

酒品質向上の伸びしろがあると
思います」

数多くの酒蔵を見てきた中
で、蔵と消費者間の「保管環境の
差」に気づいたという中田氏。せつ
かく美味しい酒を買つても、飲むま
でにその美味さを損なうてしまっ
ては本末転倒。日本酒の商品価
値を高めていくためには適切な
温度管理が不可欠だと感じた
中田氏は、日本酒の保管に最適
とされる「凍らないぐらゐの低
温」を保つことが出来る日本酒
専用のセラ「sake cellar」を開
発した。

日本酒業界の課題として、中
田氏は「情報」という二つの目
のキーワードを挙げる。「中身のお
酒がどんなに美味しくても、ラ
ベルに書いてあることが読めな
ければ手に取る人はいません。
読めない、分からないは致命的。

だから、日本酒それぞれの情報
を容易に得られる日本酒アプリ
「sakenomy」を作りました」

「日本酒は選ぶのが難しい」とい
うイメージを抱く消費者は多
い。日本酒のラベルには、使用して
いる酒米や精米歩合、日本酒度
などその酒のスペックが記されて
いる場合がある。日常的に酒を
嗜んでいる人であれば、その情報
を見てある程度の味の方向性を
想像出来るかもしれないが、そ
うでない人にとっては何の情報も
読み取れない。スマートフォンで酒
のラベルを読み込むだけで、どん
な特徴のお酒なのか、誰でもどこ
でもすぐに知ることが出来る
…。そんな環境があれば、もっと
日本酒を手に取りやすくなるに
違いない。

知的好奇心を満たす旅

今後も、時間が許す限り全国
へ足を運ぶという中田氏。日本酒
に限らず、飲んだり、食べたり、つ
くったり……。中田氏にとって、そ
れらはすべて知的好奇心を満た
すもの。「ひとつとして同じ蔵は
ない。実際に見て、触れて、感じ
たものと真摯に向き合い、一番の
エンドユーザーとして自分なりの
感想で伝えていく」。造り手側で
はなく、あくまで消費者として
の目線を貫き発信するからこ
そ、中田氏の言葉は我々にダイレ
クトに訴えかけるのである。

日本酒は難しい、わかりにく
い。中田氏はそんな固定概念の
壁を崩し、日本酒の新しい可能
性を提示する。これまで延べ約
60万人もの来場者を集めたCR
AFT SAKI WEEKをはじめ、
め、今まで知らなかった日本酒と
の出会いや楽しみ方を魅せてく
れる彼の姿に、我々の知的好奇
心は心地よく刺激されていく。
これからも、中田氏の知を巡る
旅から目を離せない。

