

に美味しいお米だから、これで日本酒つくったら、さぞかし美味いだろうな」などとたわいもない会話を弾ませていた。



神子原の様子

そんな中、県内の酒造メーカーである中村酒造の社長が是非とも、このお米の活用をさせてもらいたいというアポイントが舞い込んだ。役所が積極的に酒造メーカーにアプローチした訳ではない。酒造りの話はすぐにまとまり「プロジェクト客人(マレビト)」という名称で、1.5次産業振興室と地元の窯元である大社焼き、そして中村酒造による神子原米を使った日本一美味しい酒づくり計画がスタートした。コンセプトは、①生活排水の入らない美味しいお米だから、美味しいお酒ができる。②ブドウや麦からできた洋酒に劣るという理由はない。③自信を持って輸出できる少量しか製造しない日本酒という三点である。

通常、日本酒は山田錦などの酒米を発酵させてきている。酒米が使用される理由の一つは発酵させやすいという点である。ところがコシヒカリになると、酒米の約三倍以上時間がかかってしまう。このような技術的な問題があった。美味しいものは、手間隙を惜みたくない。手抜きすると手を抜いた商品しか生まれない。能登島出身の30代の若い杜氏は「どんなに時間がかかろうと、最高に美味しい日本酒を造りますよ」と快く引き受けてくれた。

完成したお酒を入れる容器も、一本一本轆轤を回してつくり上げ、地元の気多神社の柱に自生する野いちごの葉をそのまま焼き入れてある陶器(大社焼き)で製

作した。こうして、四倍以上の時間と手間隙をかけ、長期低温醸造しできあがった「客人」。名称は、マレビト論を展開した民俗学者であり歌人でもあった折口信夫が羽咋の地を「マレビトの里」と表現し、羽咋市一ノ宮町に彼の墓があることからたことから名づけさせてもらった。異界から時や場所を選び、集落にやってくる高度な農耕や様々な技術文化や恵沢を携え、待ち受ける村人に訪れる神の事である。



(日本酒「客人」URL : <http://www.tokusanhin.jp/ishikawa/04.html>)

このお酒はバチカン大使館に届けられると同時に、東京のとある場所の記者会見でお披露目された。それは「外国人記者クラブ」である。副題には「お米はブドウに劣りますか」であった。一本720mlで33,600円(税込み)する日本酒。平均的な酒好きからは「おい。高すぎるよ」と批判された。勿論、想定内のことであった。「どうして同じ720mlのワインが7万円もするのに高いとは何故言わないのか?」という私たちの質問には無言になってしまう。日本人は「日本酒は安くなければならない。ワインは高くてもいいという」奇妙な先入観を持っている。だから、敢えて「外国人記者クラブ」で記者会見と試飲会を開催したのだ。イタリア・アメリカ・カナダ・ドイツなど多くの記者が集ってくれた。一本33,600円する日本酒が高いと思うかという我々の質問には「それだけ時間と人の手がかけられているんでしょう」という回答であった。そして「これは世界に通用する立派な酒・ワインです」とい