海外の話題

米国で拡大するクラフトビール

農林中央金庫　ニューヨーク支店長　和田　透

ビール好きの筆者が 20 数年ぶりに米国に赴任となり、まず驚いたのは当地におけるクラフトビールの豊富さである。食品スーパー等の陳列棚には多種多様なクラフトビールが溢れ、「バドワイザー」や「ミラー」などのナショナルブランドはやや片隅に追いやられているようなイメージである。本稿では、米国におけるブームともいえるクラフトビールの拡大について触れてみたい。

日本同様、米国においても消費者の嗜好が多様化する中、ビール全体の販売量は苦戦を強いられている。米国におけるクラフトビールの業界団体である BREWERS ASSOCIATION（以下、BA）によると、2017 年のビール全体の消費量は前年比▲ 1.2% と減少している。ただ、クラフトビールについては、同 5.0% と増加しており、ビール全体に占めるシェアも 12.7%（消費量ベース）を占めるまでになっている。クラフトビールの Brewery（醸造所）の数も、1980 年には 100 ヶ所未満であったが、2000 年には 1,500 ヶ所を超え、その後 2010 年以降に大きなブームとなり、2017 年には 6,266 ヶ所までに拡大している（BA の統計による）。

クラフトビールの特色としては、それぞれの独特の味わいと香りがあげられる。ナショナルブランドが、大量生産に適した下面発酵で製造されるラガービール（ピルスナーも含まれる）が中心なのに対し、クラフトビールは上面発酵で製造されるエールビールも多く、また醸造所ごとに、ヨーロッパの古典的なビールの製法（木樽熟成ビールなど）にこだわったり、フルーツ等のフレーバーを加えたりと、独自のビールを生み出すことに精力を注いでいる。そうした特色が、自分なりのこだわりを持つ米国人、なかでもミレニアル世代（2000 年代に成人または社会人になった世代）に受け入れられているように感じる。ちなみに BA が定義するクラフトビールとは、① Small（小規模）、② Independent（独立性、大手資本の出資が 25％未満）、③ Traditional（伝統的、原則として麦芽 100％）のすべてを満たすものとされており、伝統を守りつつ独自性を重視する精神が表れている。

日本でも、1994 年の酒税法改正により、「ご当地ビール」のようなクラフトビールのブームが起きたが、継続することなく数年で終わってしまった。近年、再度ブームがおきているようであるが、値段も高く、日頃飲むビールとしてはなかなか手を出しづらい。ちなみに米国ではビールそのものの値段が日本よりも安いが、クラフトビールでも安いものなら 1 ～ 2 ドル（355ml）で購入可能である。

皆さんも米国に来る機会があれば、是非いろいろなクラフトビールをお試しいただきたい。ちなみに筆者のお薦めは、味の違いが出やすいエールビール、なかでもホップの苦味をきかせ、アルコール分高めなインディア・ペールエール（通称 IPA）である。

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます