

7

July
2018

HOPPY BEVERAGE CO., LTD. SINCE 1905

HOPPY

★ MAGAZINE ★

I S S U E
No. 052

【ホッピーマガジン】 第52号 2018年7月発行

Cover Story

節目の2018年度 新しいはじまりダイジェスト

Hello World, Here Comes Hoppy





Salone del Mobile. Milano 2018

HOPPY in Italia with SDM's AUTHENTIC LUXURY

「真のラグジュアリー」とは。

日本から発信する意義

4月17日から21日までイタリア、ミラノで行われた世界最大規模を誇るデザインの祭典、ミラノ・サローネ。ホッピー発売70周年を記念し、ホッピービバレッジも慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科関係者とともにブースを出展、日本発の「Authentic Luxury（真の豊かさ）」について、再定義を試みた。



Salone del Mobile. Milano 2018

「真のラグジュアリー」とは。日本から発信する意義

HOPPY in Italy with SDM's AUTHENTIC LUXURY

“ひとてま”に宿る「真の豊かさ」を届けたい

東京・赤坂よりミラノまでやってきたホッピービバレッジ“精鋭部隊”。彼らの今回の任務はズバリ、ホッピーブースを訪れてくれたゲストの方々に、円熟した大人の愉しみを味わってもらうこと。その愉しみとは、ホッピーの醍醐味である自分自身で混ぜてつくるという“ひとてま”をかけ、自分だけのとおきおきの飲み物をつくること。“ひとてま”に宿る「真の豊かさ」は、果たして受け入れられたのか。

Photo: Joichi Teshigahara, Kazuki Takeuchi, Kei Itaya / Text: Kei Itaya

「ボンジョルノ！ホッピーを召し上がってみませんか？」

異国の地でホッピーをおすすめする日がくるとは…。ホッピーを愛し、その無限の可能性を信じてやまないホッピービバレッジの代表であるホッピービバレッジの社員でさえ、うれしい誤算と感じてしまうのを否めない。しかし訪れてくれるゲストがいる限り、ホッピーハッピーをお届けするのだという熱いハートは揺るがなかった。

石渡美奈の学び舎である慶應義塾大学大学院 システムデザイン・マネジメント研究科（以下、SDM）が、その修了生と現役生らで成る「Authentic Luxury 2018 プロジェクトチーム」を結成。ホッピービバレッジもコンセプトに共感し、チーム企業として参加。SDMが提案する「Authentic Luxury」のコンセプトとは、豪華さやきらびやかさ、高価さではなく、「ライフスタイルにおける上質さや豊かさ」のこと。ものづくりにおける細部にわたるこだわりやそれに価値を見出し、大切にするあり方そのものこそ、真の豊かさではないかという問いかけを、それぞれのプロダクトで訴求。

ファッションブランド AUXCA. TRUNK による「理由のある服」。EDOARDO GIARDINI による靴職人のハンドメイドシューズ。SDM 現役生による作り手のこだわりやフィロソフィーを感じとるセンスを磨けるようなおもちゃのプロトタイプ。勅使河原会家元である勅使河原城一氏によるいけばな。そしてホッピービバレッジによる自分でひとてまかけてつくるオリジナルカクテル。会場を訪れた世界各国からのゲストは、プロダクトに秘められた問いかけに対し自身が何を感じとるか、思い思いに楽しんでいた。「しっかりホップの苦味があるね」「ヘルシー。何も混ぜずにこのまま飲みたい」「自分でアルコール度数をコントロールできるのがいい」。唯一無二のビールテイスト飲料、割飲飲料のバイオニアとして親しまれてきたホッピーの、自分の時間を豊かにするために惜しまない「ひとてま」は、万国共通でクオリティ・オブ・ライフ（上質な生活）を後押しするアイテムとして受け入れてもらえたようだ。発売 70 周年を迎えるホッピーが切り開く、海外での新しい可能性がみえた。



ホッピー誕生70周年と 創業120年プロジェクトへ向けて

4月3日、東京六本木アカデミーヒルズにおいて、ホッピービバレッジ第75期経営計画発表会が開催。

第一部は第74期社員表彰及び第75期辞令交付式、第二部は経営計画発表という二部構成で執り行われた。

Photo: NiRai / Text: Fumiko Sato



第一部 第74期社員表彰及び第75期辞令交付式

社員表彰式では、入社10年の石津香玲良、長田隆士の2名が永年勤続表彰を受賞。続く、第74期の功労功績者を讃える表彰では、『コソコソやってきたで賞』を上岡洋一郎が受賞。『自分の世界を切り拓いたで賞』は佐藤千穂が、『後輩のために職場を守ったで賞』は衣袋かずみ、橋本鉄也の2名が選ばれた。さらに、

社員全員の功労、功績を讃えた上で、その中でも特に会社に貢献した社員として、横山健一に『最優秀社員賞』が贈られた。それぞれの受賞者には表彰状と、各人をイメージして石渡が選んだ万年筆（佐藤にはイメージにぴったりだったという日本に一本しかないボールペン）と、インクが記念品として贈呈された。

表彰では、石渡が命名した賞の由来でもあるそれぞれのエピソードが語られ、最優秀社員賞を受賞した横山の一件では、「本件によりたくさんの学びを得たことで、現場社員の成長含め、調布工場内の空気が一層、生き生きとした雰囲気になった。横山部門長を中心に怪我もせず本分を尽くしてくれたことを心から感謝します」と労いと感謝の言葉が添えられた。そして全社員に向けて、「75期もたくさんの夢と一緒に追いか

ましよう」と呼びかけ表彰式を締めくくった。

続いて第75期辞令交付式では、



第二部 第75期経営計画発表

前期は赤坂ビール3種が初出品でモンドセレクション金賞をトリプルで受賞。暫定売上高は微増着地ではあるが、生産本数では前年比100%以上となり、第70期から第74期の月次売上累計を見ても右肩上がりに成長を続けている。これらをふまえて第74期を総括すると、経営状況としては、ゆっくりではあるものの着実に、一歩ずつ前進の兆しがあったとした。

第75期の経営計画については、今後の設備投資と調布工場の再開を推進し、第3世代感動工場の完成ならびに5年10年先を見据えた、夢溢れる壮大な創業120年プロジェクト案が発表された。また、社のフィロソフィーとして「私たちの幸福は自然との共存があってこそ」という認識の再確認、唯一無二の奇跡の星「地球」との共存を今一度見直そうと語られた。

さらに、7月に発売70周年を迎えるホッピーの記念プロジェクトの一環として社歌を制作していることが伝えられた。歌詞は社員のワークショップをもとに抽出されたもので、7月に行われる記念式典にてお

原知代、松下まり子、関祐希の3名に辞令を交付。将来の幹部候補を石渡自ら育てる第3創業主戦略の“新卒採用”開始から12年目を迎え、その中から今回の3名を加えて6名の課長が誕生し、石渡は「万感の思い」と述べ、「立派な課長になるには5年、10年の学びが必要であり、みんなが安心してついていけるよう体得してほしい」とエールを送った。

また、新入社員紹介では第12期生として入社したばかりの藤野峻介

の約半年にわたるPre18BCPEの模様がVTRで流され、「12という数字は時計の頂点であり、始まりを意味する。

新しいフェーズに入った今年度、経営の原理原則に今一度立ち返り、一年後の今日、ここにいるすべての社員が大いなる成長実感を持ち、再びこの場に来ることを楽しみに、今年度も楽しく活発なホッピー人生を大いに貫いて参りましょう」と抱負が語られた。



披露目予定だ。加えて、ホッピー70周年のメインロゴ、ならびにメインビジュアルも発表され、ホッピージョッキのデザインでも使用している北斗七星の形に散りばめられた☆を背景とした朝焼けのデザインに込めた想い、「新たな夜明けを迎えて、さらに若返りながら成長するホッピー」が発表された。

最後に、第75期経営計画発表会が行えたことへの感謝、ならびに、日本人の心に寄り添い、支え、夢を語るドリンクとして、ホッピーが今日もこの瞬間を、日本のため、地球のため、汗を流す人々の力になるためにあることこそがホッピーの使命であり、真の価値であると述べ、同会は閉幕した。

10年後のスタートラインに向けて

例年より早足に桜の季節が過ぎ、若葉も芽吹き始めた4月2日、2018年度の入社式がホッピー誕生の地でもある赤坂陽光ホテルで行われた。1905（明治38）年の創業から1970年の調布工場新設までこの地に製造工場があったことから、毎年、同ホテルで新しい仲間を迎えるのが慣例となっている。

Photo: Nifai / Text: Fumiko Sato

石渡美奈社長自らが教育に携わり、第3創業の主戦略として定めた“新卒採用”第12期生として、新入社員 藤野峻介の入社式が執り行われた。

式典では辞令交付が行われ、営業部門第5.5ビジネスモデル推進営業部での仕事が言い渡された。石渡光一会長からは、「これから楽しく、活発なホッピー人生を貫いて生きていていただきたい。頑張ってください」とエールが送られた。

続く社長の訓示では、先に会長が述べた「貫く」という言葉の重みと覚悟について改めて語られ、「本当のスタートラインである10年後を目指し、10年かけてプロフェッショナルに育てたい。だから今日のこの日は、プロになるためのスタートラインである」とし、入社式という大切な節目を迎えるにあたり、御両親からバトンを引き継ぐ、一年で最も背筋が伸びる瞬間であるという石渡の特別な想いが伝えられた。

中盤には、ホッピーの役割について社員に問う場面も。ホッピーが終戦後から今日まで人の心に寄り添い、支えてきたか。ホッピーファンの中には「自分がホッピーを育てることに関わっている」、「自分はホッピーファミリーの一員だ」と考えてくださるお客様がいること。「大人になったらお父

さんとホッピーを飲みたい！」と、未来を担う子どもの心や夢にもつながっていると語られた。「この規模で70年続いているのは、創業者と会長が本物に育ててくださり、星の数ほどのお客様が共に育ててくださっているから」と、社員一人ひとりがホッピーの役割をきちんと考え、社会のお役になって皆様に喜んでもらえる存在になってもらいたいと述べた。最後に、新入社員である藤野峻介には「一年後には圧倒的な先輩社員となり、またこの場で後輩社員を迎えてほしい」と期待を込め締めくくった。

これを受けた新入社員の宣誓で藤野は、「半年間の研修を通し、約束を守ること、傲慢では成長できないこと、言葉と思考の大切さを学ばせていただいた」。「ホッピービーブルの一員として24時間365日社長を信じ抜いて、常に全力で1番を目指し、どんな仕事でも挑戦したい。そして10年後の2028年の今日、プロフェッショナルとしての人生を走り出し、一流のホッピービーブルとなるべく一生働き続けます。人のため、日本のため、地球のために、ホッピーを通じてお客様に笑顔を、そして幸せを一生届けられるよう、2倍、3倍学び、人間性を磨き続けることをここに宣誓します」と力強く誓った。



2018 ENTRANCE CEREMONY OF HOPPY BEVERAGE CO., LTD.



Tabe Naito Noma Night

食べ飲みレポート!!



REPORT

2018. 5.15 Tue. & 16 Wed.

コミュニケーションの架け橋

5月15・16日に行われた第13回赤坂食べないと飲まナイト(通称「赤坂食べ飲み」)。新参加店舗5店を含む過去最多の53店舗で開催された赤坂食べ飲みをレポートする。

Photo: NiRai / Text: Fumiko Sato

Team HOPPY!!



赤坂食べ飲みは、東日本大震災の直後、自粛ムードで活気を失っていた赤坂の繁華街を盛り上げるために「何かできないか」という熱い想いから実現。「飲コミュニケーション・はしご酒」を通じた地域活性貢献イベントは、2012年の初開催から数え今回で13回目を迎え、すっかり赤坂の恒例行事となった。ホッピービバレッジは実行委員会事務局として企画・運営に携わっている。昨年か

らは飲食の楽しみに「音楽」の楽しさをプラスしたライブイベント「AKASAKA TABENOMA LIVE」(次ページ参照)も後援。「赤坂らしさ」「赤坂色」が定着しつつあるステージにある。

赤坂2丁目界隈には、昔ながらの風情が残る老舗や高級店をはじめ、世界各国の料理店が集い、美味しいグルメが堪能できる街としても定評がある。そのため、参加者も開催回数を重ねるごとに増

加の傾向にあり、今回も前売りチケットだけで3,000枚ちかくの購入があった。

2日間とも午後5時ごろから、赤坂食べ飲みパンフレットを手にする参加者の姿が目立ち始め、1時間と経たないうちにほとんどの店舗の前に参加者の列が。通常であれば行列に苛立つ人がいてもおかしくないが、こと食べ飲みに関しては「1フード&1ドリンク」での利用者が多く、待ち時間の予

測がつくほか、待っている間に次に行くお店を選んだり、偶然居合わせた隣のグループと情報交換をしあったりと、食べ飲みならではのコミュニケーションが図れるため、「待ち時間も楽しい」という参加者の声も聞こえた。

また、混み具合を含めた最新の店舗情報を把握する、お揃いのシャツが目印の「ホッピーコンシェルジュ隊」の認知度も年々高まっており、「街の各所にいてく

れるので、とても頼りになる」といった声も。

赤坂食べ飲みは、店舗と利用客の間に新しい出会いを生むだけでなく、普段は交流の機会が少ない飲食店同士のコミュニケーションの架け橋としての役割も担っている。近年では近隣企業も一体となって、「みんなで赤坂の街を盛り上げよう」とする機運も高まっている。当初の目的でもある、地域活性のモデルケースとなりうる

赤坂食べ飲みを、今後もホッピービバレッジ社員一丸となって盛り上げていきたい。



次回の

赤坂食べ飲みと
飲まナイトは
2018.11.20.Tsu.
& 21.Wed.



AKASAKA TABENOMA LIVE REPORT



「ハッピー、ホッピー！」スケールアップで観客を魅了

食べ飲まの楽しさに「音楽」を加えたライブイベント「AKASAKA TABENOMA LIVE (ATL)」。

赤坂 club TENJIKU に集った観客は「食 × 飲 × 音」に酔いしれた。

Photo: NiRai / Text: Fumiko Sato



A TL はイメージソング「明日のために〜食べないと飲まナイト〜赤坂 Ver.」を歌う構 康憲（かまえ やすのり）さんがプロデュースするライブイベント。2 日間にわたり 5 名のアーティストが登場した。

初日は開演前からオープニングセレモニーのために集った観客で満員状態。MC の篠崎柚宇さん、構 康憲、続いて石渡美奈が登場し、食べ飲ま開催のきっ

かけや ATL の成り立ち、込めた想いについてのトークを繰り広げた。石渡はセレモニーに立ち合った観客全員に赤坂ビールルビンロート ATL オリジナルラベルをサプライズでプレゼント。「食べ飲ま」にかけ、石渡が「食べないと！」と掛け声をかけると、会場から「飲まナイト！」のレスポンス。乾杯が交わされライブがスタートした。

2 日間 3 部構成で行われたラ

イブでは、各アーティストが自身の持ち歌のほか、観客も一緒に歌えるような馴染み深い有名曲のカバー曲も披露。回を重ねる毎に観客との一体感は増し、最高潮の盛り上がりそのままグラนด์フィナーレへ。オープニング同様ルビンロートが振る舞われ、馴染みの乾杯音頭「ホッピー、ハッピー！」で、ライブの成功と次回の ATL の開催を願い乾杯を交わした。

KAMAE YASUNORI

PRESENTS

★ HOPPY HOUR!! ★

ASAKUSA

TOKYO



KamaeYasunori presents 3MAN LIVE HOPPY HOUR 4!!

構 康憲が企画する音楽ライブイベント

“音楽”そして“Hoppy”を愛するアーティスト、ミュージシャンたちが浅草 Gold Sounds に集結。

当日限定のホッピーオリジナルカクテル販売に、来場者には全員に素敵なプレゼントも☆

飲んで、食べて、味わって最初から最後まで楽しめる HOPPY HOUR!! の第 4 弾開催決定!



【日程】2018 年 8 月 11 日（土）13:15（開場）14:00（開演）【会場】浅草 Gold Sounds 【出演】構 康憲 with band / 山本紗綺 / Apollogic / 未定 (O.A) 【料金】¥3,500（前売）／ ¥4,000（当日）※ 1 ドリンク ¥500 は別チャージ 【問い合わせ】www.kamae.jp

HOPPY ART LAND

ホッピー アートランド

HOPPY ART LAND は、2016 年に始まったホッピービバレッジと世界中のアーティストによる、コラボレーション
カレンダープロジェクト。プロデュース&アートディレクションはニューヨークを拠点に活躍する日本人アートディレク
ター Fuko Chubachi 氏。ホッピーをインスピレーションにアーティストが自由に描いた世界をお楽しみください。



Ben Grasso

ベン・グラッソ

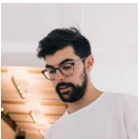


ベン・グラッソはアメリカ合衆国・ニュー
ヨークを拠点に活動するアーティスト。
ヨーロッパとアメリカの美術大学で絵
画を学んだのち博士号を取得。油絵作
家として国内外で個展を開くかわら、
作品は文芸誌として名高い「Harper's
Magazine」などで紹介されるほか、ザ
ジェームズ・ホテル(ニューヨーク市)や
エレノア D. ウィルソン美術館(ヴァー
ジニア州)にも所蔵されている。今作で
は、5月の晴れ渡った青い空、尾形光琳
の「燕子花図」をインスピレーションに5
月の花であるアイリス、ホッピーの生まれ
た東京都の鳥・ユリカモメを描いた。



Fvckrender

フックレンダー



Fvckrenderは、カナダ・モントリオール
を拠点に活動するアーティスト。サイ
バーパンク的な作風で知られ、音楽プ
ロデューサーやミュージシャンの作品を
多く手がけている。今作では、都市の
夜景を背景に四方八方に放たれるピッ
グバンのような閃光を描いた作品に、
ホッピーのロゴをネオンアートのように
用いて3D効果を演出。また、6月の梅
雨をイメージし水滴を散りばめた。「近
未来的かつ幻想的な世界観のなか、
ひととき目立つネオンサインとしての
Hoppyを融合できたと感じる」とコメントを
寄せている。



おかげさまで発売70年

FOLLOW US TO THE STARS

つながるしあわせ、
つなげるホッピー。

ホッピービバレッジ株式会社

www.hoppy-happy.com



「中小の生き残りをかけた分野法編 2」

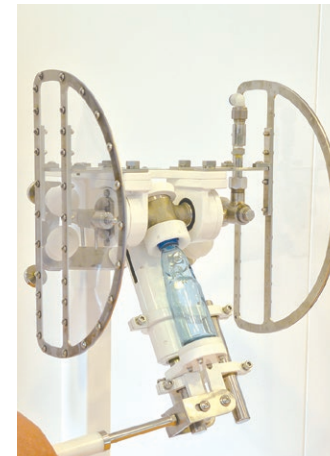
昭和52年(1977年)、ローヤル飲料がつくった缶入りラムネは、大手食品卸の販売力もあって300万本が瞬く間に売れた。これは我々の当初の予想をはるかに超える数字だった。

サイダーとラムネの日本での起源を辿ると、黒船につながる。江戸時代末期ペリーが浦賀にやってきた時にもたらされたレモネードが、転じてラムネになった。サイダーはシードルから転じたものだ。ラムネはビー玉が入ったいわゆる「玉詰ビン」に入ったもの。このビンは製造コストがかかるので、繰り返し使うためにビンを取り回してリサイクルすることになる。そうするとあまり遠くまで販売エリア

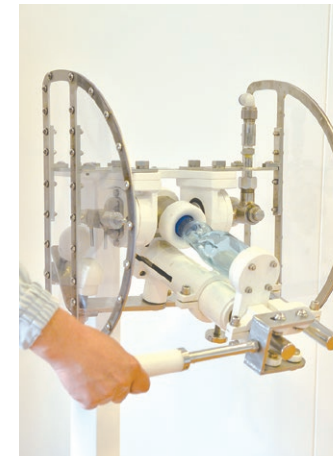
を広げることはできないので、自ずと地域限定の、地元の中小清涼飲料メーカーの商品となった。三ツ矢サイダー、キリンレモンに代表される大手ビール会社のサイダーは、中小の飲料メーカーが全国各地で製造するラムネの総量をこの時既に上回っていた。

ガラスビンのラムネは、ガス圧を使ってビー玉で栓をするために、ビンの中でビー玉が動けるような独特の形をしている。ラムネを充填する時は、ビンを立てたまの状態で液を注入し、次に逆さまにして、ビー玉がビンの口のところに落ちてくるようにする。そして、元の正立した状態に戻った時にガスの内圧でビー玉が押し込まれ栓

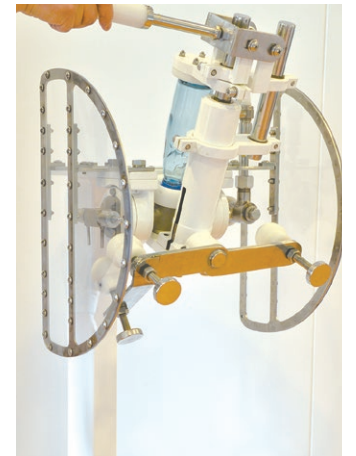
をする形になって充填が完成する。ビー玉でしっかり栓をするためにガス圧も高く保たなければならない。当然、ビンが破裂しやすいので作業中は防護用のお面を被った。破裂時の爆発音は大きなもので私の子守唄になっていた。ラムネの栓をあけてビー玉を落とすとあっという間に半分がこぼれてしまう。泡食った子供の顔が目に見えかぶ。ラムネのビンは複雑な形をしているために、回収して洗うのも大変手間がかかる。その上、充填するのにもいちいちビンをひっくり返すなんて、そんな面倒なことは大手はやらない。手間をかけてやっていられないから、ラムネは自然に中小の飲料メーカーだけが扱うようになった。サイダーもラムネも明治初期には大手と中小がともに手がけていたのだけれど、サイダーは大手、ラムネは中小という棲み分けがいつしか自然にできていった。中小でも根岸の長田商店さんの「花月サイダー」は三ツ矢サイダーを上回っていたと聞いたことがある。うちは、戦前はイカリラムネを赤坂の歩兵連隊に納めていた。戦後になって社名をコカ-Cola飲料にしてコカ-Colaサイダーをちょっとやったが、基本はラムネ屋だった。うちのイカリラムネも大したものだった。父は大正時代、浅草で「処女林」というカフェを経営し、映画館の売店も2軒あった。そこへ森永のセールスマンがミルクキャラメルを売り込みに来た。



① まず、この状態で液を注入する。ビー玉はビンの中ほどにあり、液が入っていくのを邪魔しない。



② 一定量を注入したら、ビンぐるりと回し逆さまにする。製造機内の弁が作動し液の逆流はない。



③ この状態で、ビンの中のビー玉がビンの口側に落下する。ビー玉で栓をしたら、①の位置に戻す。ビー玉はガス圧で落ちることはない。

父は同じキャラメルが映画館の内と外とで売り値が違うのはサービスにならないと、形を変えることを提案し真四角の箱にして劇場用という判を押して売り出すことにした。キャラメルは爆発的に売れた。方々の売店がうちにも卸してくれと森永にいうと、これは石渡さんのアイデアだから石渡さんの許可を取ってくれと律儀に紹介を寄越す。父は「ああ、いいよ。その代わりラムネはうちのイカリラムネにしてくれよ」ということで、歌舞伎座をはじめとして松竹系の映画館は殆どうちのラムネが入った。ところで、海軍ならわかるけれど、陸軍に納めていたのにイカリラムネというネーミングはなんでだろう。

う。父についぞ聞きそびれてしまったが、今思うと謎だ。

そんな歴史的な背景もあって大手が手を出さなかったラムネに、缶入りができる。缶だと大量生産が可能で、それこそ大手の商品になってしまう。そこで我々全国の中小清涼飲料メーカーは缶入りラムネの製造販売中止を求めると同時に、ラムネは「ガラス玉で密栓することを特徴とする清涼飲料」という定義付けをして、それを特許庁も認めた。従って、あのビー玉入りのラムネのビンに入ったものだけがラムネと称することができ、それ以外のものはラムネという名前が使えなくなった。実は今でも時々、ビン入りラムネではないものにラムネと

いう名称を使いたいという申請が届くことがある。その都度、歴史的背景から丁寧に説明をして、ラムネは我々中小の飲料メーカーの大事な商品だからと、ご理解をいただくようにしている。(続く)



石渡光一
Koichi Ishiwatari

ホッピービバレッジ2代目、現会長。割飲料のバイオニアとなるホッピーを時代のうねりの中で育てつつ、地ビール事業も展開。赤坂ビール3種は2017年にモンドセレクション金賞を受賞。企業人としてだけでなく、赤坂氷川山車保存会を創設するなど、文化遺産を後世に継ぐ活動にも尽力する。



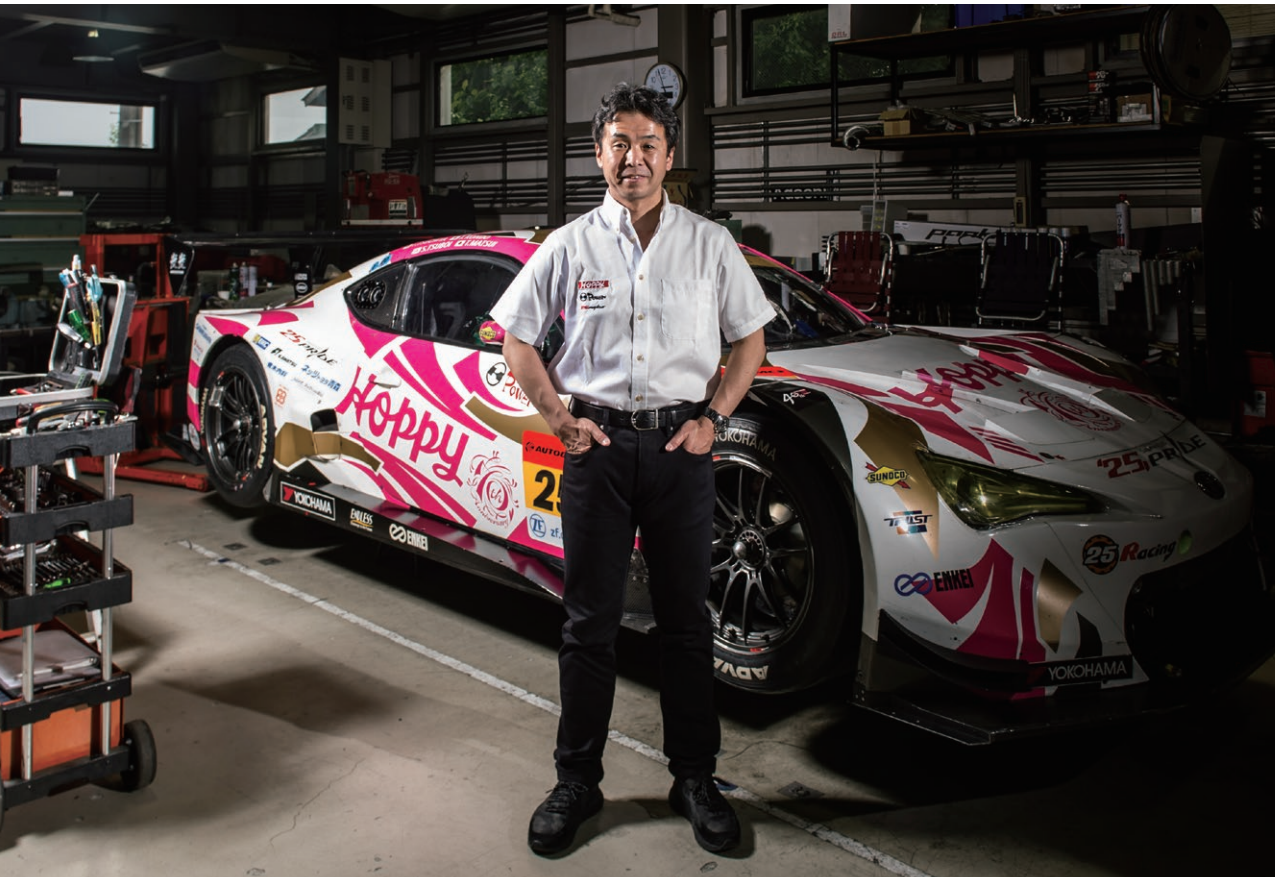
シリーズ開幕！監督が語る、今シーズンへの想い。

ホッピービバレッジがメインスポンサーとして応援するレーシングチーム「つちやエンジニアリング」の

“#25 HOPPY 86 MC”が開幕を迎え、ついにコースデビューを果たした。

開幕から1ヵ月経った現在の心境やチームの状況を、オーナー・監督・エンジニアの三役を兼務する土屋武士さんに、第2戦を控えた風薫る5月某日、株式会社サムライ・25Racing（つちやエンジニアリング合同会社）にてインタビューした。

Photo：NiRai / Interview & Text：Fumiko Sato



“#25 HOPPY 86 MC” 待望のコースデビュー

——いよいよ2018年GT300が開幕しましたが、新体制・新カラーリングを発表した2月に比べて心境の変化などありましたか？

土屋監督：そうですね、2月の時はいよいよ新体制としてスタートを切るぞ、しかも今年は長年の夢だったホッピー号を走らせるということで、スイッチが入った感じでした。ただ、チームとしてはレースが日常の出来事なので、特別な心境の変化はなく、開幕戦を迎えてホッとするような気持ちです。

——優勝候補と言われた開幕戦では悔しくも3位に。現在のチームの状況はいかがですか？

土屋監督：第1戦は予選で雨に降られていなければ、間違いなくポールポジションを取ることができて、ぶっちぎりで優勝していたと思っています。ただ、うちのチームのテーマは、“若い子を育てる”ことですから、そういう意味でこの結果は、彼らにとってプラスの成長に繋がっています。応援してくださるみなさんの期待に応えたいという気持ちはありましたし、常に勝ちを追い求めているのは事実です。けれど、僕が24年かけて最後に掴んだチャンピオンがあったように、幾多の困難や高い壁を乗り越えた先の勝利の方が、残るものははるかに大きい。だからこそ、最初から最高の喜びがくるよりは、悔しさがあって、そこからスタートできたことは、新体制の僕らにとって、すごくいいレースだったなと思っています。チームとしても、“昨日の自分に負けない”という気持ちで一日一日を過ごしています。



チームオーナー・監督・エンジニアの三役を兼務する土屋武士さん。



ここぞという時に身に付けるペンダントには、亡くなった愛猫テンちゃんの爪が入っている。



ウイング内側に貼られる25PRIDE ラウンドサポーターのステッカー。

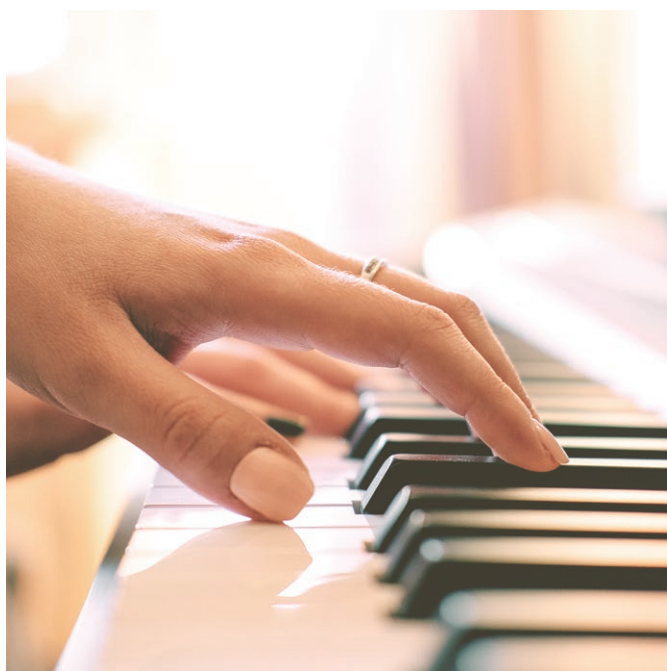
公式サポーターズクラブ 設立に込めた心意

——最強プライベートーとして“打倒ワークス”をテーマに挑戦を続ける町工場・つちやエンジニアリングが、“本質を貫く集団”として戦い続けられるよう、新たな公式サポーターズクラブ「25Pride Supporters Club」を設立されました。

土屋監督：父・春雄の時代に資金難で活動中止になり、やる気、技術、情熱のある職人集団が何年もの間、活動の場を奪われてしまいました。それこそが今の日本社会が抱える問題の一つであり、利益を優先するあまり本当に大切なものを見失っていると感じました。今の時代、“本質を貫いて生きる”ことは大変ですが、本質をないがしろにして未来は

創造できません。僕は基本、レースファン。だから一番の役目は、みんなにレースを知ってもらうこと、大好きになってもらうことです。良き伝統の継承と時代を担う若い世代が成長できる環境を作り、長く続けることが私の使命、レーシング界への恩返しです。「25Pride Supporters Club」は日本のレーシングシーンからプライベートーを失くさないために、残すべき“本質”を守るために生まれました。僕の価値観に共有してくれる人、共に戦ってくれる方を心よりお待ちしております。——今後の意気込みを。

土屋監督：一日一日成長して、今年の終わりには開幕の時の自分たちがちっぽけだったなって思えるくらい成長したいです。応援、よろしくお願いします。



AT THE MOMENT

ホ ッ ピ ー 3 代 め

石 渡 美 奈 の

日 々 つ れ づ れ



音楽評論家、作曲家としてクラシック音楽界で活躍されているT様と、親しいおつきあいをさせて頂いている。昨年、30年間のブランクという壁を乗り越えて再びピアノを弾こうと心に決めるや、自分の時間に好きに弾くために自宅を若干リフォームし、両親宅に置いてあった祖父からの最後の贈り物であるピアノを自宅リビングに設置するまでの行動に至ったのも、T様の影響が大である。

そして、ピアノのレッスンを再開するにあたり、ハノンが退屈な私が（なんと生意気な！）T様に教えていただいた教本は「リトル ビシュナ」。さすが、私の性格をよくご存知のT様。こちらは「基礎練習曲集」なので、楽しく弾かせて頂いている…、はずが!!自分の好きな速さだと、なんとなく弾ける気になっていたのだが、試しにメトロノームで指示された速さで弾くと、一気に曲が崩れてしまう。左手の音に右手がとられて、リズムが狂ったり、音の強弱が激しく、メロディがギコギコになったり、メトロノームが指示する速さの方がむしろゆっくりなのに、自分の弱いところが全て露呈される感じだ。

途中、30年近いブランクがあったとはいえ、ピアノ歴も20年を数

えると三つ子の魂なんとやらで、楽譜も忘れてはならず、初見でもなんとなく弾けてしまう。「あら、案外いけるじゃない!」なんてウキウキしていたのだが、どうやらそれは甘かったようだ。

私の弾き方は、単にごまかしているだけで、硬くなっている手首や指はそう簡単に柔らかくはならない。20年の積み重ねのことは一度忘れて初心者に戻り、今一度、基礎から掘り始めることが現在の私に必要なことだと痛感した。自分へのつまらぬプライドからもし今ここで基礎から目をそらして、弾けたフリをしても、いつか必ず大きな壁にぶつかるだろう。つまり、本当に弾きたい楽曲に出逢った時、思うように弾けずにそこできっと、基礎練習に戻ることにになり、すでに過ぎ去り変えることのできない過去を悔やむことになるのだ。

幾つになってもどんなことでも基礎、基礎、基礎。守破離とはよく言ったもので、基礎がなくて次は無い。幸せな人生の実現も、人間としての基礎、社会人としての基礎、さまざまな基礎ができてこそ…なのだろう、そんなことを思いつつ、大好きなチャイコフスキーやラフマニノフを弾ける日を目標に、今日も「リトル ビシュナ」に汗をかいている。

基礎、基礎、基礎。基礎がなくて次は無い。





人と食とともに歩いてきた
ホッピーにとって、
ホッピーを愛してくださる
店主との出会いは
宝そのもの。



更科堀井 (さらしな ほりい) : 〒106-0046 東京都港区元麻布 3-11-4 TEL: 03-3403-3401

今宵訪れる銘店は...

更科堀井

創業寛永元年。日本は江戸時代の真っ只中。
食も芸術も娯楽も、太平の世の恩恵を受けて花盛り。
そんな時代に「更科堀井」は生まれた。
蕎麦好きの江戸っ子にも親しまれてきた更科蕎麦が
歩んできた230年の歴史を担うのは、
「蕎麦を打つだけでは老舗は成長しない」と語る
堀井家九代目、堀井良教（ほりいよしなり）さん。
新蕎麦の季節、堀井さんを訪ねて
麻布十番本店の暖簾をくぐった。

継承された技と心 そして革新

リズムカルで流れのある蕎麦打ちの所作には、人の目を惹きつける魅力がある。黙々と、肅々と、淡々と。つないでこねて延ばして畳み、そして切る。「見とれてしまいます」と告白すると、「うちではどんどんやらせています」と堀井さん。力が要りそうという失言には、「それは未熟だから。女の子だって打てますよ」と笑って答えてくれた。技については「すべからくりズムは大事。でも一番大事なのは『おいしいものをつくる』という意志です」と断言した。

「雑な仕事はばれます。丁寧な手仕事、愛情が大切です」

創業から230年、お客と向き合い重ねてきた年月は嘘をつかない。継承されてきた匠の技とおもてなしの心について飄々と語るが、その言葉には重みがある。年中無休の更科堀井には、大きくわけて「更科（さらしな）」「もり蕎麦」「太打ち」「季節の変わり蕎麦」の四つのメニューがある。

「更科」は言わずと知れた更科堀井発祥の蕎麦。蕎麦の実の芯の粉で打った白い蕎麦で、堀井さんはこの看板蕎麦を「ご先祖さまにいただいたキャンパス」と表現する。蕎麦も和食の一種、



常に季節を意識したメニューを開発してきた。たとえば「季節の変わり蕎麦」は、キャンパスである更科蕎麦に、歳時記を参考にして選んだ季節の旬の食材を練り込んで打った色鮮やかな蕎麦で、生ける季節と風味と職人の遊び心を楽しめる逸品。季

節毎に新しい驚きと感動をくれる蕎麦の存在。更科堀井からお客が離れないのは、こうした革新的な“仕掛け”があるからだ。

しかし堀井さんが仕掛ける革新は、メニューの域に留まらない。食に関する幸せという意味合いで「口福」を提唱する堀井さんにとって、蕎麦の可能性とは

続きは
Webへ!

www.hoppy-happy.com



New York Journal

ニューヨーク・ジャーナル

Vol. 002

2018 June issue

By Keiko Tsuyama

ジャーナリスト津山恵子のニューヨーク通信



津山恵子 Keiko Tsuyama

ジャーナリスト。ニューヨーク発で米社会および経済について「アエラ」「東洋経済オンライン」などに執筆。フェイスブック CEO であるマーク・ザッカーバーグ氏への単独インタビューも果たしている。著書に『教育超格差大国アメリカ』（扶桑社）、『カナダ・デジタル不思議大国の秘密』（現代書館）。2014 年より長崎市平和特派員。元共同通信記者。2匹の猫と暮らすクイーンズのリッジウッド地区で夏祭りを主催するなどグラスルーツの異文化交流にも尽力。

New York Journal
ニューヨーク・ジャーナル
Vol. 002
2018 June issue

Beyond #MeToo: How to Avoid Gender Stereotypes

ジェンダー・ステレオタイプはもういない

The time has come to protect victims better.

変わるセクハラ被害への対応

女が、女であることに葛藤を感じずに、真っ当に働く——。そんな時代への序奏が、突然に、そして確実にフォルテで奏でられている。少なくとも、米国では。

「2017 年 10 月をもって、セクシャルハラスメント（セクハラ）訴訟の世界は、180 度変わりました」と話すのは、ニューヨーク市のセクハラ訴訟専門弁護士、クリストファー・ブレナンだ。

「過去には、セクハラを告発する女性に対する偏見もあり、事を丸く収めようとするか相手にしないか、『加害者はそんな人物ではない』と反発するケースもありました。でも、10 月以来、被害者が言っていることは事実なのだと、企業がすぐに反応するようになりました。企業のゴールはいまや、セクハラの被害者を守ることであり、



サンフランシスコで行われたウーマンズマーチで「#MeToo」や「#TimesUp」のサインボードを掲げる参加者たち。

加害者に対して素早い対応を取ることで、被害者は社会的にずっと大切にされるようになりました」

昨年 10 月に何が起きたのか。ニューヨーク・タイムズ紙とザ・ニューヨーク・カー誌が、ハリウッドの大物プロデューサー、ハーヴェイ・ワインスタインの過去 30 年にわたるセクハラ行為とレイプを含む性的暴行を

スクープした時期だ。ワインスタインは、自らが創立したプロダクションから追放され、ただの容疑者になった（ニューヨークやロンドンで、警察が事件として捜査中）。これをきっかけに、「自分も（セクハラを受けた）」という表示である SNS ハッシュタグ「#MeToo」が、世界的なムーブメントとなった。

今年のアカデミー賞授賞式も「#MeToo」一色だった。女性やマイノリティの権利を守ることを訴える作品の受賞はもちろん、受賞者のスピーチもこれらをサポートする内容が目立った。この流れを後押しするように、同スクープ記事には今年 4 月、メディア界で最大の名誉であるピューリッツァー賞が贈られた。報道が、公共の正義、つまり女性の、そして弱者の権利を守ったことを示した瞬間でもあった。

メディア界では、オバマ前大統領など各国首脳インタビューをものにしてきた CBS の有名アンカー、チャーリー・ローズも、セクハラが報道され、即日解雇されている。テレビ局最大手 CBS はこの際、「（セクハラは）どの企業でもあってはならない」と発表し、報道機関がセクハラに目をつぶらないことをはっきりと表明している。続いて、指揮者ジェイムズ・レバイン、上院議員アル・フランケンなど、地位もキャリアもある男性が、続々と各界から追放された。

共和党のトップである上院院内総務ミッチ・マコネルは、ある議員候補を女性らが告発した際、「彼女たちの言うことは、信じられる」と発言した。「歴史的」な発言だった。「#MeToo」と告発する女性らを「売名行為」「あばずれ」「嘘

つき」というのは、もはや主流ではない。

CBS など大手企業が手早く加害者を処分しているのも、こうした流れを無視すれば、企業としての責任を果たしていないとして、株価は下落し、顧客や視聴者は遠のき、ビジネスに多大な損失が生じるためだ。

"Be more manly" is also sexual harassment.

男性も被害者の対象

もちろん、米国でも、「#MeToo」というマイノリティの女性が救済され、中小企業など隅々に至るまで、女性が気持ちよく仕事ができるようになるまでには、時間がかかる。

同時に見過ごしてはならないのは、男性の被害者もいるということだ。米雇用機会均等委員会に 2016 年告発されたセクハラ 17% が男性によるもので、多くが男性から被害を受けているという（ハーバード・ビジネス・レビューによる）。つまり、「男らしさが足りない、もっとしっかりしろ」という、男性ということを理由にした「いじめ」だ。

男はこうあれ、女ならこうしろ、というステレオタイプが、こ



女生徒が中心だった銃規制デモ集会。

の世からなくならなければならない。その表明が「#MeToo」だ。さらにマイノリティの権利を守ろうという「#Time'sUp（もう終わりにしよう）」という運動も盛り上がっている。

4 月 20 日、全米の高校生らが、銃規制を求めるデモを起こした。ニューヨークの中心部で開かれた集会に行き、驚いた。女生徒が中心で集会が行われ、男生徒は少数派だったからだ。主催者側だけでなく、参加している高校生も女子の方が圧倒的に多かった。銃による犯罪を無くそうというデモだが、「#MeToo」と無関係ではないだろう。

今年 11 月にある中間選挙では、過去最大の女性候補者が届け出る予定だ。米国にいと、セクハラをめぐる流れが大きく変わる「胎動」を感じる。「#MeToo」の確実で、大きく響く序奏は、無視できなくなってきた。

WEB オンリーの対談コンテンツ
ホッピー 3代め、石渡美奈が出会ったニューヨーカー

F

NEW YORK / F-TALK

Vol. 2

MINA ISHIWATARI
TAKANORI AKIYAMA

ニューヨーカーに東京のフード&カルチャーを体験してもらうイベント「HOPPY NIGHT OUT」の
立役者である秋山剛徳さん（レストラン SakaMai シェフ）とホッピー3代めの石渡美奈。
「混ざる・混ぜる」ことに、ポジティブな相乗効果を信じる二人が、
ホッピーを片手に語り合った。

続きはWEBで！



www.hoppy-happy.com/
for-society/f-talk/vol-02/



HOPPY NEWS

2018

ホッピービバレッジにまつわるニュースを
ダイジェストでお届け。



あなたのホッピー物語が映画に？

ホッピー発売 70 年を記念し、ホッピーにまつわる「MY HOPPY STORY」を募集中。賞に選ばれた作品はショートフィルムや書籍になります。詳細はこちらから
www.bookshorts.jp/hoppy_happy_award



SUPER GT第5戦 8/4&5は富士スピードウェイへ

8/4（土）と5（日）は富士スピードウェイへ。ホッピービバレッジがメインスポンサーをつとめるつちやエンジニアリングがSUPER GT300 第5戦に挑みます。白とピンクのホッピーカラーマシン「HOPPY 86 MC」の走りにご期待ください！



夏季の試飲販売会

期間限定で地ビールの試飲販売会を行います。暑い夏は地ビールで乾杯!! 皆様のお越しを心よりお待ちしております。詳しくは公式ウェブサイトおよびフェイスブックアカウントに掲載いたします（下記 URL 参照）。



老舗中華料理をホッピーで。「HOPPY FESTA」

7月25日、横浜中華街にある重慶飯店別館で行われるHOPPY FESTA。四川料理のコースメニューとホッピーを楽しむ宴。お一人様 7500 円（税・サービス料込み）。ご予約・お問い合わせは 045-641-8386（重慶飯店 別館）まで。

タイムリーなニュースは公式ウェブサイトやフェイスブックページなどでも随時アップデートしています。

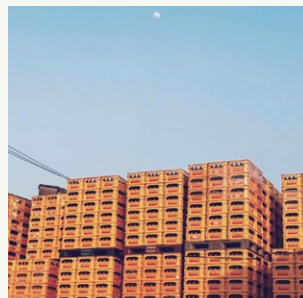
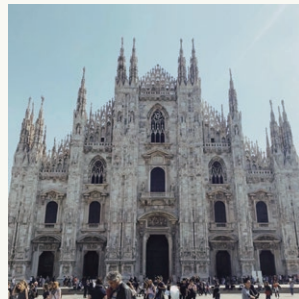
● www.hoppy-happy.com ● www.facebook.com/HoppyBeverage

Follow me on
Instagram



@iminahoppy

ホッピー 3 代め、CEO 石渡美奈の公式Instagramアカウントはこちら。
「空飛ぶ看板娘 ホッピーミーナ」のニックネームを持つ石渡のパーソナルな一面も覗けます。



HOPPY
★ MAGAZINE ★

ホッピーマガジン 第52号 2018年7月発行

EDITOR IN CHIEF

Mina Ishiwatari

編集長：石渡美奈

CREATIVE DIRECTOR

Fuko Chubachi

MANAGING EDITOR

Kei Itaya

ART DIRECTOR

Yuki Imaizumi, Asami Sato

PUBLISHER

Hoppy Mina / ホッピーミーナ

Production by 3 DAY MONK

CONTRIBUTORS

Fumiko Sato, Joichi Teshigahara,

Kazuki Takeuchi, Keiko Tsuyama,

NI Rai, Toshiya Saito

Editor's
Note

編集後記

発行が遅れに遅れました。編集長である私が自身の原稿を止めていたからです。楽しみにお待ちくださっているホビマガファンの皆様、ごめんなさい。東京に戻る本日、帰国便が大幅に遅れることがチェックアウト前にわかったおかげで脱稿です。止めてしまった分、中身の濃い一冊となっております!?これに懲りず、どうか今後ともご愛読くださいませ。NYCのいつもの部屋にて。ホッピーミーナ



大切なのは、ハッピーホッピー。

www.hoppy-happy.com

Instagram @HoppyBeverageCo #HappyHoppy | Official Facebook Page @HoppyBeverage & @HoppyBeverageCo | Twitter @HoppyBeverageCo