



見たい! 知りたい! ブラウザーの向こう側

いつも何気なくインターネットを使っているけれど、ホームページの制作現場やインフラ関係の工事など、その舞台裏は意外と知られていないもの。このコーナーではあまり見る機会のない現場の様子を紹介しします。

インターネットマガジン編集部
撮影 / 中村 透

インターネットの 仕事場探訪

電子メールで情報収集。
地ビールができるまで

木内酒造合資会社
常陸野ネストビール

インターネットがあったからこそ実現した地ビール造り

ビールのおいしい季節。仕事のあとや風呂上がりに飲む1杯のビールはなにものにも替えがたい。それも市販されているビールではなく、醸造者が独自に作った地ビールとあれば、ビール好きはたまらないだろう。

日本で地ビールの醸造が解禁されてから早5年、各地に醸造所を構えてオリジナルの地ビールを造るところも増えてきた。その中で、地ビール造りにインターネットを活用している醸造所があるという。地ビールとインターネット。一見、まったく関係がなさそうな両者の接点はどこにあるのだろうか。

この疑問を解明すべく、今回はインターネットを使って地ビールを造り始めたという木内酒造におじゃましてお話をうかがってきた。



木内酒造ホームページ
<http://www2r.meshnet.or.jp/~kiuchi/>

木内酒造合資会社
茨城県那珂郡那珂町鴻巣 1257
問い合わせ先
TEL 029-298-0105
kiuchi@mw.biglobe.ne.jp





木内酒造合資会社
取締役 木内敏之さん



木内酒造外観



常陸野ネストビール3種。今年秋には新しい種類も登場すること。

ビール醸造の知識から機器までを すべてインターネットで調達

東京から常磐自動車道に入って約1時間半、水戸の先、那珂インターを降りてしばらく行くと、創業176年の木内酒造が見えてくる。歴史を感じさせる門構えからはインターネットとのつながりはまったく感じられない。

敷地の中に入ると、直径2mもあるかどうかという真新しいビール醸造用タンクが置かれていた。その右手に蔵を改造したという80平方メートルほどの地ビール工場があり、ここで常陸野ネストビールが造られている。

もともと「菊盛」という日本酒を造っていたそうだが、昨年9月から地ビールの醸造を始めたという。早速、同社の木内敏之さんに地ビールを造るまでの経緯をうかがってみた。

「規制緩和により小規模ビール工場でもビールが造れるようになったところから地ビールを造りたいと思っていました。でも、大手商社やメーカーに頼むと設備費や技術指導料などで数億円かかるという話を聞いて、うちではできないとあきらめていたんです」

と本来ならここで終わってしまうのだが、それを救ったのがインターネットだった。木内さん自身、そのころからインターネットでビールに関する情報を集めていたという。

「アメリカのブルーワー（醸造技術者）とメールで話をしているうちに、いろいろ情報を教えてもらうようになったんです。ビールを造るためのいろいろな情報、たとえば免許を申請するにはどうしたらいいかとかも全部ホームページから情報をもらいました」

電子メールを使ってカナダから醸造機器を輸入

では、醸造に必要な機器は実際にどうやって揃えたのだろうか。

「そのとき、たまたまホームページでカナダのDME社というビールの醸造機器を販売しているメーカーを知り、なんとかそこから機器を輸入してビールが造れないかということを考えました。その後、何回かメールを交換しているうちに、協力してもらえることになったんです。DME社にとっても、こちらが日本で最初の顧客だったので親身に相談に乗ってもらえました」

しかし、それまで日本酒を造っていたとはいえ、簡単にビールが造れるのだろうか。

「たしかに、初めはまったくノウハウがなかったのですが、どんな機器を揃えたらいいかということからどのように造ればいいのかということまで、すべてDME社とメールのやりとりをして教えてもらいました。いままでに交わしたメールの総数は数百通になります。醸造タンクの形などメールでは伝わりにくい部分などはFAXで送ってもらいました」

ときには、醸造機器を動作させるプログラムソフトがメールに添付されて送られてきたこともあったという。通常の国際航空便であれば、1週間くらいかかるものが、メールですぐに届いたときには感動したそうだ。

こうして、96年8月にはカナダから醸造タンクが届き、運搬から設置まですべて木内さんたちが自力で行い、9月中旬には仕込みにとりかかった。そして10月3日、ついに「常陸野ネストビール」が誕生したというわけである。

仕込みに7か月かかる日本酒に比べると、3週間ほどで醸造でき、1年を通じて製造できる地ビールは木内酒造にとってもう1つの柱となりそうだ。

一度飲むとクセになる味にはリピーターも

こうして、誕生した常陸野ネストビールであるが、今年の5月にはホームページも開設し、オンラインで地ビールが注文できるように



カナダのDME社から輸入した醸造用タンク。現在月間で20キロリットル製造している。



ビール瓶にラベルを貼っているところ。このまま箱詰めしてできたのビールが出荷される。

なった。種類は、アンバーエール、ペールエール、パイツェンの3種類。小瓶（330ml）6本の詰め合わせ（2,700円）と大瓶（720ml）3本の詰め合わせ（2,500円）が販売されている。編集部でも早速注文して試飲してみたが、市販されているビールには出せない深いコクとゆたかな味わいはクセになりそうだ。

実際、現在週に5～6件ほど、ホームページから注文が来るそうだ。中には病みつきになって定期的に注文してきたり、飲んだ感想をメールで送ってきたりする人もいるという。ホームページを作ってから消費者とダイレクトにコミュニケーションができるようになった。消費者の生の声は木内さんたちにとってなよりの励みになるだろう。

歴史を感じさせる醸造所でインターネットという新しい技術を活かしている新旧の対比が印象的でした。





[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp