



日本のクラフトビールは 世界で通用するのか？

世界に誇る日本のクラフトビール二大メーカー
『コエド vs ネスト』緊急トップ対談

文・写真：富江弘幸

木内酒造合資会社
木内 敏之

株式会社協同商事
コエドブルワリー
朝霧 重治



——日本はコビーする力がすごい、というお話がありました。なので、日本のクラフトビールのクオリティは高いのではないかと想像しますが、それでも海外のビールにはかなわないと思うことはありましたか。

木内：中国でメルセデス・ベンツのコビーが売られていますか、買いますか？ 買ったのなら、日本のコビーは売れます。

朝霧：我々がどこまでいってもキャッチアップできないのはビールの文化ですね。エジプト・モンポタミアで発展した、麦を保存するための技術としてのビールは、ヨーロッパでビール文化として花開きました。史実として、日本ではビールは生まれなかった。それはジェラシーを感じます。でも、ビールは世界的に愛されていて、その素晴らしい文化に出合えてよかったと思っています。

藤原：山田修司が「書を捨てよ」と言いましたが、絵で例えると、最初は模写が大切。それが進むと自分自身の絵を描く必要があって、(日本のビールは)その時期なのではないかと。スタイルガイドラインは大切だけれど、それがすべてではない。そろそろ「書を捨てよ」という時期だという気がします。

木内：日本のクラフトが伸びていると言われますが、どこで伸びているのでしょうか。僕はアメリカで1999年から商売をしているので、その劇的な変化を見えています。いま、日本のクラフトビアができていますが、(アメリカでも)すこかったのです。

ただ、今はそこがメジャーではなく、一般のレストランがほとんどメジャーになっているんです。そうなると、クラフトビアが追うものは何かというところ、いかに珍しいものを扱うか。地方の小さいブルワリーに行って、あれを出せ、これを出せと言って買ってくる。それが日本のクラフトビールのブームになりつつあるのです。

アメリカではそれが十年くらい前に起こっていて、それを卒業した人たちが本場においしいものを一般のレストランで飲むんですよ。フレンチと合わせて、和食と合わせて、と。日本がそこまでくれば、日本のクオリティも素晴らしい、というところになると思います。

一般のレストランで飲めるビールを造れるかどうか。ビアパブで飲むビールはもう卒業しましょう、というのが本音です。