



「地ビール」は文化へ【松江地ビールビアへるん】

(島根ビール株式会社 【松江地ビールビアへるん】) 矢野 学

縁結びの国、島根県にて地ビール【松江地ビールビアへるん】を醸しているビール職人の矢野と申します。1999年醸造開始。全社員4名で年間約9種類の地ビール、地発泡酒を醸し続けて今年で12年目となりました。

地ビールって何？

そもそも、「地ビール」とは何だと思えますか？
地方で造るビールのことでしょうか？
地域の名前が入るご当地ビールのことでしょうか？
原料がすべて地元産のビールのことでしょうか？

【松江地ビールビアへるん】を例にとると

島根県松江市で製造。ブランド名「ビアへるん」は、文豪「小泉八雲」(ラフカディオ・ハーン)が1890年、英語教諭として松江に赴任したときに「へるん先生」と呼ばれ地元で愛された出来事に由来しています。

原料は、麦芽(ドイツ、イギリス産)、ホップ(ヨーロッパ産、米国産)を主に、地元松江で清酒にも使用されている湧水を使用。発泡酒などに使用する副原料(果実やスパイス、糖など)は、地元産、国産や輸入など味により使い分けています。

ビールのスタイルはアイルランド系黒ビール、ドイツ系小麦ビール、アメリカ系苦旨ビール、日本系すっきりビールの4種類を基本に、【限定品】として、蜂蜜、アップル、カカオなどを使用した発泡酒などを年間約5種類程度醸しています。

そこで再び、
「地ビール」って何だと思えますか？

実は私もまだ分かりません。まだ模索中なのです。

ただ、今、一つ強く感じるがあります。

ビールはお酒であり、お酒は食文化だということです。

昔こんな経験をしました。ドイツに旅行して、ドイツの気候、料理や雰囲気の中で「これは美味しい!」と思ったビールを、瓶ビールで買って帰りました。日本の家で期待して晩酌に飲んでみたのですが、感動したあの時ほどの味に感じられない。ドイツのビールはドイツの気候、

料理、歴史などの中で飲んでこそ美味しいビール文化なのです。美味しさの違いは食文化の違いなのだと感じました。

日本のビールは今が文化創成期であると私は感じます。地ビールを飲んで下さる方々、地ビールを広めて下さる方々とともに、我々地ビールを造る者は責任をもって、その気候、料理、歴史など、その息吹も含めての日本のビール文化の創造に挑戦していくべきだと感じています。

【松江地ビールビアへるん】の7つの挑戦

地ビール文化を創る 造り手として必要と思うのは、世界中に90種類以上もあるさまざまなビールを、日本の地ビールとして提案すること。ビールは嗜好品ですから、100人中100人が美味しいと言うビールは存在しません。さまざまな好みの飲み手にそれぞれのお気に入りのビールを見つけていただく。その中で愛され続けたビールが自然と文化として生き残っていくのだと思います。

【松江地ビールビアへるん】でのビール造りテーマは「違う名前のビールは、必ず違う味!」。きちんと造り分けることを大事に考えています。理由は、いろいろな好みがある飲み手の方々に、どれか1つでもお気に入りを見つけて欲しいからなのです。

味への挑戦 日本人に合う黒ビールを造る。【縁結麦酒スタウト(えんむすびーる)の挑戦】

味のテーマは「日本人が、日本の気候の中で、日本の料理を食べながら美味しいと思えるビールを造ること」

みなさん、黒ビールで有名なギネスをご存知ですか? クリーミーな泡とドライな口当たりで世界でも最も飲まれている黒ビールでしょう。しかし、家庭の晩酌には焙煎が強すぎる、苦すぎると私は感じていました。これを解決したのがアイルランドの伝統製法「ミルクスタウト製法」。本来、産後の女性の栄養補給ビールとして発展したこの製法、濃厚で甘みのあるビールを造るため牛乳の中にしか存在しない乳糖を入れます。この乳糖をわずかに使用することで、日本人の苦手な焙煎の苦味をやわらげ、非常にまろやかな口当りの黒ビールを造り上げることができました。アイルランドの古い製法が、日本人に合うビールを作り上げるなんて、ビールの奥深さを感



じます。現在、この製法は、通年製造の国内地ビールでは弊社だけです。ぜひ一度、味わってみてください。

大手への挑戦 地ビールでもできる。すっきり軽快ビール。(ピルスナーの挑戦)

国内でビールといえば大手ビール。何十年かけて、日本の気候、料理、飲み方を追求し、100人のうち90人が気に入るよう造り上げた、すっきり軽快でのだ越しの良いビールは製法、技術ともに尊敬に値します。そんな味わいを、「地ビールでも造ることができるんだ!」ということを証明する意味も込めて、このビールを造っています。すっきりとした味わいを造りあげるために、唯一このビールだけがビール酵母を除去しています。

地元原料への挑戦 ホップ地元栽培試験中!(ペールエールの挑戦)

ペールエールはホップからのグレープフルーツのような柑橘系の香りとしっきりとした苦味が特徴のビール。このビールの命はホップです。そして地元の料理に合うビールを造るために、目指すところは、やはり地元産原料(麦芽やホップ)。まず挑戦しているのがホップの自家栽培。南限以下とされるあたたかい山陰で試験栽培を開始して約1年。初年度には約2kgのホップを収穫。まだまだ、困難は多いですが、今年は実際にビール造りに使用するために本格栽培を開始する予定です。

多様性への挑戦 国内で最も濃厚なヴァイツェンを目指す。(ヴァイツェンの挑戦)

ヴァイツェンはドイツ系小麦ビールでバナナエステルとクローブ系の香りを持つビール。国内の多くの造り手が造っており、かなりの種類のヴァイツェンがあります。現在は本場ドイツも含めて、香りも弱めですっきりと飲みやすいヴァイツェンが主流です。しかし、あえて【松江地ビールビアへるん】では、主流ではない濃厚ヴァイツェンを造っています。これもお客様にお気に入りを選んでいただくという多様性を提案したい気持ちからの挑戦です。

新しいビールへの挑戦 (【限定ビール】【限定発泡酒】の挑戦)

【ショコラNo.7 長期熟成】は黒ビールをベースにカカオ粉末を使用。誰が飲んでも「チョコだ!」とわかる味わいを造り上げるために、カカオを入れたまま熟成タンクで1年間熟成。濃厚なのにまろやかな他のどこにもないチョコビールを創り上げました。現在6年前に製造したチョコビールも試験熟成中。超長期10年熟成を目指しています。

その他にも、りんごの特徴を出すためにドライアップルを使用したアップルビール。酒造好適米で造った清酒麴を使用した清酒ハイアルコールビールも予定(2011年秋)。世界のビール文化にもない新しいビールも提案していきます。

地ビールファン拡大への挑戦 地ビール業界の大きな特徴の一つが、飲み手と造り手の距離が非常に近いということです。多くの地ビールイベントでは会場に造り手が参加しており、飲み手はその場で造り方や味、思いなどを聞くことができます。造り手も、飲む人の喜ぶ顔を見ることができ、造る喜びや新商品へのヒントなど、美味しい物を造る原動力を得ることができます。

このようなビールイベントは日本各地で年々増えており、地元開催の「山陰地ビールフェスタ(200名)」。事務局として運営にも参加している「地ビールフェスタ in ひろしま(1,800名)」。また、毎年横浜で開催される国内最大規模のジャパン・ビア・フェスティバルでは3日間で約5,000人の方々が来場されます。

こういったイベントを通じて、日本各地の地ビール文化が全国へと広まり、日本の地ビール文化全体が広く大きくなっていくことと思います。

地ビール文化へのお誘い

古くからビール文化のあるヨーロッパの田舎には、その土地々々の地ビールとも言うべき小規模ビールがたくさんあります。どこのビール屋も、ウチのビールはこれ!というメインビールがあり、地域の人々も誇りを持って、そのビールを飲みます。文化が定着するようになるのかもしれない。

地域に根ざしたビール。地元のビール。そして晩酌のビール。そんな地ビールを目指して【松江地ビールビアへるん】はこれからも造り続けます。

最後にビール職人からお願いです。

「地ビールを見たら、まず飲んでみてください。」

すべてはそこから始まります。

いっしょに美味しい地ビール文化を創造しましょう。

【松江地ビールビアへるん】ビール職人 矢野 学
スタッフ一同

