

第4回北方地域社会(RINC)フォーラム実施報告 九州における本格焼酎製造の現場から地域×デザイン×ビジネスの戦略を学ぶ

Report on the 4th Northern Regional Community (RINC) Forum: From Site of Honkaku Shochu Making in Kyushu, Think Regional, Design, and Business Strategy

道尾 淳子* 木村 尚仁** 坂井 俊文***
梶谷 崇*** 碓山 恵子*** 塚越 久美子† 小谷 彰宏*

Junko MICHIO, Naohito KIMURA, Toshifumi SAKAI,
Takashi KAJIYA, Keiko IKARIYAMA, Kumiko TSUKAGOSHI and Akihiro KOTANI

概要

本稿は、地域に根付き本格焼酎づくりを守り続ける九州の焼酎蔵元8蔵を講師に開催した『第4回北方地域社会フォーラム「本格焼酎から学ぶ 地域×デザイン×ビジネス戦略」』の実施報告である。お酒をたしなむ人は、近年若者に限らず日本全体で減少傾向にあるが、蒸留酒「焼酎」は日本の歴史・文化を象徴する「國酒」としてブランディングされている。そこで、蔵元への4つの事前質問を軸に構成した当フォーラム150分間の内容を考察し、過去3年に渡り企画運営に携わるまちづくりイベント『新通市場で乾杯!』との関係から、北海道における地域とお酒に関する今後の展開を考える。

1. はじめに

北方地域社会研究所(RINC)は、平成27年4月の開設以来、フォーラムを毎年主催しており、平成30年度で第4回目を数える。フォーラム全体の実施主旨は以下の2点である。

1. 本研究所の研究計画や成果を学内外の関係者、関係団体に広く認知してもらうと同時に、今後の活動への協力や協働を促す。
2. 基調講演やシンポジウム等を通じ、地域における研究所の役割や連携のあり方について参加者と議論し、理解やコンセンサスを得、関係者間の交流を深める。

本稿は、平成30年8月4日に実施した第4回フォーラム『本格焼酎から学ぶ 地域×デザイン×ビジネス戦略』の概要及び実施結果について報告するものである。尚、本年度は同月10日に第5回フォーラム『次の150年を見据えて、若手行政マンサミット』を開催しており、今年度は年度内2回の実施になっている。

2. フォーラム概要

第4回フォーラムの概要は以下の通りである。本学の教職員・学生・一般を対象に、酒類に関する実施内容につき20歳以上で聴講を募集し、講師及び運営関係者含む会場定員35名で実施した。

(1)実施日時

日時 平成30年8月4日(土) 17:00~19:30
会場 BIZ SHARE 札幌・セミナールーム
主催 北海道科学大学北方地域社会研究所
協力 新通市場で乾杯!実行委員会

(2)実施プログラム

17:00~ 開会の辞・研究所紹介
17:05~ プログラム説明・話題提供『新通市場で乾杯!』と北科大
17:10~ 講師紹介、代表銘柄及びマリアージュ(ペアリング)紹介
17:25~ 蔵元への質問と回答(3分プレゼンテーション方式)・質問1<地域>
17:50~ 質問2<デザイン>
18:15~ ディスカッション(質問1・2)
18:25~ 質問3<デザイン・ビジネス>

* 北海道科学大学未来デザイン学部メディアデザイン学科, 北方地域社会研究所

** 北海道科学大学工学部電気電子工学科, 北方地域社会研究所

- 18:50～ 質問4 <ビジネス>
- 19:15～ ディスカッション (質問3・4)
- 19:25～ 閉会の辞

(3)講師 (8名)

- 黒木本店 (宮崎県高鍋町) 吉山 武伸氏
- 小玉醸造 (宮崎県日南市) 金丸 潤平氏
- 古澤醸造 (宮崎県日南市) 古澤 昌子氏
- 宮田本店 (宮崎県日南市) 宮田 健矢氏
- 渡邊酒造場 (宮崎県宮崎市) 渡邊 幸一朗氏
- 佐藤酒造 (鹿児島県霧島市) 鳥越 真二氏
- 小牧醸造 (鹿児島さつま町) 上大迫 浩氏
- 軸屋酒造 (鹿児島県さつま町) 軸屋 喜一郎氏

(4)実施テーマ

平成 28 年度より本稿筆頭者はまちづくりイベント『新通市場で乾杯!』(毎年8月上旬開催)の実行委員を務めている。当フォーラムでは、地域におけるお酒の歴史文化、デザイン・ビジネス戦略について、イベント出品者である九州の焼酎蔵元の実践より学ぶ機会とした。当フォーラム企画書におけるテーマ趣旨は以下の通りである。

テーマ：九州における本格焼酎製造の現場から地域×デザイン×ビジネスの戦略を学ぶ

テーマ概要：お酒をたしなむ人は、近年、若者に限らず日本全体で減少傾向にあることが様々な調査機関によって報告されている。一方で、平成 24 年 (2012 年) に立ち上げられた日本政府による「ENJOY JAPANESE KOKUSHU (國酒を楽しもう) プロジェクト」から約8年。日本酒だけでなく、蒸留酒「焼酎」も日本の歴史・文化を象徴する「國酒」としてブランディングされてきた。そこで、ここ北海道札幌市において「本格焼酎」がどのような認識にあるのか知る機会として、また、北海道科学大学の教職員と学生が「お酒×地域×デザイン×ビジネス」を考える機会の一つとして、地域に根付き本格焼酎づくりを守り続ける九州の焼酎蔵元をお招きし、地域のお酒に関するフォーラムを開催する。

3. 話題提供『新通市場で乾杯!』と北科大

RINC 所長による開会の辞及び研究所紹介の後、本稿筆頭者より主プログラムに先立つ話題提供として、本学有志によるまちづくりイベント運営の3年間の歩みとイベント実施背景を紹介した。

イベント会場である札幌市中心部の旧商店街「新

通市場」は、1923 年 (大正 12 年) 発足と商店街として市内で二番目に古い歴史を有したが、2003 年商店街組合が解散した。一街区の中通りに発展した総延長 125 メートル程度の短距離な商店街の成り立ちから、高度経済成長期における自動車交通に見合った都市構造の改変がなされず、旧来のヒューマンスケールな通りの構成が現在まで残されている。現在の営業店舗は最盛期の四分の一に満たないが、既存店ほか新設店含む 10 店舗ほどが個人経営で、その他沿道建物は主に共同住宅である。都心部に近い立地条件から居住率は高く、地域の人口構成は 25～29 歳が最多と若い特徴がある。かつての地縁色濃い地域コミュニティから、現在は建物単位の管理体制を主因に町内会・自治体への加入率も低く、地域としての共同機能の薄れた、言わば現代的なコミュニティの表象となっている。

以上を背景に、イベント自体は地域コミュニティを再考する機会の創出を主目的に、街のファン、いわゆるヨソ者の有志団体が平成 26 年に結成した「新通市場道端会議」が沿道店に働きかけるかたちで、試用期間の3年目を迎えた。沿道の酒販店「桜本商店」の取引先である九州の焼酎蔵元が毎回 20 蔵程度出店し、『大人の七夕まつり』と題した日中3時間限定のチケット制屋外大試飲会を新規企画して、当日は歩行者天国と化す街路とその沿道空間を、本学学生有志約 20 名含む運営ボランティア約 100 名、チケット購入約 700 名、併設キッズスペース利用の子供含む同伴者等の総勢約 1,000 名もの地域内外の多様な人々が一堂に会す機会になっている。また、イベント開催中には来場者及び関係者アンケート調査を行い、地域コミュニティに関する研究資料を蓄積している。



ゲームに賛同したら参加できる緩いしくみ
コアメンバーは入念に。80名を超える当日運営ボランティアスタッフとともに

図 1. 話題提供スライドの一例

4. 講師紹介

上記3の一方で、当のイベント実施では焼酎蔵元等関係者との交流が深まる中で、お酒がもたらす地域・デザイン・ビジネスへの波及効果への関心、さらに、有志学生を例外とせず、地域のお酒に関する知識や上手な嗜み方を知らない若年層の存在への関心が高まった。これが当フォーラム開催の大きな動機となっている。

講師は宮崎県の焼酎蔵元5蔵及び鹿児島県の3蔵の計8蔵に承諾いただいた。講師紹介では事前に、各蔵製造の本格焼酎1点とそれに合わせる食品や料理を、当フォーラム向けにヒアリングし、スライド資料を準備した(図2)。



図2. 講師紹介スライドの一例

本格焼酎が飲まれる場面では、ワインを主に先行的に用いられてきた「マリアージュ [marriage] (料理とお酒の幸せな結婚=新たな味・第三の味が生まれる)」と「ペアリング [pairing] (お酒と相性の良い食材や料理との組み合わせ)」という用語が注目されている。また、飲み手の趣向や季節に応じた製品開発を行う事例も紹介され「本格焼酎=おじさんの飲み物」という一般化されたイメージとは異なる、食中酒としての展開が現在なされていることが紹介された。



図3. フォーラム会場風景

5. 蔵元への質問と回答

当フォーラムの主プログラムとして、下記①~④の質問に対して講師に事前回答をいただき、当日は各蔵がリレー形式で各質問に対して3分以内の回答をするプレゼンテーション方式を採用した。事前回答は講師によって写真画像やテキスト、場合によっては当日の口頭発表のみと内容は異なったが、企画側で画像等を補完する等して当日スライド資料を構成し、会場に投影した(図4)。

焼酎蔵元さんへの4つの質問：

- ①<地域>本格焼酎を製造される中で、地域とどのような関わりがありますか？(例えば、地域の酒としての歴史文化、地域産業としての焼酎、地域の祭り……等)
- ②<デザイン>商品デザイン(ラベルデザイン、パッケージデザイン、Webデザイン等)において大切にしていることは何ですか？(例えば、デザインコンセプト、デザイン戦略、デザイン会社とのエピソード……等)
- ③<デザイン・ビジネス>若者をターゲットにした、または、若者と協働した商品開発の実例はありますか？(例えば、大学生とのコラボ、焼酎の新たな呑み方・楽しみ方の提案、広報戦略……等)
- ④<ビジネス>地域を超えた、全国展開や海外展開の実例はありますか？(例えば、焼酎ネットワーク、イベント出張、地産地消……等)



図4. 蔵元への質問と回答スライドの一例

①では、芋焼酎の原料である芋と米を例に、原料生産から地域を捉えると、蔵元のある町内、県内や隣接県外等、いずれも近距離圏、地場のものづくり

が行われており、自社農園や契約農家との関係において、各蔵の目指す良質な酒質が担保されていることが紹介された。歴史文化では、地域の生業や祭り酒としての需要を背景に、地元小学校や神社等の行事運営への寄付、私有地の地域開放や緑化推進等の、継続的且つ多角的な地域貢献が行われていることが語られた。

②では、その代を代表する銘柄や季節限定銘柄の新規開発について、また各蔵で代々継承する代表銘柄も、時代ごとの販売形態の変化に応じてパッケージデザインを行っている、あるいは、商品ロゴ含めラベルとして一切変更せずに継承することも紹介された。必然として製品は徐々に増えていくことになるが、それをシリーズ化して精査する、選抜して育てる、蔵固有のブランド力に変える企業努力があり、その手段の一つにはデザイン会社との連携も挙げられた。また、パッケージデザインと中身の味の一致への追求、女性愛飲家や新規客層として女性をターゲットに商品開発を行う蔵元も複数みられた。

③では、現代の若者が本格焼酎を知る・飲む機会について蔵ごとに異なる意識が紹介された、例えば、地元の高校や大学において教育研究対象として焼酎製造あるいは原料生産が扱われる事例、小学校の児童等子供たちに対して地域の酒を味わうこととは異なる観点から地域のものづくりを伝承していく重要性、商品開発に関しては敢えて若者をターゲットにせず、造り手である自分たちの納得のいく酒質を造り続けること、あるいは、本格焼酎への導入として、地域の大人たちとのコミュニケーションの場、飲み方としての炭酸割り、グラスのデザイン性や蔵として制服の導入等、焼酎の味本来とその周辺領域への視点が語られた。

④では、焼酎づくりに集中する半年間と、国内外への出張営業等の販売促進・焼酎文化啓蒙の半年間という蔵元の年間スケジュールが紹介された。地域で消費される焼酎、地域外へ流通させる焼酎、大きくはこの二つの側面であるが、自らの価値を見定めるとい意味で二つに違いはない。世界に数ある蒸留酒の一つとして、本格焼酎の知名度は未だ一般に高くなく、近年は地道な啓蒙活動によって世界的な品評機関から受賞銘柄が出る等、九州あるいは日本文化としての本格焼酎というものが評価・注目されつつある。その際も地域に根付く個々の蔵元や生産者たちの実直なものづくり、すなわち、いつ・誰が・どんな人たちと・どのような場所で・どんな想いで

ものを造っているのか、そのトレーサビリティ（追跡可能性）が重要であることが補足された。

6. ディスカッション

①及び②の後のディスカッションでは、メディアデザイン学科の学生より「瓶の色」に関する質問があった。蔵元からは、本格焼酎はかつて瓶の色によって中身である味の劣化が起こっていたが、近年は瓶自体の技術改革によって、色によるタブー視が薄れ、商品デザインコンセプトに応じた色選択が可能になっていること、かつて瓶が包装され売買されていた再解釈がパッケージデザインとしてデザイン化されていることが紹介された。

③及び④の後のディスカッションでは、人間社会学科経営学専攻の学生より「マーケティングの4PのうちプロモーションとしてのSNS活用」に関する質問があった。蔵元からは、地域の酒として製造販売する本格焼酎の各蔵にとってその他のP（製品・価格・流通）に関して地域外を視野に設定する重要さとともに、大規模な広告展開ではなく、酒販店、飲食店、出張イベント等を介したユーザーのロコミで製品が知られていく現状からも、SNSには可能性と親和性がある旨が語られた。



図5. ディスカッションの会場風景

7. まとめにかえて

本格焼酎の蔵元は、代々の伝統製法を継承しながらも、時間軸を冷静に捉え、現代における地域のお酒としての各蔵の在り方を模索し、実直な製品づくりに日々勤しまれている。また、本格焼酎業界全体に対して、様々なスタンスから国内外を通じた底上げを行なっている。約2時間半のフォーラム当日とその準備期間を通して、年に一度のまちづくりイベントの関係者として顔を合わせてきた焼酎蔵元との間柄が、3年目にしてようやく一歩深まりを見せた。

当フォーラムの講師を快諾して下さった蔵元の皆様にはこの場を借りて改めて感謝の念を伝えたい。

本格焼酎は、札幌そして北海道に住む我々にとってはあくまで流通する他地域のお酒の一つに過ぎないが、彼らの信念に触れることで、我々の地域のお酒を考える機会に繋がるのではないか。

当フォーラムの全体は、今後記録集としてデザイン編集し情報公開する予定である。現時点、文字起こしを完了し、各種コンテンツを調整中であることを現状報告し、結びとしたい。