

中田英寿が考える

日本酒と茨城の地酒

元サッカー日本代表であり、海外でも活躍した中田英寿氏。引退後、日本文化の魅力を再発見し、その価値をより多くの人に知ってもらいたいとさまざまな活動に取り組んでいる。

中田氏は、日本文化の魅力や可能性を伝えていくことをミッションに「JAPANCRAFTSAKE COMPANY」を自ら設立。国内最大級の日本酒イベント「CR AFTSAKE WEEK」もプロデュースしている。消費者の目線から、日本酒専用セラー「Sake Cellar」や情報アプリ「Sakenomy」を開発も手がけた。また、世界唯一となる市販日本酒だけのコンペティション「SAKE COMPETITION」の実行委員にも名を連ね、日本酒の価値を高める一方で消費者にとって「本当に美味しい酒」に巡り合うための新基準を構築することにも力を尽くす。

今や、日本酒業界にとって欠かすことのできない存在である中田氏が、「日本酒」そして「茨城の地酒」について語る。

百聞は一見に如かず、百見は一考に如かず

日本国内、津々浦々で今なお受け継がれる伝統や技術。そのひとつが「日本酒」である。日本では古来より稲作が営まれてきたが、米と水を主原料として作る日本酒も、稲作と同様に長い歴史があると言われる。今でこそ、醸造技術は日進月歩だが「微生物の力を借りて米を発酵させる」という基本は同じ。現在、国内には四〇〇を超える酒蔵があり、各蔵で個性豊かな日本酒が醸造されている。

「日本酒について知れば知るほど、自分が知らない」ということを知るんです。〇〇蔵、二〇〇蔵という数を目標に足を運んだから終わりというわけではない。日々勉強です」

そう話す中田氏は、これまで累計で約四〇〇もの酒蔵を訪問。もちろん、茨城県内の蔵にも足を運んできた。豊かな自然に恵まれ、関東一の酒蔵数を誇る茨城の地酒について中田氏は「各蔵が独自の路線できちんと努力し

ているという印象があります。県の先生の指導も良いのでしよう。全体的にレベルが底上げされているイメージがあります。ここからどう伸びていくか、楽しみます。」と語ってくれた。事実SAKE COMPETITIONでも茨城県の酒蔵の受賞率は年々上がってきており、高い評価を得られている出品酒が多いそう。

また、中田氏は茨城県が食料豊富な農業大県であることにも触れ「何でも作れる土壌にあるからこそ、地元のもが大事」と話す。例えば日本酒の主な原料である米は、今やどこからでも取り寄せて手に入れることが出来るが、先を見据えた場合、地元で酒米を育て、農家や地域が一体となつて酒造りに取り組むことで

より地域の特性や個性が際立つ酒が生まれるのではないだろうか。茨城県ではオリジナルの酒造好適米「ひたち錦」を開発しており、県内各蔵からひたち錦仕込みの酒が続々登場している。二〇二六年SAKE COMPETITIONスパープレミアム部門にて、来福酒造がひたち錦で造った

「来福 超精米 純米大吟醸」が第一位を受賞。茨城の地酒が、日本が誇る美酒のトップにその名を刻んだのは記憶に新しい。

まだまだ伸びしろがある日本酒

各蔵が研鑽を重ね、進化を続けている日本酒。その魅力を世界に広めていくためには、酒造り以外の部分でまず解決すべき課題があると中田氏は考える。

「国内外で日本酒のニーズが増えました。酒造りについては、精米歩合や酵母といった技術面の開発はかなり進んできています。ここから先、更に日本酒を進化させるためには、飲む側の状態を改善する必要があります。具体的には、例えば流通環境の見直しです。蔵から出荷される時の状態なるべく近づけることで、日本酒はより美味しく飲めるようになります。ワインセラーと同じように、日本酒に最適な温度できちんとした管理をすれば、年単位でも美味しいう状態を保つことが出来る。そこに、日本

酒品質向上の伸びしろがあると思えます」

数多くの酒蔵を見てきた中で、「蔵と消費者間の『保管環境の差』に気づいた」という中田氏。せっかく美味しい酒を買っても、飲むまでにその美味さを損なってしまうのは本末転倒。日本酒の商品価値を高めていくためには適切な温度管理が不可欠だと感じた中田氏は、日本酒の保管に最適とされる「凍らないぐらいいの低温」を保つことが出来る日本酒専用のセラー「Sake cellar」を開発した。

日本酒業界の課題として、中田氏は「情報」という二つのキーワードを挙げる。「中身のお酒がどんなに美味しくても、ラベルに書いてあることが読めなければ手に取る人はいません。読めない、分からないは致命的。

だから、日本酒それぞれの情報を容易に得られる日本酒アプリ「sakenomy」を作りました」

「日本酒は選ぶのが難しい」というイメージを抱く消費者は多い。日本酒のラベルには、使用している酒米や精米歩合、日本酒度などその酒のスペックが記されている場合がある。日常的に酒を嗜んでいる人であれば、その情報を見てある程度の味の方向性を想像出来るかもしれないが、そうでない人にとっては何の情報も読み取れない。スマートフォンで酒のラベルを読み込むだけで、どんな特徴のお酒なのか、誰でもどこでもすぐに知ることが出来る。そんな環境があれば、もっと日本酒を手に取りやすくなるに違いない。

知的好奇心を満たす旅

今後、時間が許す限り全国へ足を運ぶという中田氏。日本酒に限らず、飲んだり、食べたり、つくったり……中田氏にとって、それらはすべて知的好奇心を満たすもの。「ひとつとして同じ蔵はない。実際に見て、触れて、感じたい。実際に向き合い、一番のエンドユーザーとして自分なりの感想で伝えていく。造り手側ではなく、あくまで消費者としての目線を貫き発信するからこそ、中田氏の言葉は我々にダイレクトに訴えかけるのである。

日本酒は難しい、わかりにくい。中田氏はそんな固定概念の壁を崩し、日本酒の新しい可能性を提示する。これまで延べ約60万人もの来場者を集めたCR AFTSAKE WEEKをはじめ、今まで知らなかった日本酒との出会いや楽しみ方を魅せてくれる彼の姿に、我々の知的好奇心は心地よく刺激されていく。これからも、中田氏の知を巡る旅から目を離せない。

