

日本酒が醸す地域の未来 尾畠酒造「学校蔵プロジェクト」 ～老舗蔵元の継続戦略～

おばたるみこ
尾畠留美子

尾畠酒造株式会社 専務取締役

はじめに

日本で一番大きな離島、佐渡島。この島の両翼と真野湾を見下ろすことが出来る小高い丘に、『学校蔵』と呼ばれる場所があります。“日本で一番夕日がきれいな小学校”と謳われながらも2010年に廃校となった旧・西三川小学校です。私達は、この場所を酒造りの場として再生させる「学校蔵プロジェクト」を2014年にスタートさせました。

ここで進めるのは「酒造りを中心とした、「遊び」「交流」「環境」の4本柱の事業です。目指すのは、佐渡だからこそ酒造り。そして酒造りを通して、百年の後も元気な地域創りに関わっていきたいと考えています。

老舗蔵元に生まれて

私は「真野鶴」を造る蔵元の次女として生まれました。小さな頃から遊び場所は静かでひんやりした仕込み蔵。薄暗い空間の中ですらりと並ぶ大きなタンクや神棚が神妙な威厳を保っていて、幼心にも「神聖な場所」と感じたものです。



真野鶴の蔵



映画会社時代



【尾畠留美子氏のプロフィール】

1988年慶應大学法學部政治学科卒業。日本ハラルド映画入社、映画配給宣伝に携わる。1995年、実家である「真野鶴」醸造元・尾畠酒造に入社、現在専務取締役。同社は2009年より普通酒を廃止、全量特定名称酒製造に切り替える。2010年世界ではじめての日本酒ベースのカカオリキューをプロジェクトリーダーとして製造。きき酒マイスター、日本酒組合中央会需要開発委員、農水省食料・農業・農村政策審議会臨時委員、総務省・地域力創造アドバイザー他。二女の母。

二人姉妹の妹だった私はいつか蔵を継ぐつもりだったのですが、姉が婿養子を取って家を継ぐことに。方向転換した私は東京の大学に進み、卒業後は映画会社に入社しました。本土から隔たれた島という環境で生まれ育った私は、子供の頃から世界の国々を見せててくれる旅番組が大好きでした。映画も同様、世界の文化を見せてくれることに魅かれ、大学生の頃は映画館に通って新旧多くの作品を見たものでした。その思いが仕事につながったのです。

映画というものは一つひとつテーマや舞台が異なります。新しい作品を担当に持つたびに、映画のテーマに合わせてプロモーションを考え、アプローチをするのは新鮮な仕事でした。映画と食、旅、ファッションなど異なる何かを掛け合わせて相乗効果を生み出していくのも面白い経験でした。時はまさにバブル真っ只中。作品にも恵まれ、宣伝プロデューサーとして担当した『氷の微笑』や『レオン』などは多くの人にご覧頂き大ヒットとなりました（その一方、残念ながら埋没した作品も数知れずですが）。一つヒットが出れば数十億円以上の興行収入が叩きだされるのが映画業界。海外の有名監督

や俳優とも出会う華やかで刺激的な世界で、あっという間に時間は過ぎていきました。しかし7年目のある日、突然、私の心に「蔵に帰ろう」という言葉が浮かびました。大きな仕掛けをして、大きな流れを作り出す。そしてブームが生まれ消えていく。確かに楽しくて面白い、しかしどこか懐い日々。私はもっとリアルな仕事をしたくなつたのです。

日本酒市場の変化

蔵に帰る決心をしてから、角川書店（当時）編集者であった男性（現・弊社社長）と結婚。二人共に会社を退職し、1995年10月に実家である尾畠酒造に入りました。その後、二人の子供を出産。五年ほど経った頃から営業活動で外に出るようになりました。男女比率半々の映画業界とは違い、当時酒業界では女性蔵元は珍しかったようで（今もですが）、面白がられたり驚かれたりでした。

そんな形で飛び込んだ日本酒業界は厳しい時代が続いていました。日本酒市場は1973年をピークに約3分の1に需要が縮小し、地酒ブーム時代やバブル期の投資過多、流通再編による売り先の消滅が原因で廃業したり他社の傘下となった酒蔵もありました。人口減少、低アルコール嗜好、輸入酒を含めた選択肢の増加、小売り免許自由化による販売店の淘汰……酒の業界を取り巻く環境は急変していました。有効な手立てを見出ことなく需要は減り続け、メディアでは「低迷する日本酒業界」の文字が躍っていました。

実にストレスの多い時代でしたが、しかし、よく言われるようにピンチはチャンス、日本酒業界はこ

の後、小さなざざ波が立つがごとに変化を重ね、やがて大きな変貌を遂げる道を進み始めることになります。

海外市场への挑戦～夢を実現

蔵に戻った時から頭にあったのが「海外輸出」でした。映画会社時代にアメリカに出張することがあった私は、時々日系の和食屋さんに足を運んでいました。しかし当時口に出来たのは大手ブランドやわずかな有名地酒だけ。地方の小さな蔵元の酒を目にすることは稀でした。実は海外で飲まれている日本酒は海外現地生産のお酒が主流で、日本からの酒の輸出と言えば大手の日系商社が一手に担っている時代。地方の小さな無名蔵のお酒は取引きに手間がかかるあまり歓迎されなかったのです。

その様子を見ながら、私は現地の人にうちの小さな蔵が造った地酒を飲んでもらうにはどうしたらいいかと考えようになりました。辿り着いたのが、現地ローカルの流通業者との直接取引でした。なぜならば、現地ローカルの人たちに届けるためには、おのずとその流通に関わる部分から見直すことが必要だと思ったからです。

そうは言っても具体的な方法を知っていたわけではありません。その方向をイメージしながら、ジェトロのセミナーに参加したり、英語のホームページを1ページ作ってみたりと手探りで今出来ることをやってみました。嬉しいことに意外と早く反応があり、新潟に住んだことがあるというアメリカ人青年から「お酒を仕入れたい」というメールを受け取ることになりました。アメリカでお酒を輸入販売するには3つの免許が必要なのですが、この青年はこれ

からすべて揃えると言います。何もかもがはじめて同士の両者で、毎日のように連絡を取りながら煩雑な作業を進めていきました。やっと先方の免許が揃ったら、次はこちらで煩雑な作業がスタート。今思えば、実に複雑怪奇で面倒な作業だったので、当時は無我夢中で前に進むことし考えていなかつたため、途中で投げ出すことなく続けられました。そして、この経験が後に役に立つことになります。

日本酒はアルコール飲料なので輸出の規制が厳しく、求められる書類関係も多種多様です。輸出先国それぞれのルールに則って進めなくてはなりません。間接輸出であれば商社がやってくれるわけですが、直接取引ということは、そのような手続きを自分達で処理することになります。はじめての人には正直ハードルが高い作業です。ですが、当社ではアメリカ向けで煩雑な作業をこなした経験を持っていたため、以後、輸出国が増えてもそれが大きな障害とは感じなくなっていました。

もっとも実際の輸出をはじめた後も、代金回収が滞ったり、パートナーが廃業したりと様々な失敗が続きました。けれど、ありがたいことにそれまでの足跡が新しい出会いを導くという幸運に恵まれ、輸出先国は少しづつ増えていきました。

2003年にスタートした弊社の輸出は、現在は14か国15地域に出荷しており、その半分が直接取引となっています。

同じく、2003年からエールフランス航空のファーストクラス機内酒として提供されるようになり、その後、ベトナム航空、ガルーダ航空と搭載されました。

居心地の良いところに留まらない

私達が手探りで輸出をはじめた2000年代中盤以降、日本酒業界全体で海外への輸出数量は量、額と

もに増えています。その一方、国内市場は前述したように相変わらず低迷を続け、特に「若者の日本酒離れ」が指摘されていました。

下降する需要とは裏腹に、実際の市場では東京を中心に酒の会やイベントがあちらこちらで開催され、熱烈な日本酒ファンでいっぱいでした。蔵元同士の挨拶でも、「日本酒はこんなに人気があるのに、なぜ売れないのだろう?」という会話がよく出ていました。そんなある日、私はハッとした。日本酒ファンがいるところにだけ、自分は身を置いていたのだと。

それから私は大学生向けにセミナーを開催したり、あるいはワインの造り手や専門家と交流を持つようになりました。日本酒の専門用語が通じる居心地の良い世界から、違和感いっぱいの世界に飛び込んでみることにしたのです。そこでは大いなる刺激と気づきが待っていました。

実際、大学生は日本酒を飲んでいませんでした。いえ、正確には飲む機会がなかったのです。一口飲めば「美味しい」と感じる。けれども、日本酒との出会いがなかった。ワインマーケットに出向いてみれば、日本酒の味わい表現の乏しさを痛感するばかり。初心者にとってわかりづらくハードルの高い酒になっていたのです。居心地の良い場所に身を置いていては気付かなかった背景が見えてきました。課題がわかれれば、やることも明確になります。

現在、国内アルコール市場で日本酒が飲まれる割合は、わずか6%台です。今後人口減少が続くと、このままでは需要は縮小する一途です。であれば、既存の日本酒マーケットの取り合いをするよりも、パイそのものを大きくすることを考えた方が生産的です。わずか6%台ならば、やりようによれば倍になるかもしれません。倍になれば、業界全体でチャンスが倍になるのです。その方がよほど面白い仕事が出来るのではないかでしょうか?

その後、日本酒業界は大きな節目を迎えます。2011年、清酒の出荷量が16年ぶりに前年比プラスになったのです。背景には復興支援があると言われています、被災地のお酒を飲んで支援しようというイベントが多く開催され、それまでお酒を飲まなかつた方々も日本酒を口にするようになりました。結果、日本酒の味わい、生産地のストーリーが見直されるきっかけになったようです。

この年を境に、業界は少しずつ変わってきているように感じています。味わいのバラエティが増え、ワイングラスで飲んだり氷を使ったりとスタイリッシュな飲み方提案もされています。造り手の思想も広がっています。女性の日本酒ファンが増えていることもお気づきでしょう。日本酒はもはや古臭いイメージではなく、誇るべき日本文化の象徴になっているのです。

地方から世界に出て気づいたこと

2003年にスタートした輸出ですが、しばらくは正直なかなか成果につながりませんでした。今考えると、お酒のクオリティに自信があったことで、味わい以外の大変なことに目を向けていなかったのです。

そんな私に、2007年、ある転換期が訪れることがあります。この年、世界最大のワイン・コンペティションである IWC (インターナショナル・ワイン・チャレンジ) に日本酒部門が設立され、弊社の「真野鶴・万穂」が大吟醸部門でゴールドメダルを受賞したのです。この年の秋、ロンドンで開催されたアワードディナーで、各部門のゴールドメダルを受賞した11銘柄の日本酒を一度に味わうという幸運に恵まれました。その瞬間、私は11種の酒の味わいに引き込まれました。すべてのグラスの中に、良し悪しを越えた輝く個性があったのです。

「個性」とは何か。それは酒のクオリティを生み

出す、唯一無二の地域の風土。ワインの世界で言うところのテロワールというものです。

真野鶴のテロワール

テロワールとは、その土地特有の土壤とか気候などの風土を指します。すなわち、酒の生産地である佐渡島そのものの風土ということです。そして、そこに住む人も、必然的に地域の環境の影響を受けることになりますから、人もテロワールの一つと考えて良いでしょう。この理念を私たちは言葉にすることにし、日本酒造りの三大要素と言われる米・水・人に、生産地である佐渡を加え、これら四つの宝の和をもって醸す「四宝和醸」という言葉を作ったのです。

この四つの中身を見ていきましょう。佐渡は朱鷺が舞う環境の島です。佐渡では朱鷺が暮らす環境を守るために、減農薬・減化学肥料の米栽培が進められています。私たちの契約農家である佐渡相田ライスファーミングでは、これらの要素を厳格に規定した「朱鷺と暮らす郷づくり認証米制度」に則って酒米を栽培しており、田圃では時々朱鷺の家族に遭遇することもあります。仕込みに使う水は、小佐渡山脈からの雪解け水。軟水のため、柔らかい酒に仕上がります。造り手は、40代の杜氏と20~30代の蔵人という若手に恵まれています。当社の造りは新しい酒米や新しい酵母を取り入れる等、意欲的な挑戦が多いです。



田圃に舞う朱鷺



越淡麗の田圃で、契約農家の相田氏と

いですが、若い彼らの感性との二人三脚で取り組んでいます。

最後の要素である「佐渡」は貴族文化、江戸文化、上方文化が流れ込み、海に囲まれているが故に独自の融合を遂げた島です。面積は東京23区の約1.4倍、人口6万弱。自然環境、文化も合わせて「日本の縮図」と言われる島です。この島で佐渡ならではの酒造りを追い求める私たちは、2014年、新しいプロジェクトをスタートさせることになります。

学校蔵プロジェクト～廃校を酒蔵に再生

“日本で一番夕日がきれいな小学校”～そう謳われながらも少子化の波に逆らえず2010年に廃校となつた旧・西三川小学校が、私たちのプロジェクトの舞台です。

以前より学校の存在を知っていた夫（弊社社長）は、この廃校を仕込み蔵として再生させるというアイデアを温めっていました。

私がそのアイデアを知った時、日本酒業界は長く低迷期が続いており、小さな蔵にとっては設備投資、人の手配共に難しい問題で、正直賛成しかねていました。けれども、実際に小学校に対面した時、考えが変わりました。校舎が立つ丘の上から見えたのは、どこまでも続く美しい空と日本一の夕日が沈む海。損得や利害ではない、「やらねばならぬ」と



学校蔵での酒造り

いう衝動が内から湧き出してきたのです。

廃校後4年の準備期間を経て、2014年5月『学校蔵プロジェクト』がスタートしました。ここでは夏場に小ロットで行う酒造りを基本としています（免許の関係でリキュール表記となります）。材料はオール佐渡産。酒米は前述の佐渡相田ライスファーミングが「朱鷺と暮らす郷づくり認証米制度」に則って栽培する新潟県限定栽培酒米・越淡麗。さらにこの米は、佐渡の特産物である牡蠣の殻を利用した牡蠣殻農法という手法により、ミネラルたっぷりな水を使うことで健康に成長した稲穂より生まれます。

学校ではこの「酒造り」を中心に、「学び」「交流」「環境」の4つの柱でプロジェクトを進めています。「学び」では酒造りを体験したい人を約一週間という期間で受け入れるという試みを始め、2015年は3組が参加しました。「交流」では、日本の縮図である佐渡から日本の未来を考えるという切り口で、島内外の人が集ってディスカッションする「学校蔵の特別授業」を開催しています（注：本ワークショップは書籍化されています。別枠参照）。「環境」ではオール佐渡産の理念を深め、酒造りのエネ



2014年の「学校蔵の特別授業」の様子



2015年の「学校蔵の特別授業」の様子

ルギーをも佐渡産にすべく、太陽光パネルを使って自然再生エネルギーを導入しています。この取り組みは東京大学国際高等研究所サステイナビリティ学連携研究機構（IR3S）との共同研究にもなっています。現在は学校プール跡を使って太陽光パネルを設置し、必要電力の約20%を導入。今後は100%を目指し、朱鷺が舞うエコアイランドならではの酒造りを実現していきたいと思います。

他にも芝浦工業大学とのものづくりコラボレーションや和太鼓で有名な鼓童とのアースセレブレーションツアーでの共働など、学校という場を生かした試みが少しずつ広がっているところです。

世界とつながる

2003年に真野鶴の海外出荷が始まって13年目、その間に海外における清酒市場も大きく飛躍しまし



ニューヨークでの酒セミナー

た。2014年の日本からの清酒輸出額は約115億円。日系和食屋さんのみではなく、フレンチやイタリアン、現地ローカルの飲食店でもワインリストにお酒を見ることも珍しくありません。昨年訪れたラスベガスでも高級フレンチレストランのソムリエ向けにプロモーションを行い、大きな手応えを感じました。

海外からのお客様も増えています。パートナーや酒ファンが佐渡を訪れてくるのです。その際には佐渡の自然に触れ、米の生産者に会ってもらい、食文化を味わってもらいます。海外の人に生産地を知つてもらうことはもちろん大事なのですが、同時に弊社社員や酒造りに関わっている人たちが遠い国からやって来た彼らと触れ合うことも大切だと考えています。お酒を通して、地方に住む私たちが世界とつながっていることを実感できます。東京をゴールと考えると離島はハンディがたくさんありますが、世界をマーケットと捉えたら、自由な発想と大きな可能性が広がるものですね。そのことが人を成長させ、酒造りを進化させていくのです。

次なる挑戦

グローバリゼーションの時代を迎え、醸造技術の発展とともに大量生産が可能になり、酒類業界でも世界標準化が進んできました。その中で、私たちのような地方の小さな生産者はより地域性にこだわり、リージョナルな発信をしていくことが必要だと思います。それこそが誰にも真似の出来ない「個



2007年IWC ゴールドメダル受賞の「真野鶴・万穂」

性」という唯一無二の価値になると思うからです。

私の酒造りへの想いは海外というフィルターを通してのことによって、生産地である佐渡の個性をいかに引き出すかということに深く及んでいます。単に飲料としての「酒」ではなく、その背景にある生産地の物語を伝えたい。私が海を越えていく「真野鶴」のことを、佐渡の物語を伝える「旅する地酒」と呼んでいるのは、そのような理由があります。

旅は人を成長させるもの。同じように旅する地酒も成長が求められます。そこで、私はこれから真野鶴ならではの成長を目指し、次の3つのテーマに取り組んでいく予定です。

- ① 「佐渡らしさのさらなる追及」。酒米へのこだわり、味わい表現の深化、料理とのマリアージュ、デザインへの反映など総合的に見直し、国内外の市場創造とブランド向上を図る。
- ② 「循環を生むものづくり」。地方に多く眠っている、まだ活用されるに至っていない資源を私たちのお酒と結びつけ、循環と価値を生むものづくりにつなげる。
- ③ 「世界とつながる」。世界をマーケットと捉え、既存・新規のパートナーとの関係性をより強化・発展させる。

おわりに～酒造りは地域創り

酒は故郷の語り部です。佐渡が酒を醸し、酒が佐



学校蔵とお酒「学校蔵」

渡を語る。百年の時を越えて酒造りを続ける私たちにとって、地域の米や水、人がすべてのはじまりであり、地域が元気であってこそ酒造りです。言い換えれば、酒造りは地域創りそのもの。私の一番の願いは、これから百年の後も地域と共に酒造りが生き続けることです。そのためにも、目先の数字だけに囚われることなく、一過性のブームに一喜一憂することなく、百年の後を見据えた継続的な成長戦略と共に歩んでまいりたいと思います。

■書籍

『学校蔵の特別授業 ～佐渡から考える島国ニッポンの未来』

廃校となった“日本で一番夕日がきれいな小学校”が、酒を造る「学校蔵」に生まれ変わった。ここで実際に行われた「学校蔵の特別授業」をもとに、本書では改めて3人の識者、藻谷浩介氏（日本総合研究所主席研究員）、酒井穰氏（BOLBOP 代表取締役CEO）、玄田有史氏（東京大学社会科学研究所教授）らと対談形式で授業を再現している。「地方と都会の境界線」「人口のベストバランス」「リーダーシップ」等について考え、学校蔵の設立経緯やこれからなどを紹介する。（尾畠留美子著 日経BP社 発行 1,600円税別）

