10数か国に独自の販路を広げているが、この時の経験が役に立っていると笑う。全国の日本酒の輸出割合が約3%という現状の中、尾畑酒造の輸出货量も多い時には全体の約7%を占めるまでになった。

「日本一夕日がきれいな小学校」といわれた海沿いの丘に建つ西三川小学校が2010年に廃校になった。平島さんは、「地域コミュニティの中心にある学校が朽ち果てるのはとめたい」と酒造場として再生することを決めた。2014年に稼働。1年目は小さいタンクで2本、そして2年目はタンク4本の酒を仕込んだ。酒造りを学びたいという人の受け入れもスタートさせた。

人口減なら交流人口増を

尾畑さんによると、日本酒の需要を喚起することは地方にとって4つのプラスがあるという。1つ目は農業振興。食用米は減っているが、酒米の生産量は増えている。2つ目は地域の国際化。日本酒は生産地のストーリーを伝えるツールとなり、海外の日本酒ファンが生産地を訪れることによって「酒ツーリズム」が広がる。3つ目は日本文化の発信。お酒を通して歴史ある日本文化を知っ

また、この場所では「学校蔵の特別授業」として勉強会も開催している。地域づくりの研究をされている専門家や若手の社会企業家など、多彩なメンバーがやってきて、地元の人たちと交流しながら意見交換をする。

平島さんが20年前に佐渡で暮らし始めたとき、「食べることに困らない豊かな島」と思ったが、一方で「余裕があるせいか、将来に対する危機感が薄いという気がしました」と振り返る。実際、人口は毎年1000人ずつ減り続けて、今は6万人を割った。かつて100万人を超えていた観光客は昨年53万人に半減。しかし平島さんは言う。「交流人口を増やすことで活性化を図ることが大事です。新しいものを生み出し、そこに住む人が幸せを感じられる地域づくりをしていきたいです」

平島健さん
Takeshi Hirashima
尾畑酒造株式会社
代表取締役社長

尾畑留美子さん
Rumiko Obata
尾畑酒造株式会社
専務取締役



- 1 学校蔵に生まれ変わった旧西三川小学校。
- 2 藻谷浩介さん（右から2人目）らと学校蔵で交流。
- 3 学校蔵の仕込み部屋は1室を改装した。