

Title	地域資源を糾合した地ビール事業の全国展開
Author(s)	谷口, 邦彦
Citation	年次学術大会講演要旨集, 38: 531-535
Issue Date	2023-10-28
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	http://hdl.handle.net/10119/19207
Rights	本著作物は研究・イノベーション学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Society for Research Policy and Innovation Management.
Description	一般講演要旨

地域資源を糾合した地ビール事業の全国展開

○谷口 邦彦

(一社) 関西産業活性協議会

国際P 2 M学会評議員

1. 緒言

1990年代半ば、箕面ビールの広告を見た時、なぜ、箕面の地？というのが実感であった。しかし、その後、大阪府下各地を訪れると、箕面ビールの広告を見、「箕面ビールあります」という掲示を見る機会が増えるに連れて、一度、取り組みの状況、発展過程を研究したいと、考えるに至った。

先ず、同社の概要を同社との面談から記述する。(第2章)

次いで、「全国津々浦々、229醸造所を巡る・ニッポンの地ビール」地ビール完全ガイド制作委員会編著^[1]から事業規模から同社の位置づけを浮き彫りにする(第3章)

そして、現在保有している銘柄について記述する。(第4章)

同社の立ち上げからの取り組みを記述する。(第5章)

次いで箕面市商工界における特産品の比較を市並びに商工会議所等で聴取を行う。(第6章)

まとめとして、これまでの地元産品と箕面ビールの事業展開について考察を行う。(第7章)

2. 箕面ビール：体にいいえ、味も良い酵母入りビール

同社は1997年大阪北部に位置する、明治の森 箕面国定公園、滝と紅葉とおさる、そして柚子が名産の緑豊かな箕面市で生まれました。ビールは色・香り・風味、ビールスタイルによって様々で大変、奥の深い飲み物です。また世界中で愛されている一番身近なアルコール飲料でもあります。そして人の手で醸される事で個性(オリジナル)が生まれました。

創業者である先代の天下正司氏は小売り酒販店を昭和52年より営んでおり、ヨーロッパへ行った際、地域に根付いているビール文化に触れ、また当時、日本では見ることもなかった様々なスタイルのビールを知り「日本でも個性豊かなビールを。日常にクラフトビールを根付かせたい。」その思いが起業のきっかけとなりました。

箕面ビールは“美味しさ”とともに“箕面ビールらしさ”“ビールの可能性”を日々追求し、地元根差した会社でありたいと考えます。また、ビールを通して人と人とが繋がるコミュニティを大切に、ローカルビールが特別なビールではなく、デイリービールになれる文化を目指しています。

ビールで新たな感動と楽しさをお届け出来たら幸いです。

3. 同社は中規模の地ビール企業

同社の年間製造量は60kℓ、これは地ビール業界ではどの位の位置づけになるのでしょうか？前出の地ビールガイドに記載されているビール企業の数値を基に記述する。

(1) 小規模企業：年間55kℓ未満：66社 内、年間5～6kℓ 10社

- (2) 中規模企業：年間 56kℓ～65 kℓ:100 社
- (3) 大規模企業：年間 66 kℓ 以上 61 社
(内, 1000kℓ 1 社, 1500 kℓ 1 社, 2000 kℓ 2 社)
- (4) 非公開 37 社

4. (株) 箕面ビールについて

4. 1 (株) 箕面ビール

- ・創業：1966 年 大下正司（吹田市で酒屋）
- ・代表者取締役：大下香緒里（創業者長女） ・従業員：24 名
- ・2004 年 直営店「ビアベリー」・八幡康斎（次女真友子さん夫君）

筆者が訪問した時も、一人の客がふらりと来店、窓際でジョッキを片手に読書を楽しんでいたのが印象的であった。

4. 2 箕面ビールが保有する銘柄

先の書に記載されている説明並びに最近の店頭の商品について記述する。

- (1) スタウト：アイリッシュドライスタウト/5.5%。強くローストされた濃厚なボディとクリーミーな泡が特徴の黒ビール。甘さを感じられるように苦味は控えめ。458 円
- (2) ヴァイツェン：ヘーフェヴァイツェン/5.0%。小麦を使用したフルーティーな味と香りが特徴的なビール 458 円
- (3) ペールエール：アメリカンペールエール/5.0%。ホップの苦味が効いた爽やかな口当たりのペールエールスタイルのビール。色は淡い銅色 458 円
- (4) ビルスナー：低温で長期熟成を行ったクリーンで爽快など越しのラガー。458 円
- (5) お猿 IPA：5 種類のアメリカンホップを贅沢に使用した IPA. 488 円
- (6) ビリケン缶ビール：最近、夏場には缶ビールも見受けられる。

5. 「箕面地ビール」誕生 大下酒販が製造・販売^[2]

あれよあれよと目をそば立てている間に、地ビール事業参入が相次ぎ、製造場数は 100 場を既に超え、ブーム現象の感がある。大阪の地においても 1 日、意欲的酒販店として名を馳せる大阪府吹田市の大下酒販（株）（大下正司社長）がまたひとつ新事業に挑戦、「箕面地ビール」の製造・販売を開始した。新会社の名は、エイ・ジェイ・アイ・ビア（有）（大阪府箕面市、0727・25・7234）で、京都大学食品工学科卒のビール醸造経験豊富な山本勝氏が専務に就任、製造面の責任を分担している。ホームページや「日本の地ビール」などの書籍を紐解き、次の事が見えてきた。同社では、業界ネットワークづくりに大下正司社長が全国行脚の一方、2002 年から内外のイベントや品評会への毎年出品、毎年・幾多の賞を獲得しており、この活動は社長逝去（2012 年）後も、2017 年まで継続されている。主な受賞歴を次頁に記述する。同社では、海外の展示会、国内のネットワークづくりに注力すると共に地元との連携として「感謝祭」を開催している。図は



本年10月の企画である。場所は、最近のホットスポットである大阪大学 箕面キャンパスピロティである。ここは来年3月23日（土）には大阪メトロ・御堂筋線の延伸工事が完成し箕面船場阪大前駅が開業する。

<受賞歴> はビールコンペティション世界大会

年	受賞ビール	大会名	部門	受メダル
2017年	W-IPA	International Brewing Awards (IBA)	Strong Ale 部門	金賞
2017年	スタウト	International Brewing Awards (IBA)	Dark Beer 部門	銅賞
2016年	スタウト	World Beer Cup (WBC)	Dry Stout 部門	金賞
2015年	インペリアルスタウト	Brewing Industry International Awards (BIIA)	Strong, Dark Beer 部門	銅賞
2015年	ペールエール	Brewing Industry International Awards (BIIA)	International Ale 部門	銀賞
2014年	スタウト	World Beer Awards (WBA)	Dry Stout 部門	金賞
2013年	インペリアルスタウト	World Beer Awards (WBA)	Imperial IPA (World's Best Stout & Porter)	金賞
2013年	W-IPA	World Beer Awards (WBA)	Imperial IPA	金賞
2013年	スタウト	Brewing Industry International Awards (BIIA)	Dark Beer	銅賞
2012年	ゆずホ和イト	World Beer Cup (WBC)	フルーツウィート部門	金賞
2011年	インペリアルスタウト	Brewing Industry International Awards (BIIA)	Strong Dark Beer	金賞
2010年	インペリアルスタウト	World Beer Awards (WBA)	Stout & Porter	金賞
2010年	ビター	ジャパン・クラフトビア・セレクション	ライトエール	金賞
2010年	スタウト	ジャパン・クラフトビア・セレクション	ポーター&スタウト	金賞
2009年	スタウト	World Beer Awards (WBA)	Stout	金賞
2009年	W-IPA	ジャパン・クラフトビア・セレクション	ストロングエール	プラチナ
2008年	W-IPA	ジャパン・ビアフェスティバル in 横浜	来場者人気投票	横浜市長賞
2007年	カベルネ	インターナショナル・ビア・コンペティション	フルーツビール	金賞
2007年	スタウト	インターナショナル・ビア・コンペティション	ロブスト・ポーター	銀賞
2007年	ペールエール	インターナショナル・ビア・コンペティション	アメリカン・ペールエール	銅賞
2006年	W-IPA	ジャパン・ビアフェスティバル in 横浜	来場者人気投票	横浜市長賞

2006年	スタウト	インターナショナル・ビア・コンペティション	クラシック・アイリッシュ・ドライスタウト	銅賞
2006年	W-IPA	インターナショナル・ビア・コンペティション	ストロングエール	銅賞
2004年	スタウト	インターナショナル・ビア・コンペティション	クラシック・アイリッシュ・ドライスタウト	銅賞
2004年	ヴァイツェン	ジャパン・ビアフェスティバル in 大阪	来場者人気投票	第一位
2003年	ヴァイツェン	ジャパン・ビアフェスティバル in 大阪	来場者人気投票	第一位
2003年	ペールエール	インターナショナル・ビア・コンペティション	アメリカン・ペールエール	銀賞
2002年	ピルスナー	インターナショナル・ビア・コンペティション	ボヘミアスタイル・ピルスナー	銀賞

6. 箕面の産物と地域資源について

箕面地ビール生産・販売について記述する前に、箕面の特産物について記述する。

(1) 紅葉のてんぷら

箕面と言えば、「紅葉の天ぷら」が挙げられる。これは箕面龍安寺の開祖とされる役小角が燈明の下、修行中、紅葉の葉が燈明の油に舞い降り、天ぷらになったとの言い伝えに基づくものである。

さて、紅葉の葉の収集は如何にするか？ 小規模に作っていた頃は、秋の落ち葉の頃に家族で拾い集めて一年間塩漬けにしたものを揚げていたが、大手の店では間に合わず奥山に紅葉樹を植えて、最終シーズンには家族総出で採集を続けていた。しかし、少子高齢化・小家族化が進み対応が難しくなってきた。そこで、最近では奥山地域の老人会に委託しているとのこと。

紅葉の葉を集めることを委託するようになり、老人会の中で目利きが育ち、家族で集めていた頃に比べて、「葉の大きさ」「集める時期」など、品質の良い「紅葉」が手にすることができるようになったとのことである。

(2) 行者そば

先に述べたように、箕面は山伏（修験者）の聖地であり、その携行食や箕面山への観光客向けに古くから蕎麦づくりはされていた様子。「行者そば」作りを業として本格化したのは6代前に揖保郡林田村から招かれたとの記録がある。今様に言えば「技術移転・イノベーション」、記録によれば1843年平尾村人口300人の中に、素麺師4人、水車3（内2粉引、1油絞）との記録がある^[4]。

筆者は子供の頃（1950年代）、「行者そば」の花畑商店の東側には、直径3メートル位の水車が動いていた記憶がある。年間販売量：約3,000パック、平均2,000円として、年間約600万円

以上の二つの産物は、事業としては家内制手工業であり、賞味期限の視点から・箕面市内販売である。次には、加工度・流通範囲の視点からこれら二点に比して流通されている「柚子」製品について考察を加える。

(3) 柚子：柚子ジャム・柚子寒天

筆者は、農林水産省産学官連携コーディネーターに従事していた2011年頃、薬の街として著名な

道修町で武田薬品工業（株）より老舗である香料の企業と共同で新たな香料の原料として柚子の探索を行ったことがある。

まず、高知県馬路村の柚子の商品化の状況調査に高知大学や農林水産試験センターなどを訪問、柚子ジャムなど食品への展開は農協が中心となって体制づくりがかなり進んでおり、香料としての活用には採集後早期に冷凍保管が必須であることが判明。その後、高知港の冷凍庫に保管、必要量を関西・中部の工場に搬送加工する体制整備と側聞している。

一方、東日本大震災で甚大な被害を受けた陸前高田市には、200年以上前から柚子が生息しており、気候が温暖で日照時間が長いことから、柑橘類の生産に適していた。柚子は市内の庭先に当たり前のように植えられており、震災前まで地元では地域の産物としての認識も無く、「北限」の産物であるとの認識も全くなかった由。

しかし、震災を機に地域外から多くの支援などの人的交流の中で、この柚子の持つポテンシャルに特産物としての認識が高まり、北限のゆず研究会が設立された。「北限のゆず」は陸前高田の復興の象徴として、ブランド化を目指しており、既に、宝酒造による「北限のゆず・缶酎ハイ」などが商品化されている^[3]。

これに近い視点で、箕面における柚子の栽培について市役所のHPを見ると「接ぎ木で栽培されるのが一般的な柚子、箕面市止々呂美（とどろみ）地区で栽培されている「箕面のゆず」は、その殆どが種から育てる「実生（みしょう）栽培、接ぎ木で育てる一般的なゆずに比べ、香りが高く、大粒で高級品とされている由。地元の高齢化対応で毎年11月頃の収穫に向けて、有志の募集を行っている。

また、普及広報として市でも、ゆるキャラ「滝の道ユズ」を仕立ててPRに努めており、活用の範囲も、「柚子入饅頭」（箕面市内）、柚子寒天・柚子飴（奈良県）、柚子味噌（愛知県）、などと製造業は広く展開されている。

箕面商工会議所・ゆずプロジェクトによると製品の種類は200を超え、恐らく総額は1000万円をはるかに超えるとのことである。

7. まとめ

前項で記述した「紅葉の天ぷら」「行者そば」「柚子」いずれも地域で、観光のお土産をルーツとして、一部は箕面市外で製造しているが、古くから「地域住民」により製造・販売されてきたもので、事業モデルとしては、典型的は「シーズブッシュ型・家族製造業」である。

これに比して、「箕面ビール」は地域外で営んでいた大下正司が地ビールの伸びを感じとって起こした「ニーズプル型中小製造業」である。地ビールの今後の発展を期待したい。

—以上—

[1] 地ビール完全ガイド制作委員会(2007),「ニッポンの地ビール:全国津々浦々, 229 醸造所を巡る」

[2] 日本食糧新聞(1997)「外食・新設・移転」1997.5.14 8204号10面 1997.05.14 8204号10面

[3] <http://www.hokugen-yuzu.jp/about>

[4] 「芦原池と地区の歴史」(1988)