

雄町米プロジェクト報告

— 留学生による酒造り体験の実践 —

OMACHIMAI Project

— Experience of sake making by international students —

経営学部現代経営学科

池田 佳代

IKEDA, Kayo, Ph.D.

Department of Contemporary Business

Faculty of Business Administration

経営学部現代経営学科

田村 綾子

TAMURA, Ayako

Department of Contemporary Business

Faculty of Business Administration

経営学部現代経営学科

沼田 秀穂

NUMATA, Hideho, Ph.D.

Department of Contemporary Business

Faculty of Business Administration

要旨：環太平洋大学の位置する瀬戸町周辺は、岡山原産の酒米（酒造好適米）である雄町米の主要な生産地である。雄町米の知名度を上げることで地域活性化を考える雄町米プロジェクトとして、今回は、留学生が室町酒造（株）で行った酒造り体験について報告する。

キーワード：地域活性化, 酒造好適米, 雄町米, 教育活動

1. はじめに

環太平洋大学の位置する瀬戸町周辺は、岡山原産の酒米（酒造好適米）である雄町米の主要な生産地である。雄町米は、最古参の酒米として知られており、山田錦や五百万石のルーツであるが、山田錦と比べると知名度が低い状況にある。一方で芳醇でコクのある味わいの酒ができることから、雄町米で醸したお酒には「オマチスト」と呼ばれる熱狂的なファンがいる。それゆえ、日本酒のイベントはさまざまにあるものの、唯一の酒造好適米をとりあつかったイベントである「雄町サミット」が開催されている（JA全農岡山、2018）。

米、酒は日本文化そのものである。この岡山を代表する雄町米の知名度を上げることは、地域活性化へと結びつくものである。

産学連携により、岡山の日本酒、岡山の酒米である雄町米、雄町米の生産地であり、かつ雄町米の日本酒

造りの酒蔵のある地域の認知を高め、地域活性化につなげることを検討していく。また地域と連携することで、地域と大学との継続的な関係性を構築するとともに、学生が課題を体験する学習の場として地域とともに活動していくことができる。

雄町米プロジェクトはこのような目的をもった活動である。

今回、実践報告するのは、2017年度後期「インターンシップ I」（田村綾子）で行った室町酒造株式会社（岡山県赤磐市西中1342-1、代表取締役 花房満）での酒造り体験についてである。この酒造り体験は、平成29年度 公益財団法人福武教育文化振興財団 教育活動助成を受けて実施している。

特に、今回の酒造り体験は、本学のベトナムからの留学生を対象にした活動となった。ベトナムと日本とは「米」文化でつながっているが、日本酒そのものあまりよくわかっておらず、酒造りははじめての体験である。異なる文化圏の学生が、雄町米と酒造りの工

程を知り、さらにその販売方法に興味をもつことで、地域とつながり、岡山地域のグローバル化へも寄与することが期待される。酒造り体験に際しては、日本とベトナムでの販売を考慮したラベル制作も行い、日本酒とラベルの評価調査を実施した。

2. 室町酒造株式会社

今回、酒造り体験を依頼した室町酒造（株）は、環太平洋大学経営学部と「室町酒造株式会社の商品に関するマーケティング共同研究に関する覚書」を締結している。この関係により「2016年度課題体験プロジェクト」実施にあたり、学生が工場見学を行い、室町酒造（株）の新商品や販売方法についての企画を考え、プレゼンテーションを行っている。

室町酒造（株）は、環太平洋大学から車で10分程度の位置にある。創業1699年という歴史ある蔵元であり、赤磐周辺で作られる「雄町米」と、日本の名水百選の「雄町の冷泉」を仕込み水に用いたこだわりの酒造りをしている（室町酒造, 2018）。

その酒造技術はもとより、さらに一般的に使用されている山田錦は使わない地元雄町米での酒造りをアピールする戦略をとることで、「櫻室町」というブランドを確立している。海外の酒類コンテストにも積極的に出品し、これまでにモンドセレクション国際品質選考会では多数のゴールドメダルを獲得、その他の酒類競技会でも複数の受賞実績を持っている。日本にとどまらず海外市場にも目を向けているこのような酒蔵が環太平洋大学の近くにあるということに注目し、覚書締結へと至った。

海外市場への取組としては、日本市場には出さない海外市場限定の商品の開発を行ったり、ホームページを多言語対応したり、と精力的に行われている。

3. 雄町米

日本酒造りに適した性質をもつ酒造専用米品種の総称を酒造好適米という。ごはんで食べる米より大粒で心白があるものが多い。心白とは、米の中心部が白く不透明に見える状態またはその部分を呼ぶ（独立行政法人酒類総合研究所, 2012）。

代表的な酒造好適米に山田錦があるが、雄町米は、酒造好適米の中でも古い品種で、江戸時代末期安政6年に生まれたとされ、その優秀性から各地で交配種として使用され酒造好適米のルーツとして受け継がれて

いる。日本中で1種のみ残された混血のない米という特徴を持っている。雄町米は栽培が難しく希少性が高い酒米で、背丈が160cm以上になり倒れやすく病気になりやすいため、他県ではなかなか普及せず約9割が岡山産である。手に入りにくいことから「幻の米」と言われている。（岡山県米穀流通対策本部, 2014）。

この雄町米の希少性や、そこから作られる日本酒のファンが多いことを理解し、地域活性化の可能性を検討していく。

4. 実践内容

4.1 事前打ち合わせ

室町酒造（株）代表取締役 花房満氏と留学生が行う酒造り体験について事前打ち合わせを行った。

酒造りはその年の気候等で条件が変わるが、主な酒造りの時期である1月頃に酒造り体験を実施するという方向で、その際に体験できる工程を検討した。

依頼事項としては、室町酒造の説明、雄町米の説明、酒造り体験、ラベル制作を行うこととした。

4.2 酒造り体験

1月24日（水）、1月25日（木）の2日間、14名のベトナム人留学生が2班に分かれて室町酒造（岡山県赤磐市西中1342-1）にて酒造り体験を行った。

4.2.1 酒造りについての講義

室町酒造花房社長に、酒造り工程について講義して頂いた。

酒造りは、精米→洗米→蒸し米→放冷（蒸取り）→酒母/麴造→仕込み→しぼり→ふなくち（新酒の誕生）→利き酒→瓶詰め（お酒の充填、検品、ラベル貼り等）という行程を経て製品が完成することを学んだ。

4.2.2 酒造り体験（蒸取り作業、洗米作業）、酒蔵見学

酒造りはその日の環境によって作業内容が変わるが、当日は蒸し米（図1）を冷やす蒸取り作業と洗米作業を体験した。

蒸取りは、蒸し上がったばかりのお米を冷やす作業で、手早くお米を広げて塊をほぐしていくことで熱と水分を放出させた（図2、図3）。



図1 蒸し米工程



図4 洗米作業



図2 蒸取り作業①



図3 蒸取り作業②

4.2.3 室町酒造(株)についての講義, ラベル制作

今年出来たての新酒のラベル制作を行った。

室町酒造花房社長から、「雄町米は環太平洋大学周辺で生産されている日本の最高品種の酒米（酒造好適米）であり、室町酒造の日本酒は数々の国際品評会で賞を受賞していて国際的にも評価されている」という講義を受けた（図5）。



図5 花房社長の講義

その上で、これらのお酒を環太平洋大学とベトナムで売るならどんなラベルにするかというテーマで、各自2種類の手書きラベルを制作した（図6、図7）。

洗米作業（図4）も体験し、お米が精米され日本酒になるまでの全行程を見学した。

作業は衛生を保つため、ヘアキャップ、マスク、上履きを使用した。



図6 ラベル制作中



図7 完成品

4.2.4 日本酒とラベルの評価調査

春休み期間（2月～3月）にベトナム人留学生が帰省する際、製作した自作ラベルの新種の日本酒をベトナムに持ち帰り、学生本人と家族に対し日本酒とラベルの評価調査を実施した。

調査項目としては、（1）ボトルの色や形、ラベル、（2）味や（3）香りに対する評価と、（4）ベトナムで売れるか？どこで、いくらで売れると思うか？という内容であった。

評価調査はA4用紙に各項目を記載し、それぞれの項目について学生と家族がそれぞれ感想を書く欄を設けた。

調査票は帰国後に14名中8名の学生から提出された。

日本酒とラベルの評価調査の結果は以下である。

（1）ボトルの色や形、ラベル

全員が肯定的な意見であった。

「きれい」「素晴らしい」「ラベルに詳細情報が記載されていて良い」と好評であった。

（2）味

甘いとする意見と、苦いとする意見に分かれ

た。薄いという意見もあり、これはベトナムのお酒は度数の高いものが多い傾向にあるためだと考えられる。

（3）香り

全員が「良い香り」「米の香りがする」と評価している。

（4）ベトナムで売れるか？どこで、いくらで売れると思うか？

ベトナムで売れるかについては、意見が割れているところであるが、肯定意見としては飲みやすさや香りの良さをあげており、否定意見としてはアルコール度数が低いことをあげている。

売れるとする人は、日本製は、安全であり人気があることからベトナムでも高額で売ることができる、と考えている。

価格については、日本での販売価格と同等（2,000円～3,000円）とするものから、1,000円や5,000円、1万円とばらつきがあり、価格に対する感覚の違いが現れた。

販売場所については、日本料理店、酒専門店、オンラインに加え、イオンモールという実名もあがっていた。これは、現在、ベトナムにはハノイ、ホーチミン等の主要都市にイオンモールが出店されており、すでに4店舗が開店し今後2店舗が開店予定となっている（イオンモール、2018）。日本商品を扱う店として定着しているためと想定される。

上記のような、評価調査を踏まえ、ベトナム市場での販売の可能性を検討しておくことも今後の課題といえる。

また、学生にとっては、実際の商品を元に市場調査をする機会はなかなか無いものである。今後は、よりしっかりとした情報を元に、これまで知らなかった日本酒というものをどのように普及、販売することができるかを考えていくことも重要である。

5. 活動の成果と効果

周辺にありながらも見逃しがちな雄町米の存在を学生達が身近に感じることができた体験ができたことは、地域への参画や貢献について考えるきっかけとなったと言える。

酒造り体験を行った学生からは、酒造体験が楽しかった、伝統的な手作り感を感じることが出来た、ラ

ベルを作り自分の日本酒ができて良かった、という反応が得られ、このような体験をまた行いたいという希望が出ている。

酒造は伝統的な日本の文化を知り、体験を通して、そのもののファンとなることにもつながるため、こういった体験の場を継続していきたい。

<http://www.aeonmall.com/mall/lists>（最終検索日：2018年8月31日）

6. 今後の課題と問題点

今回、本プロジェクトでは酒造り体験をメインの活動とした。酒造りの主な期間である12月以降の活動にならざるを得なかったため、酒造り体験実施後の評価調査を精査する時間が充分とれなかった。また、参加した学生全員からの調査票の提出を得ることができなかった。年度末の実施で学生が帰省しているということで、難しい側面があるが同様の調査を行う際には回収率を上げる工夫が必要となる。

今後も継続して、雄町米や日本酒について学生が調査、研究する機会を作り、経験を通しながら地域への参画や貢献を行っていく。

新聞・雑誌等への掲載情報

山陽新聞社朝刊（2018年1月27日）30ページ「伝統的な酒造りを体験」

環太平洋大学HP「現代経営学科生が雄町米で作る日本酒作りを体験」<http://ipu-japan.ac.jp/news/52650/>

謝辞

本プロジェクトは、平成29年度 公益財団法人福武教育文化振興財団 教育活動助成を受けて実施されたものである。

酒造体験に全面的のご協力をいただいた室町酒造（株）殿に感謝申し上げます。

参考文献

JA全農岡山（2018）「第10回雄町サミットのご報告」
http://home.oy.zennoh.or.jp/omachi_summit/index.html（最終検索日：2018年8月31日）

室町酒造（2018）「櫻室町について」
<http://sakuramuromachi.co.jp/about/>（最終検索日：2018年8月31日）

独立行政法人酒類総合研究所（2012）『日本酒ラベルの用語辞典』

岡山県米穀流通対策本部（2014）『雄町』

イオンモール（2018）「全国のイオンモール」