

酒文化研究所

NEWS LETTER

第 16 号 2014 年 4 月 25 日

【変わるビール市場】

日本で広がり始めたクラフトビール

かつて地ビールと呼ばれた小規模なブルワリーのビールが、いまクラフトビールとして注目を集めています。4月中旬に東京で開催された「東京ビアウィーク」では一週間で55ものプログラムが用意され、たいへんなにぎわいを見せました。ブルワリーやビアレストラン、はたまた愛好家グループが主催したプログラムは、クラフトビールとイタリアンや和食との相性を探るワークショップ、民謡やジャズを聴きながらのビアコンサート、町歩きしながらクラフトビールパブを巡るミニツアーなど、バラエティも豊かでした。

日本ではここ数年で急速に人気の高まりを見せているクラフトビールですが、アメリカでは30年くらい前から続くムーブメントになっています。手頃な価格で飲みやすい大量生産のビールに飽き足りず、小規模なブルワリーがつくる個性的で味わい深いビールを好む層が登場し、ビールの伝統にとらわれない斬新なスタイルを次々に生み出していったのです。その勢いはビールの本場のドイツやイギリスにもおよび、最近ではワインの国フランスやイタリアでも、独自のスタイルのビールが脚光を浴びるようになりました。

また、アメリカではクラフトビールのトレンドと一体化して、ブルワリーを併設した料飲店が急増しました。サンディエゴやシアトルなどでは町のあちこちにブルワリーを併設したパブができ、町中のブルワリーパブ巡りは観光の人気コンテンツになっています。

今回は昨今のクラフトビールムーブメントの盛り上がりを俯瞰してみましよう。

【お問い合わせ】 本資料に関するお問い合わせは下記まで。

〒101-0032 東京都千代田区岩本町 3-3-14CM ビル

株式会社酒文化研究所（代表 狩野卓也）<http://www.sakebunka.co.jp/>

TEL03-3865-3010 FAX03-3865-3015

担当：山田聡昭（やまだ としあき）

Eメール：yamada@sakebunka.co.jp

ビールと料理をペアリング

「とりあえずビール!」と注文し、ジョッキが揃うやいなや「乾杯!」。一気にゴクゴク、「プファ〜」というビールは爽快で楽しいものですが、最近はワインのようにじっくり味わうスタイルも人気のようです。4月13日から20日まで開催された「東京ビアウィーク」のプログラムにあった「クラフトビールとチーズのペアリングセミナー」に参加してみると、参加者は20代~50代まで幅広く、ブルーチーズや山羊や羊の乳のチーズなど7種類のナチュラルチーズと、7つのスタイルのビールを合わせるという内容でした。以前体験したワインとチーズの相性体験セミナーとそっくりの構成です。主催者によると募集開始から数日で予約でいっぱいになったとそうで、集客には苦労しなかったとか。

別の日に開催されたグラスメーカー「シュピゲラウ」のビールグラスセミナーも同様に、20名ほどのセミナーは申し込みが相次ぎ、参加者は抽選となりました。平日の19時から都心で開催されましたが、ひとりのキャンセルもなくセミナーはスタート、4種類のビールグラスで、ホップの苦みの強いビール、爽やかな香りのビール、コーヒーのようなロースト香のポーター、そしてアルコール度数が10%近い2年熟成のビールをテイastingします。参加者はワインと同じように、グラスで味の感じ方が違うことを確かめていきます。飲み比べた後は隣の人と「こちらのグラスの方が香りがきれいに出来ますね」「私は酸味が強調される気がしました」と感想戦です。



渋谷の料飲店で開催されたクラフトビールとチーズのペアリングセミナー



リーデル・ワインブティック（港区）で開催された「シュピゲラウ」ビールグラス・テイastingセミナー

プレミアムビールのトレンドと呼応

日本でビールをワインのように楽しむ愛好家が増えたのは21世紀に入ってからのことです。1994年に規制が緩和されて日本各地にブルワリーが続々と誕生しました。これらは清酒の地酒に倣った「地ビール」という言葉で総称され、地ビールブームが巻き起こりました。けれども個性が強く割高だったこともあって数年で飽きられ、ほとんど話題にのぼらなくなります。それが2000年代半ばに反転、若年層を中心に愛好家が増え、アメリカで使われていた「クラフトビール」という名称と共に再び脚光を浴び始めました。

当時の様子を日本地ビール協会 (Japan Craft Beer Association) の小田良司会長は次のように語っています。「クラフトビールの愛好家が変わり始めたのは2004年でした。1998年から地ビールを集めた試飲パーティ『ビアフェス』を開催していましたが、ブームが沈静化した2000年頃には、どこの会場でも同じ顔、決まった方しか来場しないという停滞感が漂いました。ところが2004年からは増える一方です。5000円近い参加費でお土産も食べ物もつかないのに、連日、ホールの定員いっぱいの3000人(東京会場)近くが集まります」(『月刊酒文化』08年9月号)。



六本木ミッドタウンで開催されたグランビエール 2013。全国のクラフトビールメーカーが出店し、大勢の人でにぎわった

上昇に転じたいちばんの理由として、小田氏はインターネットの普及をあげます。広い販路を持てなかったクラフトビールメーカーがネット販売によって販路を拓けられたこと、ネットを通じて海外(特にアメリカ)のクラフトビールの人気ぶりが伝わりやすくなったこと、それらがネットに馴染んでいざ若年層に浸透して、新しいファンとしてクラフトビールに流れ込んできたというのです。

当時、ビアフェスに参加して来場者に話を聞くと、「いろいろな味わいがあって面白い」「ワインや日本酒よりも気楽に楽しめる」「アルコール度数が低いので飲み比べが楽」「明るくワイワイすることも、ゆっくり味わうこともできる」という声が聞かれました。これらはクラフトビールが好きな理由として、今も必ず上がるものです。

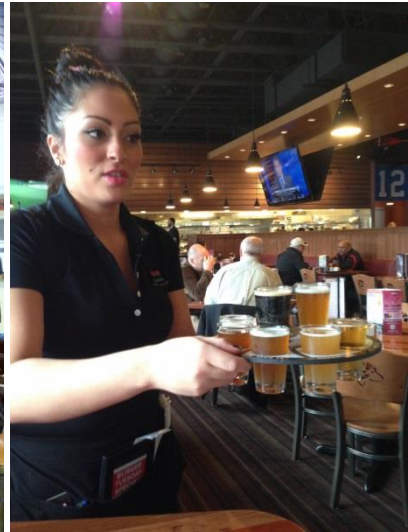
また、この時期、プレミアムビール市場が急拡大したことも、クラフトビール人気を押し上げました。『サントリーザ・プレミアム・モルツ』が2005年からモンドセレクションで最高金賞を3年連続受賞して話題となり、日本のプレミアムビール市場が一気に拡大します。デフレ化で低価格のビール風飲料に人々の関心が集まっていた当時、華やかな香りとコクのある味わい、きめ細かい泡を特徴とするこの商品は、あらためてビールの味わいに目を向けさせます。ビールのおいしさや個性を評価する流れが強まると、まだ限られていたクラフトビール人気に、多くの人が関心を持つようになりました。

アメリカが牽引するクラフトビール

クラフトビールは最初に北米で人気となりました。アメリカでは『バドワイザー』や『クアーズ』などの軽くて飲みやすいビールが市場を席卷していましたが、1980年代から高学歴層が当時ポツポツと誕生し始めた小規模なブルワリーに注目するようになり、そこから生



シアトルの町中にはブルワリーバブが軒を連ねる。ワシントン州には約 200 のブルワリーがあり、人気の観光コンテンツとなっている



ブルーバブでは数種類のビールを試すサンプルプレートが人気



サンディエゴ（カリフォルニア州）の自家醸造ショップ。ショップスタッフにアドバイスをもらいながら、麦芽、ホップ、酵母菌を購入する客の姿が目立った



まれる個性的なビールが高く評価され始めます。一時は全米で 100 を切っていたと言われるブルワリーは、20 世紀末には 1500 にもなり、アメリカは世界で最もブルワリーの多い国になります。

ブルワリーの創業が相次いだ大元には、趣味でビールをつくる自家醸造の広がりがあります。アメリカでは 1933 年の禁酒法の廃止と同時に自由にワインをつくれるようになり



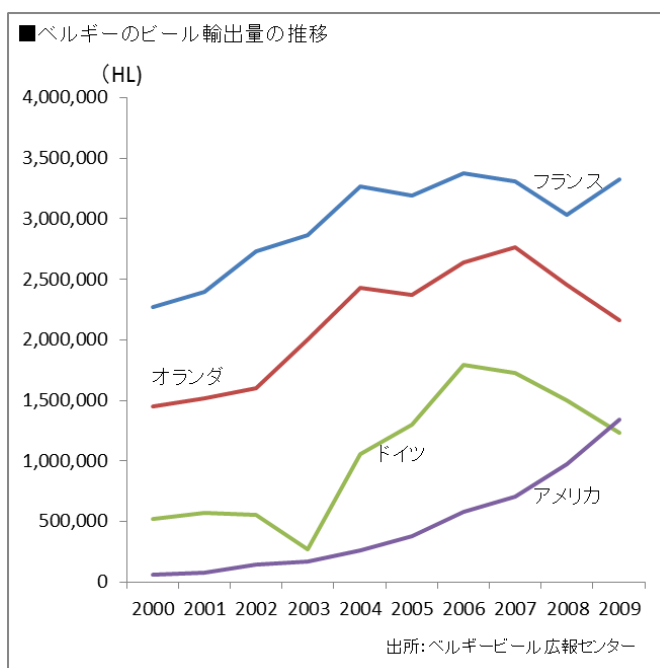
シアトルの酒専門店チェーンのビール売場。ほぼワインと同じ広さの陳列棚をクラフトビールに充てる

ましたが、ビールはその後長く禁じられ、解禁されたのは1979年のカーター政権の時でした。その後、徐々に趣味でビールをつくる人が増え、愛好家のサークルができたりコンテストが開催されたりするようになっていきます。工夫を凝らしたレシピが生まれ、ビールづくりの腕自慢たちが起業してブルワリーを開業し始めます。パブを併設したブルーパブのスタイルから始まり、人気が出てくると瓶詰商品を広く販売するメーカーとしての機能を拡充、愛好家の口コミによって急成長するサクセスストーリーが次々に生まれました。

欧州に拡大したクラフトビール人気

アメリカのクラフトビールムーブメントは欧州にも飛び火します。巨大なアメリカ市場はベルギーやドイツなどのビールの伝統産地の名品を探し始め、アメリカへの輸出が急増します。するとアメリカに刺激された伝統産地も、新しいスタイルのビールの開発を活発化させます。ビールのレシピを独自開発して醸造を委託、マーケティングだけを担当するファントム（幻）メーカーと呼ばれるビジネスモデルでの起業も相次ぎ、クラフトビールは欧州でも一大ムーブメントとなっていました。

そして、クラフトビールはついにワインの国々を巻き込みます。イタリアでは1986年ごろピエモンテ州で創業したブルワリー「バラデン」が市場をリード、熟成にワイン樽を使うなどイタリアらしいオリジナリティ溢れるビールをリリースすると



ローマの中心部に出店したクラフトビールメーカー「バラデン」の直営パブ。常に満席の繁盛ぶり



今年3月に幕張メッセで開催されたフードエクス・ジャパン。イタリアブースにはクラフトビールが並んだ

国内で人気となり、引っ張られるようにイタリア各地にクラフトビールをつくるブルワリーが次々に誕生し、アメリカをはじめとする各国の目敏い愛好家が飛びつきました。いまではワインのような輸出産品に育てようと、国をあげてアピールしています。

日本でも次々に登場 マイクロブルワリー

日本でも熱心なブルワリーが次々に誕生しています。1990年代半ばの地ビールブームの時には、清酒メーカーの多角化や第三セクターによる参入が多かったのですが、ブームが沈静化してからはクラフトビールの虜になった個人の参入が目立ちます。

そして、彼らの創業をサポートするかたちになっているのが、いくつかのブルワリーが持っている極小規模でビールづくりを体験できる工房です。日本では自家醸造が認められていないため、既存のブルワリーの製造免許の下で醸造せざるを得ません。ビアパブがこの工房で試験醸造を繰り返してオリジナルのレシピを開発し、自店で提供して市場の評価を確かめながらブルワリー開業の機会を探る。そんな動きが出てきています。

最初に紹介したビールをワインのようにじっくりと味わう楽しみ方の広がりとともに、いま個性的なビールが次々に生み出され、日本のビール文化に新しい1ページが書き加えられようとしています。規模的にはまだ極めて小さいものですが、ビール市場の成熟を示す重要な変化なのではないでしょうか。



ネストビール（茨城県）のビールづくり工房。ほぼ毎日、ビールの仕込み体験の予約が入る



アメリカで自家醸造ビールを体験し、大学のビール醸造コースで学んだ後に日本でブルワリーをつくったベアード氏



月に5種類、毎回レシピを変えて新しいビールづくりにチャレンジしているブルーパブ「ベイブルーイングヨコハマ」は2012年1月に創業