

横須賀の地酒が生まれるまで

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2017-01-06 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 中村, 哲人 メールアドレス: 所属:
URL	http://hdl.handle.net/10297/9953

横須賀の地酒が生まれるまで

中村哲人

- 1 はじめに
- 2 横須賀と山中酒造と歴史
- 3 山中酒造の酒造りへのこだわりと周囲から見たこだわり
- 4 地酒としての認識、蔵元に対する評価とその変化
- 5 おわりに

1 はじめに

私は事前調査で静岡県掛川市横須賀の地酒として山中酒造の葵天下が広報されているのを見て、葵天下に興味をもった。実際に現地へ行き、地酒とその歴史をテーマに設定し調査を進めていく中で、横須賀における葵天下の歴史が自分の想像していたほど深くはないという事実がわかった。この蔵の酒造りの歴史については後述するが、地域住民へのインタビューの中で歴史の長さとは別に、葵天下が横須賀の地酒であるという認識が住民たちからはしっかりと持たれているということが明らかになった。そしてその認識にもとづいて横須賀の地酒が葵天下であると地域外へ発信されているということを改めて感じる事ができた。そこで歴史だけではなく、葵天下が横須賀で地酒として認められるようになった経緯や背景についても目を向けることにした。

またかつての横須賀は数多くの酒蔵があった地域で、山中酒造はその最後の一つであるということもわかった。『近代酒造業の地域的展開』で青木は以下のように述べている。日本酒造りは、技術改良や近代化など時代の経過に伴って競争が激化したという。その競争過程で、酒の均質化をさけるためにあえて差別化した製造方法を採用し、そうしてできた酒のために品評会の基準が作られ、発展して現在の形になってきたそうだと(青木 2003)。この章では、上記の背景を踏まえながら、横須賀での酒造の減少と、そうした最中での製品開発や酒造りの技術に言及するとともに、ある日本酒が地酒として成立していくために必要となるものはなにかということについて考察する。

2 横須賀と山中酒造と歴史

まず横須賀での酒造りの背景について紹介したい。酒造りにおいては、原料となる水の質がその味を決める重要な要素だといわれる。横須賀は酒造りに最適な高品質の水が採れ

ると知られており、そのため昔から酒造や醤油造が盛んで、蔵の数もかなり多い地域であったようだ。しかしながら、現在では後継者不足や採算の悪化などの事情からその数もかなり減ってしまっているという。加えて、今日の日本全体の傾向と同様、日本酒業界自体そのものがやや下向きになりつつあり、横須賀もその例外ではない。そのような背景を持つ地域で実際に酒造り를続けてきた山中酒造の当代である山中久典氏（男性、44歳）に実際にインタビューをするなかで、酒造と杜氏、葵天下、それぞれの歴史について聞くことができた。このインタビューに依拠し、次に山中酒造の歴史を取り上げていきたい。

昭和初期、先代の山中隆氏の父である山中正吉氏が分家することで山中酒造ができた。祖父の代にいくつかの酒蔵を買い取っており、現在の酒造もその一つである。建物自体は1860（安政7）年に建てられたもので、別の酒造が廃業したときに山中家はその酒蔵を引き継いだ。山中家はもともと近江にルーツを持っており、近江から横須賀の酒蔵へ通いで酒造りを指導していた。しかし手間がかかるということで横須賀へと移り住んで酒造りと経営を行うようになり、今の形態となった。横須賀に移ってからは隆氏が当主として酒造りを進め、1998（平成10）年からは酒造りを手伝ってきた息子の久典氏が中心となって酒造りを行なっているという。また同じ醸造業である醤油造りもかつてはおこなっていたそうだが現在では外部委託という形をとっており、酒造りを中心事業に据えている。

次に杜氏について概略を述べ、山中酒造と杜氏の関係性を示す。酒造りを行う職人集団のことを蔵人といい、その蔵人たちを監督する酒蔵の最高責任者のことを杜氏と呼ぶ。酒造りでは蔵元と呼ばれる酒蔵を所有する醸造元やオーナーが資本と蔵を提供し、酒造りのノウハウを持つ杜氏集団に酒造りを依頼するのが一般的な酒造りの形式であった。しかし、近年では杜氏の高齢化や賃金の高騰などの理由から、山中酒造のように杜氏を雇わずに蔵元自身が酒造りの一切を行う自家醸造と呼ばれる形式を取る酒蔵も増えてきている。山中酒造もかつては外部から杜氏を招いて酒造業を行っていたが、1999（平成11）年より自家醸造に切り替えた。その背景には、上記で述べた杜氏の高齢化や賃金高騰問題に加えて、杜氏の技術への不満もあったという。この自家醸造への転換の歴史は山中酒造の酒造りのこだわりとも深く関わっているように思われるので後述する。

現在、山中酒造で作られている酒は葵天下と三社囃子の2種類である。前者は普段販売している銘柄で、後者は横須賀の祭りの際に提供されるものである。

葵天下という銘柄の由来は、徳川家康が武田軍の西方進出に対抗するために、家臣であった大須賀康高に命じて築城させた横須賀城やその地域一帯が、家康の「天下統一」を達成するなかで遠州の拠点となったことと、徳川家の家紋である「葵」を組み合わせたことにあるようだ。江戸幕府が300年存続したことや、天下を取ったことの縁起の良さがお酒に込められている。しかし、横須賀に移ってきた際は本家である滋賀県の高砂から「神苑」と「天職」という2つの銘柄をそのまま分けてもらい操業していたらしく、まだ葵天下という名前は使われていなかった。先代の山中隆氏が葵天下のネーミング自体は考えていたそうだが、しばらくは登録のみで市販もせず、温めていたようだ。1980年代半ばに吟醸酒

ブームが起こると、山中酒造の初めての杜氏として鎌田正美南部杜氏を抜擢し、まだ若かった彼への期待をこめて鎌田杜氏の醸したお酒を出した時から葵天下という銘柄を使い始めたそうだ。

一方、三社囃子は、大須賀地区で作られた酒米である五百万石を使った日本酒で、すべて地元のものを使った酒を造ってほしいという地域の活動から生まれた経緯をもち、横須賀を代表する祭りである遠州横須賀三熊野神社大祭で振る舞われている。

3 山中酒造の酒造りへのこだわりと周囲から見たこだわり

歴史の次に、酒造りに対するこだわりについて取り上げる。というのも、話を聞いていくうちに、酒造りに対するこだわりが地酒認識の成立に大きく関わっていると感じたからである。山中酒造の酒造りに対するこだわりの一つとして、経験とデータに裏打ちされたあらゆる作業工程の数値化が挙げられる。先代の隆氏は東京農業大学醸造学科の出身であり、国税局醸造試験所に勤務していたそうで、それらの経験から確かな酒造りのノウハウを身につけていった。そのため杜氏に酒造りのすべてを丸投げするのではなく、蔵元でありながらも若い杜氏を指導し、積極的に酒造りに参加していたという。久典氏によると、自家醸造への転換も、資金面の問題だけではなく、新たに雇った杜氏の酒造りの技術が満足いくものではなかったということもあり、自分たち自身で作っていきこうという考えに至ったそうである。また、酒造りの技術は杜氏任せではなく、蕎麦屋や菓子屋のように蔵元自身の家にも残るべきであるという考えもあったそうで、そうした自家醸造への転換の決断には、合理的な発想と自分たちの持つ技術に自信があるという酒造家としての自負心のようなものがうかがえた。

当代の久典氏本人が持つこだわりについて聞いたところ、先代からのデータを基にした酒造りはもちろんのこと、自身が酒をあまり飲めないということもあり、酒が苦手な人でも飲むことのできるような甘めの日本酒を作りたいと考えていて、消費者の目線に立った酒造りを目指しているという話を語ってくれた。

また、以前は日本酒だけではなく醤油づくりも手がけていたという話も聞くことができた。醤油造り自体は外部委託という形で続いてはいるが、採算が取れなくなったために40年ほど前に自前で造ることはやめて日本酒造りに専念したという。同じ醸造業で似たような採算悪化の傾向にあった日本酒造りを選んだ理由として、技術的難易度がより高く、自分たちの色を出していくことができるところに魅力があったからということも挙げているが、そこにもこだわりがうかがえた。

冒頭で述べたように、横須賀はかつては酒蔵が多い地域だったが、次第にその数は減っていった。また、日本酒産業自体が他のビールなどに押され、消費量が伸び悩んでいるという傾向もある。久典氏にその話を聞いたところ、山中酒造では上に挙げたようなこだわりをもって酒を作り自社のブランドを育ててきたからこそ、今日まで横須賀で酒造り

を行うことができているのだと思うと語ってくれた。日本酒の大手のメーカーの下請けを引き受ける酒蔵もあるのだが、そればかりを事業の主軸にしてしまうと、当然大手の意向を反映しなければいけないし、大手の都合で事業を振り回されてしまい、自分たちのやりたい酒造りができない。下請けばかりではブランドとして育っていない自社の酒が大手の酒と店頭に並んだ時に価格でも名前でも勝つことができず、結局採算の問題でやっていけなくなってしまうのである。山中酒造のような酒蔵がやっていくためには、大手とは別の土俵で、自社の酒にこだわりという付加価値をつけた路線でいくことが重要で、こだわりを大切にしたい酒造りを先代からきちんと継承して続けた結果として地酒という評価を得るに至り、その土俵で今も事業を続けていられるのではないだろうか。

山中酒造の酒造りやこだわりについて地域の人に話を聞いて回る中で、久典氏とも個人的な付き合いがあり、また酒造りについて話を聞いたことがあるという鈴木武史氏（男性、50代）に話を聞くことができた。鈴木氏は、当代の久典氏の酒造りは手間暇をかけた、材料費を惜しまない酒造りに取り組んでいるのが一番のこだわり、特徴ではないかと語ってくれた。もろみから酒を搾る工程では、絞ろうと思えばまだ絞れるところでも、一番品質の良い部分を抽出できるように圧力をかける作業をあえて一度だけにしたり、圧力をかける作業自体をせずに、吊るした状態で重力にまかせて抽出したりする場合もあるという。搾りかすはまだ使おうと思えば使うことができるため、それを再利用する造り酒屋が山中氏にもらいにくることもあるそうだ。こういったこだわりは消費者に良い酒を提供したいという久典氏の実直さや高品質を目指す酒造りを証明しているように感じた。

4 地酒としての認識、蔵元に対する評価とその変化

広報されていることだけでなく、横須賀に住む人びとがそもそも葵天下をどう思っているのか話を聞いて回ると、横須賀では住民の多くが葵天下や三社囃子を地域の地酒であると認識していることがわかった。その認識の理由として挙げられたものの多くが「地域に以前からあり、今日まで残っているから」「伝統を守っているから」といった内容であった。

地域に住む人びとが山中酒造へ持つイメージとして、酒そのものではなく、酒造りを行う人の人物像についての話があり、その中で先代と当代に対する印象にギャップがあるということがわかった。それは簡単に言ってしまうと、ネガティブな評価とポジティブな評価である。これらも地酒という認識を生む要因になったのではないかと考えたため、ここで取り上げる。

A氏（男性、60代）に話を聞いたところ、近江出身の先代は地域に対する関わり合いが無く、どちらかといえばあまり地域に馴染めていなかったような印象があるということを語ってくれた。そもそも横須賀という地域は祭りなどの行事を中心に人間関係が構成されており、またよそから移り住んでくる人がほとんどいないという。そのため、外部から来

た人は積極的に自分から行事に参加することで輪に加わろうとしなければ、なかなか地域に溶け込むのが難しいようだ。それに加えて商売に対する気質の違いがそもそもあったそうで、近江商人の合理的な利益主義と横須賀の商人の地域貢献主義が相容れず、この考え方の違いが先代へのネガティブな印象を生んでいるのではないか、という話も聞くことができた。

しかし、先代への評価とは対照的に、当代の久典氏は完全に地域に馴染んでいるのではないかと鈴木氏は語ってくれた。近江出身の先代に対して横須賀の地域で生まれ育った久典氏は、祭りなどの地域の行事にも積極的に参加し、娘も小祢里（ちいねり）のまとめ役をやったこともある。それに、自分自身の個性を出しながらうまく先代の酒造りを引き継いで横須賀で唯一の酒と酒蔵を残してくれた。そういった意味で、まちおこしに一役買ってくれているし、地域に馴染むというよりも、むしろ中心になって頑張ってくれているのではないだろうか、とのことだ。

前節の後半部で、久典氏のこだわりとして高品質を目指しているということを挙げたが、利益を追求しようと思えばできるところも、質の高さを目指してあえて追求しないという姿勢は、合理的な近江商人の利益追求主義というよりはむしろ横須賀の地域貢献主義の方により近いのではないだろうか。造り手自身が横須賀の気質を持つようになることで、造り手が作った酒もまた横須賀の酒であるというイメージを獲得するのではないかと。山中酒造が横須賀に来てから少しずつ時間をかけて地域に馴染むことで、造り手と酒が横須賀のものになっていったということこそ、酒が地酒になっていくためには大切な要因のように思えた。

先代達が横須賀に対してどのようなイメージをもち、関わってきたかを参照することは、上記の見解を補強するものとなるだろう。先代婦人によると、横須賀に来たころはあまり地域の行事や活動に参加したという記憶はないそうで、いつも酒蔵で働く杜氏たちの世話をしている時間が多かったそうだ。自身は地域の婦人会の人とたまに集まったりする機会もあったそうだが、先代はほとんどそういった付き合いもなかったように思う、と語ってくれた。本節で取り上げたように、やはり昔は地域との付き合いも希薄だったようだ。人間関係や商売に対する姿勢でもやはり横須賀では気質の違いがあると感じてはいても、それが良いか悪いかということでもなく特には問題視していなかったということが話を聞いていく中であがった。この点で、地域付き合いが希薄であった先代とは対照的に、久典氏が地域との日常的な交流の中で成長し、こだわりを持って酒造りをしてきたその歴史こそが、山中酒造の酒を地酒にしたのである。

5 おわりに

こうして、山中酒造が横須賀で事業を始めてから今日に至るまでの歴史の中で造ってきた葵天下や三社囃子は、横須賀における地酒という地位を得るまでになった。伝統といっ

た言葉を使うにはまだ早いように思われるその 90 年あまりの歴史の中で、その地位を得ることができた理由とは「日本酒産業の衰退にも耐えうる製品づくりとその継承」と「地域における人間関係の変化」だといえるのではないだろうか。山中酒造の酒造りへのこだわりが、日本酒産業の衰退という逆風に耐えうる付加価値をもった葵天下という製品を生み、そのこだわりを当代の久典氏がきちんと継承してきたことで、現在まで残すことができた。そして、酒の造り手に対する評価と地酒の認識から見られるように、作り手の地域における人間関係の変化、周囲の環境という酒そのもの自体とは別の要素が、地酒としての地位の成立に必要なものだったと考えられる。今回の考察で挙げた要因以外にも、たとえば地域産業、特産品のブランド化、地域おこし活動などといった、蔵元と消費者間だけの関係で完結しないようなものが地酒認識の形成に大きく関わっているということも他の先行研究の中では考察されているが、実際に現地の人の声を聴くことで住民の地酒に対する意識の変化について触れることができたという点において、今回の調査には大きな意義があったと考えられる。

参考文献

山中酒造合資会社

山中酒造（資）ホームページ（2016年7月19日取得、
<http://www.5a.biglobe.ne.jp/~yamanaka/index.htm>）。

青木隆浩

2003 『近代酒造業の地域的展開』吉川弘文館。