

中部 だより



中経連事務局員が、担当するエリアでお聴きた、各県の最新トピックや地域特有の情報を紹介するコーナーです。

信州SAKEカントリーツーリズム ～多彩な味が魅力の長野の地酒～

1. 世界に注目される日本酒

ユネスコの無形文化遺産に「和食」が登録され、「日本酒」も世界的に認知度が高まっている。日本酒への注目度の高まりに伴って、現在、地方の酒蔵を巡る「酒蔵ツーリズム」が人気を集めており、2013年3月には観光庁の呼びかけにより「酒蔵ツーリズム推進協議会」が発足、酒蔵ツーリズム推進のための官民一体となった取り組みが実施されている。

2. 長野県は全県スタンプラリーを展開

長野県は、新潟県に次いで全国で2番目に多い酒蔵数(1位新潟90蔵、2位長野79蔵)を誇る「地酒王国」であるが、生産量は全国11位で、新潟県の1/4程度しかない。酒蔵の経営規模が他の地域に比べて小規模なものが多いため、一つの酒蔵による拡販活動にはどうしても限界がある。

しかし、小規模多数の酒蔵が広域に分散していることで、長野の地酒には「味の多彩さ」という特徴があった。



こうした特徴を生かし、長野県では、協議会発足前の2009年から、「信州SAKEカントリーツーリズム」と銘打ったスタンプラリーを展開している。県全域を対象とした、通年かつ無期限のスタンプラリーは全国でも長野県だけだ。各酒蔵で

1,000円以上購入すればスタンプを押してもらえ、全てのスタンプを集めれば純米吟醸酒(720ml)18本もの「豪華景品」をもらうことが出来る。

「最初は一升瓶18本と言っていたのですが、景品



信州SAKEカントリーツーリズムのスタンプシート(賞品はスタンプ10個から) ◆

が良すぎて外から『待った』がかかっちゃいまして…」と長野県酒造組合事務局次長の竹内さんは笑って話す。景品の費用負担は大変だが、ずっと続けていく予定だ。「蔵数は70以上ありますから、皆さん3年くらいか

けて回られています」と、息の長い取り組みとして展開している。

「3年もかかる」という難易度にも関わらず、今までに約40名が「全蔵達成」をしており、中には2周目を達成する強者もいるとのこと。また、あまり飲み手と接することのない蔵人が、飲み手の意見を製品に反映する良い機会にもなっており、副次的な効果も得られている。

3. 山と深い谷がつくり出す地域独特の酒質

日本酒の味は水に大きく左右される。日本酒の仕込みに使う湧水は、飛騨山脈・木曾山脈・赤石山脈などの山系で味が異なる。これが長野の地酒の「味の多彩さ」を生む。山と深い谷によって区切られた地域で、それぞれの独自の酒質がつくられ、それが脈々と今日まで続いている。

「新潟県や福島県は多くの酒蔵が金賞を取るのですが、味が似ているんです。長野県で金賞を取った地酒は、端麗



辛口からトロっと濃いものまで、酒蔵によって全く違った美味しさがあります」と竹内さんは言う。

山と深い谷がつくり出した多彩な美味しさを、多くの酒蔵が力を合わせて発信する取り組みが「信州SAKEカントリーツーリズム」だ。

4. 精米も人材育成も共同で

「小規模」という弱点を克服する取り組みはスタンプラリーにとどまらない。長野県酒造組合では、精米も人材育成も酒蔵が協力しあい、共同で実施している。

精米は、長野県大町市に日本最大規模の精米工場を建設し、酒米を共同で仕入れ、酒蔵から指定された酒米の品種・精米歩合で精米して各酒蔵に配送している。共同購入で仕入れ価格を抑え、精米作業を集約することで、精米品質の確保と人件費の抑制を実現している。



日本最大規模の酒造用精米工場「アルプス搗精(とうせい)工場」★

人材育成については、「酒造技能士養成講座」を開設。長野県工業技術総合センターに日本酒の仕込みができる小規模設備をつくり、県内の若手蔵人を共同で育成している。講座では、県内の有名杜氏とうじから指導を受けられる日本酒づくりの実習から、酒税法・記帳・清酒製造計画策定などの机上学習まで、日本酒づくりを一連で学ぶことができるようになっている。



酒造技能士養成講座の様子 ◆

また、長野の地酒をさらに美味しくするために、酒米の品種改良にも着手。長野県農業試験場などと「長野県酒米研究会」を5年前に設立し、長野県の酒造好適米「美山錦」^{みやまにしき}に続く、新たな酒造好適米を開発中だ。

5. 長野の地酒の魅力を県外・海外に

日本酒の国際的な認知度は高まってきているものの、足元の国内市場では他のアルコール飲料との競合などにより、吟醸酒、純米酒など「特定名称酒」を除いて消費量の減少傾向が止まらない。

長野の地酒にとっての今後の課題も、付加価値の高い特定名称酒への生産シフトと、県外・海外への販路拡大である。長野県酒造組合が毎年行っている「長野の酒メッセ」は、4年前から東京に加えて大阪でも開催し、日本酒を各銘柄に合った食事とともに提供するなど工夫を重ねることで、西日本への販路も拡大しつつある。



2017長野酒メッセにて地酒を堪能する参加者たち ◆

実は、長野の地酒の7割は県内で消費されている。酒蔵によっては、金賞を取るほど美味しい日本酒をつくりながら、全て県内で消費されてしまい、県外では認知されていないものもある。

「本当に美味しいのに県外では全く知られていないなんて勿体ない」と竹内さんは残念がる。今回紹介した「スタンプラリー」や「長野の酒メッセ」などの取り組みが、長野の地酒の認知度アップのきっかけになることを期待したい。

長野県酒造組合のホームページでは効率的な酒蔵の巡り方を地図で紹介している。日本酒好きの方は、長野県内だけにしか出荷されていない「幻の名酒」を求めて、信州を旅しながらスタンプラリーに挑戦するというのは如何だろうか。

文：長野担当 鬼頭 大介
取材協力：長野県酒造組合、長野県日本酒・ワイン振興室
写真提供：☆印 長野県観光機構、★印 大町市、◆印 長野県酒造組合