



お酌で世界とつながる日本酒

未知なる「日本語」に魅かれて

ハーバー氏の来日は、昭和63（1988）年。大学卒業後、一度は海外に住みたいと考えたのがきっかけだった。

「実は、最初東ドイツの大学と日本のJETプログラム（語学指導等を行う外国青年招致事業）の二つを申し込んでいました。たまたま先に日本から返事が来たから行こうか、というくらいの気持ちでした」と、ハーバー氏はテノポのよい関西弁で語る。

当時在籍していたオックスフォード大学の先輩が一期生としてすでに日本に派遣されていたことがJETプログラム応募の動機となった。また、英語以外に仏・西・独語にも触れた経験があったハーバー氏にとって、これまで学んだ言語と全く系統の違う日本語へ

無形文化遺産となった「和食」と最も相性のよいアルコールといえば、何といっても日本酒だ。しかし、ピーク時に170万klを超えていた日本酒の国内出荷量は、約3分の1にまで減少しているのが現状である。そのようななか、京都府京丹後市久美浜町にある木下酒造は、この10年で生産量を3倍に伸ばし、世界各国へ出荷するなど、勢いのある蔵元のひとつだ。酒造の立役者で杜氏を務めるイギリス人のフィリップ・ハーバー氏に、日本酒造りに携わった経緯、それらを通して見た日本と世界とのつながり方について、お話を伺った。

の関心も高く「新しい言葉を勉強できる」と思ったという。

期待と好奇心を胸に、日本語は全く話せない、日本という国の知識も「時代劇のイメージ」、日本酒は「日本特有の製法で造る、『SAKE』というアルコールがあるという知識だけ」という、全てが真っ白な状態で来日したのである。

来日当初は大阪の公立高校で教える

から、学校外で公文に通い、日本語を勉強した。日本語、特に大阪では「ぼちぼち」といった擬音・擬態語が多く使われるのが面白いと感じ、敬語の難しさにぶつかるともあった。それらを「どの国の言葉を学ぶときも必ずぶつかるとは壁のようなものはあります。新しい言語を学ぶにあたっては、それも含めて全てが楽しいプロセスです」と笑顔で語る。困難も楽しみにかえる姿

フィリップ・ハーバー

Philip Harper

フィリップ・ハーバー／1966年イギリス生まれ。オックスフォード大学卒業。88年来日後、奈良の梅乃宿酒造に入り、2001年に南部杜氏資格選考試験に合格。大阪の大門酒造を経て木下酒造に杜氏として迎えられ、初年度に全国新酒鑑評会で金賞を受賞。新定番となった玉川の「自然仕込」や江戸時代の製法で造った「タイムマシン」など、挑戦的な酒造りで新たなファンを生み出している。

取材・執筆／加藤しのぶ 撮影／宮村政徳



Kinoshita Shuzo

上／天保13年創業の木下酒造。軒先には酒の神様に感謝を捧げる杉玉が取り付けられている。左／穏やかな波が広がる久美浜湾。日本海と砂州で隔てられた潟湖（せきこ）で、カキの養殖でも知られる。

右／古い酒樽を再利用した商品展示台。中／1本1本、丁寧にラベルを手貼りする。左／仄暗い酒蔵内。扉の奥は仕込蔵。



勢で日本語を学んだハーバー氏は日本の文化とも積極的に関わっていくことになる。

日本の伝統産業を支えたい

ハーバー氏は最初に語学学校ではなく、公立の学校に赴任したこともよかつたと話す。

「語学学校は外国人講師のサポートに力を入れますが、その分、生の日本の姿に触れる機会は少なくなる。公立の学校で働くことで一般的な日本人の暮らしにじかに触れることができまし

た」

そのひとつが職場の宴会で互いに酒を注ぎ合う「お酌」という習慣だ。当初同僚教師とは笑顔は交わしても、英語を話せる人が少なかったため会話が続かなかつた。しかし、宴会では互いにお酒を注ぎ合うだけでその場に溶け込めた。「イギリスでは互いに酒を注ぎ合う習慣がないので最初は驚きでしたが、これは言葉がなくても年齢や先輩・後輩の別なくコミュニケーションができる道具だと思いました」と話すハーバー氏は、お酌を通じた非言語コミュニケーションを体験し、自然と日本酒へも興味を寄せていく。

ハーバー氏が日本酒にのめり込んだのは、現在も親交のあるふたりの友人の存在が大きいという。同じ音楽好き、

酒好きということで気の合った3人で地酒専門の居酒屋に通い、個性豊かな日本酒の奥深さを知っていく。やがて飲むだけに飽き足らず、滋賀や奈良の蔵元見学や酒造り体験、酒米の田植えなどにも参加するようになった。当初

JETの派遣期間2年の滞在のつもりが、終了後も昼間は語学学校、夜は居酒屋で働きながら、先に奈良の蔵元に蔵人として就職していた酒好き仲間のひとりの伝で酒蔵を手伝った。

すでに清酒の売り上げは減少傾向、若い世代の担い手不足は深刻になっていた頃だ。いつしかハーバー氏の中で日本が誇る伝統産業に対する危機感が膨らんでいった。そして1991年、25歳で奈良の梅乃宿酒造に蔵人として入ったのである。

日本酒の仕込み期間は半年以上、他の蔵人たちと寝食を共にし、24時間体制の労働状況だ。さらには慣れぬ社制度など、戸惑いはなかっただろうか。「仕事は厳しいですが、酒造りは昔ながらのシステムが出来上がっている。

また、現場の最高責任者であるおやっさん(杜氏)は絶対的な存在で、食事でも先に箸をとるまで他の蔵人は手をつけないといった決まりも、階級がはっきりしていてわかりやすい。古いというよりむしろ機能的だと思いました」

梅乃宿酒造に入ってから10年となる2001年、ハーバー氏は合格率5割とい

日本に思うこと、今後なすべきこと

来日して28年、酒造歴25年、日本での年月の方が長くなったハーバー氏は、今の日本をどう感じ、今後何をなすべきだと考えているだろうか。

ハーバー氏自身がなすべきことは「当然、日本が誇る伝統的な日本酒をさらに普及させること。無形文化遺産である和食に合う日本酒は、日本を知ってもらうためにも大きな武器になると思います。その素晴らしさをもっと伝えたい」と語る。

また、海外からの観光客にあふれる現在の日本には「経済的にはよいでしょうが、例えば心斎橋でも香港と同じようなブランド店が並び、ここはいつたいどの国だろうと思います。昔ながらの日本の風景がなくなっているのが残念」と、来日当時自転車で谷町や

う南部杜氏資格選考試験に合格する。外国人初の資格取得を「当時のおやっさんに『とりなさい』と言われると、やるしかなかった」と笑うが、10年間酒造り一筋であったからこそその難関突破であろう。

その後、大阪の大門酒造で杜氏補佐、茨城の須藤本家でも酒造りに携わった後、再び大門酒造に戻り杜氏となった。蔵人から杜氏へ。着実に修業を積んだハーバー氏は2007年、銘柄酒「玉



上/酒蔵に眠る古道具や古家具を蘇らせ、昨年新装された店舗。奥には試飲ができるカウンターも。
下/社長の木下善人氏。

川」をつくる京丹後の木下酒造に杜氏として入ることとなった。

日本酒業界の歴史に残る存在

「初対面の私に、ハーバーは滔々と日本酒はどうあるべきかを語りました。その情熱たるやすごいもので、この人なら何かやってくれれば、『あなたが造りたい酒を造ってください』と言いました」と話すのは、木下酒造11代目

茶屋町などの大阪市街を走りながら目にした「日本らしさ」が急速に失われているのを嘆く。

現在、仕込みのない時期は、今も豊かな自然が残る大阪府北部に住んでいるハーバー氏は、「まだ日本の原風景が残るところはある。今からでも、残すべきものは残しておかない」と力強く語る。

さらに、長く日本に暮らすなかでハーバー氏が気づいたことがあるという。日本人が積極的な議論を好まないということだ。

「和を大事にすることはいいのですが、もっといい意味での話し合いをしてくことは必要だと思います。互いにつぶし合うのではなく、思ったことをきちんと話し合う機会がもっと必要だと思います」

一方で、コミュニケーションの方法自体には、母国との共通点を見出すことができるという。

当主の木下善人氏だ。40年以上酒造を支えたベテラン杜氏が亡くなり、天保13(1842)年より続いた酒蔵の廃業を考えていた時期だった。

それを受けてハーバー氏が提案した商品のひとつが、蔵に住みついた家付き酵母と呼ばれる酵母で発酵させる「自然仕込」の酒だ。培養した酵母を添加するより手間暇と高い技術を要し、製造リスキの高い酵母無添加の酒を手掛ける蔵は、全国でも僅かしかなかっ



た。さらに、国内では若くて軽い味わいの酒が主流の時代にあつて、ハーバー氏が造る酒は苦味・渋みなどの五味がしっかりあり、濃いのが特徴だ。木下氏にはこの時代にそれが受けるのかという不安もあった。しかしハーバー氏の「木下酒造はマジヨリテイに向けた酒をつくりたいのですか。2、3割であつても確実にこの味を好む人がいる酒を目指したほうがいい」という熱意に、もとより廃業も考えたのだからと思いつつ挑戦することにした。

「関西は、会話でのコミュニケーション法がイギリスやオーストラリアと似ているんです。例えば、大阪では営業マンはいきなり商談に入るのではなく、少し笑いをまじえた世間話をしてから本題に入るのが一般的です。常にユーモアをもって会話をする関西の文化にはイギリスとの共通点を感じ、東京はむしろアメリカに似ていると感じますね」

相手との関係構築から始まる関西のコミュニケーション法が母国のそれと近いことが、日本になじめたひとつの要因かもしれないとハーバー氏は話す。異文化圏である大阪と母国のコミュニケーション法が通底すること、お酌を通じた非言語コミュニケーションで日本に親しみ、酒造りを通して日本という国を多面的に知るハーバー氏が創り出す日本酒は、世界と日本を結ぶコミュニケーションツールとしても大きな役割を果たしそうだ。

結果、酵母無添加で行う「自然仕込」の酒の醸造は1年目から成功、またたく間に売れた。「自然仕込」シリーズの商品を含め、ハーバー氏が手掛けた酒は、日本国内だけでなく外国へも販路を広げることとなった。その後も木下氏が「とにかく勉強熱心、日本酒に対する情熱も知識も業界の歴史に残る存在」と評するハーバー氏は、次々と新商品を生み出し、現在では江戸時代の製造法を再現した「タイムマシーン」など数十種に上るといふ。

ほかにも木下酒造では、この10年で出荷量が倍増した海外向けの日本酒のPRにも力を入れており、ハーバー氏は仕込みのない夏期を利用し、国内での試飲会やイベント等での販路拡大に留まらず、海外でも日本酒のセミナーを行っている。しかし「倍増といっても、海外輸出量は全出荷量の数パーセントに過ぎない。満足すべきレベルではない」とハーバー氏は語る。

「タイムマシーン」をソフトクリームにかけた人気商品。濃厚で芳醇な甘さに驚かされる。



中/ハーバー氏が最初に挑戦した、玉川の「自然仕込」シリーズのひとつ。
下/江戸期の製法によるタイムマシーンシリーズ。ラベルに当時の酒蔵を描いた「1712」(左)と3年熟成の「ビンテージ」。