

(宮下酒造株式会社) 宮下 晃一

地ビール「独歩」の誕生

宮下酒造は1915年(大正4年)より酒造業を営んでおり、今年で創業95年になる。当社は日本三大名園の一つである後楽園の北1 kmに位置し、豊かな旭川の伏流水を使用して長い間、日本酒や焼酎を造ってきた。1995年7月からは地ビール「独歩」の製造・販売を開始した。当時、一般的に日本酒の消費量は減少傾向であったが、一方でビールは日本酒に比べてアルコール度数が低く、また冷蔵庫から出してすぐ飲めるという手軽さもあり、消費量が伸びていた。そのような状況の中で、今後日本酒だけでは厳しい、時代の変化とともに変わっていかないと生き残れないと考えているうちに、1994年に規制緩和で酒税法が改正され、小さなビール会社でもビールを造ることが可能になった。そこで、当社としてもビール造りに挑戦しようと考えた。

当時、国内には沖縄のビール会社を含めて大手ビール会社が5社あった。ビールは装置産業で規模が大きいほどコストが安いので、規模が小さく、コストが高い地ビールに本当に存在価値があるのかという疑問が浮かんだ。しかし、日本のこれまでのビールはアメリカのビールによく似ており、薄く、味わって飲むというよりは喉の渇きを癒すもので、ヨーロッパのビールのように濃く、味わって飲むものではなかった。また高度経済成長期には、規模を大きくして、同じタイプのを大量生産、大量販売するやり方でよかったのだが、そのころから日本は消費者がいろいろな商品を自由に選ぶことができる多様な価値を認めようという社会になりつつあった。そこで、少量生産、少量販売でも今までにない、味わって飲むビールを造れば、地ビールも大手ビールと共存していけると考えて事業化に踏み切った。

地ビール事業化の準備は販売開始の2年前の1993年に構想を考え練ることから始まった。日本で地ビール事業自体が初めてのことだったので、この2年間は苦悩の連続であった。当社は中国地方で初めて、そして全国で9番目に地ビール製造を開始したが、全国で最初に発売したビールとわずか5カ月しか違わなかった。したがって、準備作業をしているときはどの会社も同様のことをしていたのである。どういうタイプのビールを造るかによって、機械にしても原料にしてもあらゆる選択の幅があった。日本人に一体どういったビールを持ってくればうけるのか、そういったことを一つ一つ詰めていかなければならなかった。

この当時日本ではビールに関する情報がなく、ビールの造り方は公表されず、大手ビールの最高の企業秘密であった。日本で得ることができないので、ドイツやアメ

リカから教えてもらうということになった。世界には約200種類のビールがあり、地域によってそれぞれ特徴がある。当社の場合は結局ドイツへ行ってブラウマイスター、いわゆるビール造りの職人を呼んで、原料も機械もドイツから購入し、日本に今までなかったタイプのビールを造ることになった。原料の買い付けのためにドイツには3回行くことになった。原料が悪かったら、たとえ技術がよくてもいいビールはできない。業者と粘り強く交渉し、改善を重ねた。また、製造技術の面に関してはアメリカにも研修に行き、技術の向上を図った。

地ビール「独歩」の特徴

世界のビールには上面発酵ビールと下面発酵ビールがあるが、「独歩」は後者の下面発酵ビールであるのが特徴である。上面発酵は20度で発酵するので約2週間でビールができるのに対して、下面発酵は10度前後の低温でゆっくりと発酵させるので1カ月以上かかる。また、もう一つの特徴は酵母入り生ビールであるということである。酵母は健康に良いと言われている。ただ、いくら酵母が健康に良いからといって、飲みすぎると下痢をしてしまうことがある。当社では完全に酵母を除くのではなく、遠心分離機によって酵母を残しながら除いている。この方法で1 ccに約10~100万個以下に減らしている。ビール酵母には整腸作用や代謝機能を高める効果などさまざまな機能性があることが知られている²⁾。酵母は栄養源がある限り生きていくが、次第に死んでいくので、賞味期限は冷蔵保存で3カ月に設定し、早めに飲んでいただけるよう消費者へ促している。

おいしいビールの条件は新鮮さが一番だが、やはり原料も大事である。日本酒造りもビール造りも酒と呼ばれるものすべては原料にかかっている。その中に当然麦芽やホップ、酵母もあるが、重要なのは水である。水は最初に述べたように、岡山三大河川の一つ旭川の伏流水を地下100メートルから汲み上げて使用している。日本酒にも使用している水で、日本名水百選にも選ばれた雄町の名水も近くに湧き出ている。軟水で淡色ビールを造るのに非常に適していることから、ピルスナーというメジャーな淡色ビールのタイプを主に造っている。2009年の春季全国酒類コンクール地ビール部門で第1位を受賞した。麦芽やホップ、酵母、水などの原料のよさや製造技術が評価された。

地ビール「独歩」の名前の由来

「独歩」という名前は広く公募して約3000通の応募の中から選んだ。そのうちの40%くらいは「桃太郎」だったが、「独歩」という名前が2通あった。両方とも主婦の



ピルスナー 瓶・ジョッキ



独歩工場

方だった。「独」いうのはドイツを意味し、ドイツタイプのビールを造るということで「独歩」と名付けていただいたのだと思う。それから、「独立独歩」という言葉があるが、日本のマイクロ・ブルワリーとして、独立独歩、特色のある、信念のビールを醸造しようという心意気を表している。また、鎌倉のあるお寺の和尚様からお聞きしたお話では「独歩」という言葉は中国の宋の時代の仏の道を説いた公安集「無門関」に出てくるありがたい言葉だそうだ³⁾。

「独歩」はいち早く瓶詰めし、全国に販売したため、1996年から1997年には地ビールとしては全国一の製造販売数量になった。瓶は330 ml, 1 l, 2 l (現在2 lは販売していない)、缶は250 mlと多彩な容量の容器を用意した。ネーミングも瓶やラベルのデザインも偶然だが、すべて女性の方にしていただいた。ビールの方も微炭酸で、あまりおなか膨れないように女性の方でも飲みやすく、雰囲気を楽しめるように商品化している。

発泡酒製造への参入

1998年以降日本経済の衰退とともに地ビールブームが去り、何か新しいものをと考えていた。最終的には、地元岡山の特産品のマスカットや白桃を副原料にした発泡酒を1999年から販売した。当社の女性の開発者が研究開発し、贈答品やお土産品として人気になった。日本の酒税法上ではビールの要件である麦芽使用比率が67%以上でも少しでもフルーツのような副原料を入れると発泡酒となるため、ビールとはいえないが、税金はビールと同額支払っており、大手ビールが造る税金が低いものとは違う。

また、お中元とかお歳暮とかではなく、父の日やバレンタインデーなど個人的なイベントでのビールや発泡酒の販売が伸びてきた。2006年からはカカオを原料にしたチョコレートやホワイトチョコレート、イチゴなどの発泡酒も開発し販売している。また、最近ではウナギや牡蠣などの食材に合うビールの開発・販売も行っている。

これからのビール造り

現在は会社の社是である「限りなき挑戦」を基に、伝統的なビールに加え、季節性や地域性をもたせたさまざまなビールの研究開発をビール製造技術者3名とともに

一生懸命取り組んでいる。その一つに、地元岡山の酒造好適米、「雄町米」を副原料としてビールを造った。雄町米ラガービールというが、お酒と同様に精米歩合60%まで精白したお米を20%使用し糖化・発酵させ、十分低温で長期間、後発酵させた。十分熟成させることによって米のまろやかですっきりした味わいを引き出している。この商品も2010年の春季全国酒類コンクール地ビール部門で第1位を獲得した。今まではヨーロッパのビールの忠実な紹介でしかなかったが、このように今後は日本独自の地ビールへと進化していかなければならないと考えている。本当に日本人に合うビールとは何か、もう一度問うてみる必要があると思う。それは日本独自の原料であったり、日本酒に代表される高いレベルの醸造技術との融合であったりするかもしれない。しかし、ヨーロッパビールが止渴性を求めるのではなくじっくり味わって飲むスロービールの考え方であったことは日本独自のビールにおいても変わらないことだと思う。

また、当然のことであるが、安全でおいしい、お客様に喜ばれる商品づくりを心がけている。その上で、基本に忠実にというように、ビール製造当初、よくドイツのブラウマイスターも口癖のように言っていたが、ビール造りは50%がクリーニングだということがよく思い出される。菌を相手にするので、工場内の徹底的な清掃、洗浄、殺菌がおいしいビールを造る上で非常に重要である。ビールアドバイザーの本庄啓介氏に次亜塩素酸ナトリウムによるタンクの殺菌法をご指導いただいたことや酒類総合研究所の水野昭博先生にビール醸造講習でご指導いただいたことは非常に参考になり当社の製造技術者ともども大変感謝している。

今後ともビールに新しい風を起こせるよう「独歩」の誕生の初心を思い出し、気持ちを新たにビール造りに取り組み、大きな節目である5年後の創業100周年に向けて邁進していきたいと考えている。

- 1) ちゅうごく通産；シリーズ女性アナウンサー経済人に聞く、No.109 (1996).
- 2) 北本勝ひこら：醸造物の機能性、日本醸造協会 (2007).
- 3) <http://www.msb.co.jp/>