

サケ・ブルワーズ・アソシエーション・オブ・ノース・アメリカ (北米酒蔵同業組合)の誕生

ニューヨーク特派員 石黒かおる

北米のサケづくりに携わる人々たちを結束しようと二〇一九年に「サケ・ブルワーズ・アソシエーション・オブ・ノース・アメリカ」: Sake Brewers Association of North America / 北米酒蔵同業組合 (ワシントン D.C. 以下 SBANA) が誕生した。現在、日本以外の国ではサケ・ブルワータちを結ぶ唯一の同業組合だ。アドバイザーには日本酒輸出協会・会長で、各県の清酒鑑評会審査委員も勤める松崎晴雄さんやジョン・ゴントナーさんらも名を連ねる。SBANA 社長のバーニー・バスキンさんと副社長のウェスティン・コニシさんに話を聞いた。

二人の日本酒との出会い

SBANA の発起人であるバスキンさんは企業

弁護士としてシンガポールに数年在住。シンガポールとロンドンを結ぶメディア・コンテンツや出版を手がける会社の経営にも携わった。その時に出版したのが『SAKE』(共同著者 Elliot Faber, Hayato Hishinuma, Jason Lang, Bernard Baskin / Gatehouse Publishing 刊 二〇一五)だ。この本を執筆するにあたり自身、共同著者らと日本全国の約七五の酒蔵を訪ね歩いた。その時に日本酒づくりについて多くのことを学んだという。現在は、

US-ASEAN Business



SBANA社長のバーニー・バスキン(Bernie Baskin)さん



副社長のウェスティン・コニシ (Westin Konishi) さん

Council のディレクターも勤める。一方のコニシさんは長年に渡り日米を結ぶ政治・外交関係の分野に携わってきた。The Japan Commerce Association of Washington, DC の会員でもある。日本の大学に留学経験もあり、その当時、ある居酒屋で飲んだ『黒龍・いっちよらい』で日本酒に開眼。以来、日本酒に魅せられ、二〇一四

年にはジョン・ゴントナーさんのサケ・プロフェッショナル・コースも受講した。

SBANA誕生の秘話

バスキンさんは米国に戻り、米国のサケ・ブルワリーの現状を知りたいと、サケ・ブルワー（醸造家）らと話した。彼らがどんなことをしているのか、問題点、将来目指しているのは何かを聞いた。そしてなによりも、米国のサケ業界が急成長していることを知った。米国は広い、西に東に散在したサケ・ブ



全米のSBANAのメンバーの所在地。詳細は公式サイトを参照



注目のサケ・ブルワリーのひとつNorth American Sake Brewery 写真提供 Andrew Centofante

ルワリーが互いに助け合うのは難しい。米国には日本あるようなサケづくりに携わる人たちの組合がなかった。北米のサケ・ブルワリー業界をひとつにまとめる必要があるとバスキンさんは実感した。以前から北米のサケ業界の組合をつくる話が幾度となくあったようだが、誰もこれまでに成し遂げることができなかった。SBANAは米国連邦政府に非営利団体として申請、時間はかかったが許可もおり二〇一九年に設立へとこぎつけた。

SBANAのウェブサイトにあるのがメンバーのサケ・ブルワラーのロゴマークだ。この中には以前本誌で紹介した「ブルックリン・クラム」もある。日本の酒造会社では大阪の大門酒造もメンバーだ。ハスキンさんは「日本の酒造メーカーが米国でのビジネスの拡大を望むのであれば、北米のサケ・マーケットの成長に向けてサポートをお願いしたい。われわれの組合に参加を」と呼びかける。

メンバーは北米とメキシコで二五社

カナダを含め、北米には現在約二五のサケ・ブルワリーがある（*北米ブルワリー所在地地図参照）。このほかにもオープンに向けて準備中のサケ・ブルワリーも数件あるとバスキンさんは言う。

現在SBANAのメンバーは北米でサケをつくるサケ・ブルワリーに留まらず、米の生産者、精米業者、メキシコのサケ・ブルワリーも参加する。「米国でサケ・ビジネスが拡大するにはサケ製造業者だけではなく米の生産者や精米業者、デイストリビューター、リカー・ショップも一緒に協力していくことが必要不可欠」とバスキンさんは言う。

バスキンさんはSBANAが目指す活動について三つのポイントをあげる。

一、酒の理解を促す

米国のサケ市場を成長させるには消費者がサケについて理解することが重要。レストランでサケを注文する時、リカー・ショップでサケを買い、自宅で手料理で家族や友人たちと飲むサケの選び方などを消費者に伝えていく必要があると説く。私の米国人の友人たちも「サケは何をどう選んでいいのかかわからない」と言う人がほとんどだ。ワインであれば、基本は魚料理なら白ワイン、肉料理なら赤ワ

インと一般の米国人には浸透していると言ってもいい。しかし、サケは一般の人にはまだそのレベルまでは達していない。

二、酒のレベルアップとビジネス連携

消費者がサケについて理解したら、次のテーマはサケ・ブルワリーたちがどのように消費者と結びつくかだ。北米のサケ・ブルワリーたちがコンタクトを取り合い、ビジネスを拡大し、サケをどう売っていくかが重要になってくる。すでにサケはかなり良いものができるようになってきている。しかし、日本の酒造業界と深く関わっていくことも必要で、米国のサケ・ブルワリーらは日本の蔵元たちから多くのことを学びたいと望んでいる。その橋渡しをする役目も設立の目的だ。

三、米国におけるサケに関する法規制の改善

現在、米国のサケに関する法律や規制は非常にわかりにくく難しい。そして州によってそれらは異なる。サケを製造するにはさまざまなハードルがあるのが現状だ。例えばボトルに貼るラベルに関しても難解な規制があり、運搬にもさまざまな規制がある。米国でサケの消費量を増やすには、これらをシンプルに変えていく必要がある。それは米国のサケ・ブルワリーのためだけではなく、日本から米国への輸出促進につながり、日本の酒造メーカーにとっても役立つことになる。バンキンさんは弁護士だった経験と知識を生かし、こ

これらの法律と規定の改定に取り組んでいる。

また、SBANAでは、メンバー向けにオンラインで観覧できる、一五〇ページにも及ぶデジタル版の米国のサケに関する法律や規制の説明書を作成した。米国五〇州のサケに関するすべての法律と規制を連邦と各州で網羅しているほか、メンバーのいるカナダとメキシコのサケに関する法律と規制もカバーしている。「米国でこれほど詳細にサケに関する法律と規制が記載されたものはほかにはない」とバスキンさんは自負する。いずれは、このデジタル版を「米国サケ・ガイド・ブック」としての出版も予定している。



第1回アメリカン・クラフト・サケ・フェスティバル。アメリカのトップサケ・ブルワリーが集い、日本からアドバイザーの松崎晴雄さんが参加した 撮影 Bernie Baskin

「ボトル・エクスチェンジ」で品質向上

昨年一〇月にメンバーがつくったサケを交換し合い、各ブルワリーはほかのブルワリーのサケを啗酒して感想や改善のためのアドバイスを「ボトル・エクスチェンジ」をおこなった。啗酒するサケは数が多いので時間がかかる作業だ。SBANAはそれらを集計して発表した。今年も一〇月に実施を予定している。これはブルワリーたちにとっても好機となり、ほかのブルワリーの感想は、さらにいいサケをつくるための貴重な情報となっている。



ハワイに誕生したサケ・ブルワリーIslander Sake 写真提供 Islander Sake

「現在は北米のサケ・ブルワーだけでおこなっているが、日本の蔵元にもぜひ参加して欲しい。北米のサケ業界を大きくするには、日本の蔵元たちの助けが必要だ」とバスキンさんは言う。

また、昨年六月には米国初の「米国クラフト・サケ・フェスティバル」をノースカロライナ州のアッシュビルで開催した。日本からアドバイザーの松崎晴雄さんも参加し。互いの酒の啣酒して業界の懇親を図った。残念ながら今年はコロナ禍で第二回目の開催はお預けとなった。

コロナ禍のオンライン・ミーティング

今年三月のコロナ禍以降、SBANAではメンバーが交流できる場をオンラインで提供している。三月から六月末までの自宅待機の期間中は週に一回約一時間のZOOMによるウェビナーをおこないメンバー同士の交流を図った。自宅待機が明けた七月ごろからは、月に一度の割合でおこなっている。私も七月末に参加させていただいた。ブルワーたちは自宅待機の期間中に、新しくつくったサケの話をしたり、コロナ禍の中でどのようにサケを売るかを話し合ったり、現在直面している問題について意見交換をおこなっていた。

コロナ禍で米国のほぼ全州で自宅待機が要

請された。レストランやバーは客を店内に入れての営業を禁じられた。サケ・ブルワリーではテイステイングルームも閉鎖を余儀なくされ、客がサケ・ブルワリーを訪れることはできなかった。

しかし、この期間もサケ・ブルワーたちはサケづくりに関心、販売を続けた。ビジネスは少しスローになったが、彼らは逆にこの機会を利用して新しいタイプのサケに挑戦していた。パンデミックの間にも北米のサケ・ビジネスは成長を続けている。数年前までは米国には数軒のサケ・ブルワリーしかなかった、消えて行ったサケ・ブルワーも多い。いまは、多くのサケ・ブルワーが誕生している。テイステイングルームを再開できるようになったら、客に新しいタイプのサケを提供できるように彼らは日々切磋琢磨しながら努力を続けている。

SBANAは日本酒の市場を拡大

今年三月にワシントンDCで毎年おこなわれている「桜祭り」に合わせて、サケ・イベントの準備が進められていた。この祭りには全米から毎年何万人もの来場者が訪れる。だが、今年は残念ながら開催できなかった。今はコロナ禍が収束した後での実施計画を温めている。

長年、米国の日本酒ビジネスの流れを見てきた、SBANAのアドバイザーを務める松崎晴雄さんは、次のように話す。

「SAKEに限らずウイスキー、ワインなど今のクラフト・リカーのトレンドは、何といっても米国発のもの。その波がSAKEに来ていれることを、日本国内の業界関係者がもっと知るべきだ。その意味でもこのような団体が立ち上がるのは、非常に意義がある」。

また、日本の酒蔵に将来的に与える利点については、「SBANAの活動が、クラフト・ビールの流れのように、クラフト・サケの台頭は新しい流通や料飲の業態をつくる。具体的には、これまでの米国における日本酒を扱う日系の食品輸入業者以外に、米国産クラフトによるサケの流通網ができ、そのような業者が米国産だけでなく、日本の小さな酒蔵の日本酒も輸入して、新たなマーケットが広がるのではないかと。そして、米国人にサケがもっと身近なものになり、市場が大きくなる。現地産が活性化するほど、その国のサケ市場が大きくなり、結果的に日本産にもメリットがあるはずだ」と結んだ。■

【SBANAの問い合わせ先】

Bernie Baskin / bbaskin@
sakeassociation.org
Sake Brewers Association of North
America

<https://sakeassociation.org/>