

ふるさと飯山の酒「水尾」～田中屋酒造さんの思い～

飯山小学校 實原 泰介

1 はじめに

日本にはそれぞれの地域に「地酒」がある。私は、「地酒」を味わうことが好きである。それは、「地酒」がその地域の味でもあり、地域を代表するものだからだ。学校教育ではふるさと教育として「郷土料理」が扱われるが、「地酒」を扱うことは少ない。そこで「地酒」を教材として扱えないかを考えるため、飯山の地酒「水尾」を製造している田中屋酒造さんを調べることにした。

2 「水尾」誕生

田中屋酒造は創業明治6年。現在の主力ブランドは「水尾」だが、先代の主力銘柄は「金瓢養老」だった。「水尾」が主力銘柄になったのは、現在の6代目のご主人になってからだ。

6代目のご主人が蔵に入り、最初に研究をしたのが水。それまで使っていた井戸水では吟醸酒等の製造には不向きだった。そこで、試行錯誤を繰り返し出会ったのが水尾山の湧水である。しかし、先代の社長からはコストが合わないということすぐには仕込み水とは使用できなかったそうだ。しかし、試行錯誤を続け、水尾山の湧水を使った酒造りに成功し、今の「水尾」が誕生した。



3 生産者としてのこだわり

「水尾」は、蔵から20km離れた水尾山の湧水を使っている。水尾山の湧水を使用するまでも、様々な試行錯誤がされた。また、酒米は100%長野県産の酒造好適米である「ひとごころ」「しらかば錦」「金紋錦」を使用している。そのうち70%は蔵から5km圏内の契約農家によって栽培されたものである。さらに酒造りに携わる杜氏、社員、蔵人も地元の人々である。酒造り期間中は夜通しの作業となることもあり、地元の間でゆったりと酒造りをするためである。

どうしてここまで地元こだわった酒造りを行っているのかを、6代目のご主人に話を伺った。

「他県から良い米を取り寄せて造ることもできる。しかし、それはどこでも造れる酒になる。この地元の環境、食文化に合った『ここでしか造れないもの』が大事。」



これこそ「地酒」である。どこでも造れる同じような味の酒は地酒ではない。そして、地酒とは地元のものを使うだけでなく、「地元の人に愛される酒」のことでもある。地元の食文化、環境に合うものだ

からこそ、地元の人に愛される酒「地酒」ができるのだ。

4 販売者としてのこだわり

「水尾」の9割が県内で販売され、残りの1割が県外や海外で販売されている。なぜこのような販売を行っているのかを、6代目のご主人に伺った。

「この飯山や長野県の食文化や環境に合った酒を造っている。だから地元の人に飲んでもらいたい。だから最近流行っている、吟醸酒は多く作らない。県外での需要が多くなると、県内への供給が追いつかなくなる。県外への販売は、私の想いを理解してくれる酒屋に卸している。また、情報発信も兼ねている。」



「ここでしか造れないもの」というこだわりが、販売にも表れている。たくさん売ればよいのではなく、造ったものをおいしく味わってほしい。そして何よりも「地元の人」を大切にしている。生産も販売も手掛けているからこそその一貫性だ。「地元の人に愛される酒」が地酒であるというこだわりである。

5 教材化への可能性

「水尾」には「ふるさと飯山」が凝縮されている。「ふるさと教育」にはとてもよい材である。「酒」という面からふるさと飯山を学ぶ。「地元」にこだわる酒造りは、ふるさと飯山に対する見方・考え方を深めるのではないだろうか。

また、社会科でも扱える可能性は大きい。地元でこだわって酒造りをしている田中屋酒造さんの願いや思いに出会うことは、子どもたちの見方・考え方が深まるだろう。また、生産者と販売者という多面的な視点から社会的事象を捉えられるのではないだろうか。酒造りに携わる人の高齢化などの後継者の問題、酒を楽しむ人の減少など、日本が抱える問題にもアプローチできるのではないだろうか。

さらに、酒米を作っている農家まで学習を広げることで、米作りの学習を「酒米」という切り口から学ぶことができるのではないだろうか。食用の米作りとの比較から新たな見方・考え方が生まれるのではないだろうか。

【参照HP】

- ・ふるさとの酒 ぜんこうじや <http://furusatonosake.com/>
- ・田中屋酒造店 <http://www.mizuo.co.jp/>