Hoppy Magazine 28

「ホッピーマガジン

◎第28号 2013年9月発行

Episode of growth 19 ②宮崎陽奈のOne Step

数字の意味と価値を知る。

入社して1年目は営業だった が、2年目の5月から財務チー ムになった。営業はある程度自 分の裁量で仕事ができる。POP づくりではお客様とイメージを 共有しながら制作を進め、答え は一つではない。しかし、経理は 数字だけが唯一絶対で、1円た りとも間違いは許されない。答 えは一つしかない。それで、毎 日緊張していた。振り込みをす るときでも手元に札束があるわ けではなく、扱う金額も自分の 日常からはイメージできなかっ た。理解できないというか、腑に 落ちないのだ。だから、ミスをし

てお客様にご迷惑をおかけすることもあった。小切手は切ればいいと軽く受けとめていたのを見抜かれて、これがどれだけの価値があるか、自社のお金という意識はあるのかと問われ、突き詰めて考えていくと、それがなかったことに落ち込んだ。ある時、扱う金額を自分の給与で換算してみた。賠償するとすれば30年働かなければならなかった。自分のレベルまで落として説明されてようやく腑に落ちたと宮崎はいう。



このところ、ようやく冷静に 数字を見ることができるよう になった。間違えてはいけない という極度の緊張からは少し 離れられるようになった。任せ られる仕事も徐々に増えた。社 内外のいろんな人のお金を見て いて、それぞれのお金の意味が 少しずつわかるようになってき た。お金の価値は、それぞれにあ ると思えるようになった。営業 時代、備品やサンプルを無償で 持っていけば契約がとれそうだ という時に、上司からストップ がかかり、モヤモヤすることが あった。今は、多くの資材メー

カーさんが関わっていることも、サンプル1本を作るのにいかに多くの人たちの手がかかっているかも、お金の流れから理解できる。当面の目標は、一人前の金庫番。そうなるためには、まだまだだと思っている。本人がいうに「上司の評価は、5段階評価でまだレベル2 | らしい。

みやざきはるな

ホッピービバレッジ株式会社 管理部門 財務・総務チーム 兼 ナレッジマネジメント部門秘書室

HOPPY The 65th Anniversary Event in New York City.

HOPPYXNYC



7月24~26日、誕生65周年を記念したホッピーイベントがニューヨークで開催されました。初めての海外でのイベントに持ち込まれたホッピーは、合計720本。それらがすっからかんに飲み干されて、ホッピーはニューヨークに受け入れてもらえたようです。ホッピーがニューヨークに上陸したいきさつについての詳細は巻末の共育奮闘記に譲るとして、ここでは3店舗で開催されたホッピーイベントの模様をお伝えします。

65年前の暑い7月、ホッピーは東京赤坂で生まれた。

そして、65年後の7月、ホッピーはニューヨークにいた。

7月24日 at SakaMai

SakaMaiは、ロワーイーストサイドにある和風レストラン。サマータイムのため外はまだ明るい午後7時からのプライベートパーティとして約30人のゲストをお招きし、ホッピーのニューヨークでのお披露目をさせていただきました。店の入り口近くにあるカウンターがホッピーのカウンターになり、ホッピーのロゴ入り氷のオブジェはホッピーを冷やすプールに。カウンターの中ではホッピーミーナ、大森GM、藤咲営業部門長が3人並んで3冷ホッピーをつくりました。実はこの組み合わせ、藤咲が入社当時に横浜そごうでの試飲販売会で怒濤の販売記録を作った時のメンバー。このトリオで今の会社の形を作ったのでした。まさに、期せずして原点回帰となりました。

ここでは、料理は茶碗蒸しやつくねなど和食が用意されて、 黒ホッピーやトマピーが人気でした。ホッピーを初めて召し上 がる方もいましたが、トマピーにハラペーニョを入れたらとい うご提案を頂き、早速お店が用意してくれるなど、終始なごや かな雰囲気。また、ホッピーミーナがずっとカウンターの中で



ホッピーをつくっていることにお店のマネージャーが驚いていました。
「私からすると驚かれることが意外でした」とホッピーミーナが言うように、ホッピーには"手売り"の文化が根付いており、社長と言えどお客様がいらっしゃれば一杯ずつホッピーをつくり差し上げるのは当たり前のこと。お越し頂いたこの日のゲストにも、ホッピースタイルをみていただけたのではないでしょうか。









7月25日 at Yopparai (夜波来)

※Yopparaiでのホッピーイベントは、7月24日~27日の4日間開催されました。

1日目のお店と同じエリアにあるYopparaiは、ジャパニーズガストロラウンジ。お店の入り口に近い部分がバーになっており、ここでホッピーイベントを開催させていただきました。こちらはホッピー一杯5ドル。価格は東京と同じ水準です。大将のガクさんは日本の味をそのままニューヨークで再現する料理人として注目されており、店は予約ですぐに埋まるほど。ミシュランガイドでもおすすめの店として紹介され、ニューーカーからも絶大な支持を受けています。ガクさんは日本でホッピーを飲むスタイルをできるだけ踏襲したいと、この日の料理にもオリジナルのよっちゃんイカを用意してくださるなど、東京でのホッピーシーンを忠実に再現してくれました。訪れた日本人のお客様からは東京で飲んでいる気分になったという声も聞かれ、おおいに喜んでいただきました。また、この日は、



iPhoneを介してニッポン放送のスタジオとつながり、ラジオ番組「Hoppy Happy Bar」の収録も行われ、時間と距離を超えて東京とニューヨークが一つになっていました。収録にも参わったあとに「東京にいるおかできた」と喜んでくれました。それがとてもうれしかったホッピーミーナでした。









HOPPY The 65th Anniversary Event in New York City. HOPPY The 65th Anniversary Event in New York City.







7月26日 at WASAN

イーストビレッジにあるWASANは、オーナーのトシさんが 日本酒好きとあって、日本酒とホッピーのコラボを考えてく ださいました。コーディネーターのChizukoさんによれば、通 常ならイベントのメニューは1週間から10日前には出来上が り、事務局に届けられるのに、今回に限ってはトシさんからの 連絡がなかなか来なかったそうです。それほどまでにホッピー と日本酒のカクテルレシピ開発に注力していただいたという ことです。あとで聞けば、仕事がはねたあとレシピの研究を していて毎晩ベロンベロンだったそうです。その成果である、 生酛大七とホッピーとの組み合わせは大好評でした。生酛大 七を冷凍保存容器に小分けし20個用意し、シャーベット状のお酒を焼酎の時よりも少し多めにいれ、ホッピーは一旦ビアグラスに注いでからお酒の入ったジョッキに注ぎます。トシさんの研究の結果、そのほうが泡立ちがきれいなのだとか。55ホッピーのカクテルを、トシさんはディープシーウォーターと命名し、これがことのほかおいしく、しかも、次の日がつらくない。そのあたりのブレンドの状態も良く考えられているのだなあと、感心するばかりでした。当然お客様の反応もよく、トシさんが「こんなにずーっとホッピーを作り続けるとは思わなかった」というくらい次々とホッピーへの注文が相次ぎ、終わってみれば103杯を完売。3日間のイベントは成功裏のうちに終わりました。











ホッピーの、ネクストステージへ。

ホッピーが生まれた時、販売ルートを持たない石渡秀は 東京の街で一本一本手売りをしながらお客様とつながって いったことを、ホッピーミーナは父石渡光一に聞いていまし た。65年後のニューヨークで、ホッピーミーナはまさにそれを 追体験したのでした。誰も知らない商品を売る。ホッピーが 辿ってきたその歩み方を、ニューヨークだからできたとも言え ます。ホッピーを好きになってくれた人たちがニューヨークにできた。その先に何があるのかはわかりませんが、すぐさま結果を求めるつもりもありません。5年先、あるいは10年先にどんな評価を頂けるのか。ともかく、今回の挑戦で、東京からやってきた見ず知らずのホッピーを、ニューヨークは受け入れてくれました。そのことを素直にうれしく思います。そして、多くの仲間を得たことを。





新ホッピー大使に、茂木健一郎さん。

日頃からホッピーをご愛飲いただき、

多くの人にホッピーを広めてくださっているホッピーのエバンジュリスト(伝道師)を、 私たちは感謝を込めてホッピー大使と呼ばせていただいている。 そして、今回ご就任いただくのは、脳科学者の茂木健一郎さんです。

赤毛のアンつながりの二人。

ホッピーミーナと脳科学者茂木健一郎さんとの接点は赤毛のアンだ。ホッピーミーナの誕生日に茂木さんから赤毛のアンに関する著書をバースデーメッセージとともに頂いたことからのご縁だ。茂木さんは小学生の時に赤毛のアンに出逢い、高校では英語版を完読。しかし、思春期の男子がアン好きをカミングアウトするのははばかられた。少女趣味と誤解されるの



が怖かったのだ。「だいたい、 そんな物語ではないのにね」。 と二人で笑い合う。赤毛のアンは人の温かさを語った本で、今の時代にこそ必要ではないかというのが、二人の一致した見解。来年のNHKの朝ドラが、赤毛のアンの翻訳で知られる村岡花子さんの生涯を描くものになったのも、こうした時代の要請があるからなのかも。

ホッピーには独自の文化がある。

茂木健一郎さんとホッピーとの最初の出会いは、小学生の頃だ。ホッピーののぼりを見て、なにか秘密の飲み物を大人たちが飲んでいると思っていたという。茂木さんのホッピー初体験は案外最近で、2005年に神楽坂の加賀屋に連れて行かれた時だ。「いきなりホッピーの甲子園に入っちゃったみたいでした。ホッピーの文化を深く愛しているおじさんたちが、ナカとかソトとか言っている。やっと大人になれたと思いました(笑)」。

茂木さんのいうアハ体験を、まさに ご自身でされたということか。アハ体 験とは、ひらめきや気づきの瞬間に 「あっ!」と感じること。その時脳は 活性化するという。その最初の体験 からホッピーに惚れ込んだ茂木さん は言う、「ホッピーは独自の文化です ね。注文の仕方も独特で、日本人の創 意工夫がいい。東京という感じがする ロゴの書体もいい」とホッピージョッ キをあける。酔うとどうなるのかと伺 うと、ご本人は「酒癖はいいですよ」。 陽気な酒になるという。ところで、酔っている時、脳はどんなことになっているのだろう。「その人の本性が出ます。脳は脱力するから、本音を語り合うためには飲みニケーションも大事」という。ストレス発散の意味もあるという。

夢はノートに書く。そして、あきらめない。

茂木さんが提唱されているクォリア体験とは、感覚が持つ 質感がキーワード。質感が感動につながるという。我々が感じ るすべてのものがクォリアなのだという。「これが数字では表

せない。ホッピーのうまさも 数字で表せないでしょ」。そ して、そんな体験をたくさ んした方が幸せな人生であ り、「脳科学は幸せを科学 すること」だと茂木さんは 言う。「幸せになりたいとい うのは受け身ですよね。自 ら飛び込んでいくから"体 験"になる」とホッピーミー ナも腑に落ちた思いがした のだった。できないと思っ ていたり、無理とあきらめ



ていると、人は夢を捨てる。忘れてしまう。それを思い返すことが、人生で一番大事と茂木さんは言う。そして、夢はノートに書くだけで叶うという。「具体的に、自分のイメージを書くことです。現状にとらわれず、こういう世界に行きたいということを書いてみるといい」。リラックスした時に、忘れていた夢は思い出せる。それならホッピーでリラックスするのもいい。忘れていた夢を思い出せたら、それが夢を叶える最初の一歩だ。





ホッピーミーナ(以下、M) 私たちの仕 事も生活ももはやインターネットなしで は始まらないと思っているのですが。

平井康文さん(以下、H) ジェネレーションYといわれる18~30歳を対象にしたシスコの調査では、ほぼ100%が朝起きたらベッドの中からスマホをチェックする。人間には206本の骨があるのですが、彼らにとって207本目の骨がネットなのです。

M なるほど。

H その世代の3分の2は、友達と直接会っているよりネット上でつながっている時間の方が長いんです。だから同窓会が減る。

M え、どういうことですか。

H やあ久しぶり、元気?という会話から始まるのが同窓会。今やその必要がない、毎日その人の動向がわかっちゃうから。スマホ、タブレット、パソコンは、居酒屋の仮想敵です。

M 飲まなくなっちゃう。うちの敵だ (笑)。

H だから、僕も一所懸命ホッピー飲みましたと自分のフェイスブックで紹介するわけです。

M ありがとうございます(笑)。ご趣味が居酒屋探訪とうかがっています。

0

H 仕事帰りに小一時間とか一人飲み することもあります。オンオフを切り替 えるスイッチです。あと、京成立石にも。

M なぜ、立石に?

H あそこは酒飲みのディスニーランドです。並ばないと入れない居酒屋さんが多く、一軒一軒がアトラクション(笑)。土曜日に、会社の仲間と午前11時集合とかいって、夜まで飲んだりするわけです。

M チェロをお弾きになるそうですが、 音楽はいつから?

H 大学に入ってからです。九州大学のフィルハーモニー・オーケストラは日本で一番古いオーケストラなんです。第九の初演は九大フィルです。

M そうなんですか。素晴らしいですね。それにしても、なぜオーケストラ

H 音楽を聴くことが大好きだったので、入学した時タダで聴けるというので行ったら、はいここにサインしてと、そのまま入部していました。

M チェロを選ばれたのは?

H バイオリンは幼少からやってる人が多いですが、チェロは高校から始めて日本音楽コンクールで優勝した人もいる。意外と目立つし、おいしいソロも

ある。それで(笑)。

M 私は組織はオーケストラだと思っているんですが、オーケストラの一員として、また、組織のリーダーという両方のお立場におられるわけですね。

H オーケストラには不思議だなと思うことが2つあります。一つは、大勢いるメンバー各自の目の前にある楽譜は、自分が演奏する音符しか書いてない。指揮者だけが全員のスコアを持っている。そこから、あれだけのハーモニーが生まれる。プレイヤーはお互いに聴き合っています。あ、あそこでああやってるから、僕もこんな風にやってみようとか。

M へえー。そういうものなんですか。

H それともうひとつ、これは音楽すべてに共通するのですが、男女差がないんですよね。

M ほー。いわれてみれば、そうですね。

H でも、ビジネスの世界ではジェン ダーダイバーシティとか言ってるわけで す。

M 確かに。平井社長が発表された 2013年度の事業戦略に中にも、シスコ ファミリーという柱の目標の中に、イン クルージョン&ダイバーシティの推進と



いうのがあ りますね。 それと人財 共育も。

H 人のさ教経で現ま財 人と、かで友のわ。と がでえるにし数 がしている。と

人財育成の重要性が認識されてきている。教育もあえて共育と表現しています。

M 恐れ入ります。平井社長は以前から人が大切、人が会社のすべてだとおっしゃっていますね。

H ITというのは、永遠に主語にはならない。人の仕事や生活を支える土台でしかない。我々はIT企業なので、そこは強調して表現しないと。

M それからもう一つ、知的体育会系 組織風土の醸成という言葉もあります ね。共通言語がいっぱいあってうれし いな。

H 企業は仲良しクラブではないので、体育会系規律が必要なんです。一方で知的でなければならない。今年のダボス会議でインテリジェント・バーバリアン、つまり知的野蛮人という用語が出てきました。世界的な共通認識になっているのかなあと。

M 平井社長の夢をお聞きしていいですか。

H 一番の夢は社員が幸せになることです。将来的には、何か日本に貢献できることがしたいと思っています。NPOとかも含めて。日本を元気にしたいんです。

M そのお気持ち全く一緒です。酒類 業界も閉塞感で、ほんと息苦しいです。

H 日本は要素技術は持っている。ブロードバンドのインフラも世界一です。でも、世界中でまだ世の中の1%のモノしかネットにつながっていない。シスコの試算では今後10年間に残り99%がネットにつながったときの経済効果は日本で76兆円。全世界で1400兆円になります。それくらいのものが生まれる。

M 楽しみですね。私もどんどん勉強して平井社長についていきたいです。ところで、お好きな指揮者はいらっしゃいますか。

H 朝比奈隆さんが大好きでした。質 実剛健で、どっしりした感じが。カラヤンなんかもすばらしいと思うし、あとは、小澤征爾さん。

M カーネギーで小澤さんを聴いた時、 サイトウキネンが今日は絶対小澤さん に振らせるぞという、何とも言えない雰 囲気があって、それに聴衆もどんどん 引き込まれて。

H CDで聴いてもすごかった。

M あれが、オーケストラをモチーフに した自分の組織作りのきっかけです。 こんなに一体になった組織が作れるん だということに感銘を受けて。

H オルフェウスプロセスをご存知です

M はい!

H 指揮者のいないオーケストラ。毎回 コンサートマスターも代わるのですよ ね。

M あれも面白いですよね。指揮者がいても機能し、いなくても機能するという、みんなリーダーであるような。平井社長は、会社ではグレートリーダー、オケではメンバーとしてやっておられますが、その行き来はマネジメントに何らかの成果をもたらしているのでしょうか。

H 私、社長というタイトルは、なにも

偉いものではなく一つの役割でしかないし、社長であってもやはりチームプレイヤーであるべきだと思っています。私は残念ながら提案書をつくれません。お客様の機械が故障しても修理できません。それには現場のエンジニアや営業がいる。役割が違うだけで偉い偉くないじゃない。

M オケではチームプレイヤーでいらっ しゃるので、やはり組織という力を実感 されてもおられる。チームで一つのハー モニーを奏でるという。

H はい、そうですね。

M このシスコという組織は、どんな 組織ですか。

H 合才とし奏譜らは思とくちて、密せフうううる見のすでよっせいわそって、こうきと合いれていたではいわそのはいわそのはいかのではっせこので、 演楽が所とのし打しら



ガッと発展させていくスタイルですか

M 綿密な打ち合わせ!

H そこは時間を惜しまず、しっかりと コミュニケーションすることが大事だと 思うんですよね。

M うちに足りてないのは、それのよう な気がします(笑)。

H やはり、腹落ち感、ソーシャリゼーションが大事ですね。

M 腹落ち感!ああ、いい言葉ですね。 肝に銘じます。本日はありがとうござい ました。

情熱に聴く

第5回◎シスコシステムズ合同会社社長 平井康文氏

シスコシステムズは、1984年にスタンフォード大学を起点に生まれた会社。ネットワーク機器の開発からスタートして、日本法人は1992年5月の設立で昨年二十歳を迎えた。インターネットの進化とともに成長してきた企業であり、シスコの歴史がインターネットの歴史ともいえる。2011年度には日本経営品質賞を受賞。社長の平井康文氏にお話を伺った。



石渡光一

Autobiography of a storm by Koichi Ishiwatari

嵐の自叙伝

第十回

「ちょこ停新工場」編

たのと同時に、新しいいくつかの機械を導入した。前号で紹介したように鳥取の青谷機械から買った洗壜機もそうである。自然落下式の使い物にならないものだったが、同様に失敗作の青谷機械製といえば、まだあった。ラムネやサイダーと違って、ホッピーは酵母を使った発酵飲料なので、殺菌機が必要なのだが、それが青谷機械製だった。

殺菌といっても、主な目的は酵母の活動を止めることだ。酵母は60℃で死ぬ。壜の中で酵母が生き続けることによる異常発酵をさせないためだ。壜詰めされたばかりのホッピーの液は3℃だ。壜詰め後、これを60℃に上げて殺菌する。この工程を担うのが殺菌機である。ガラス壜ごとお湯のシャワーをかけて壜内の温度を上げる。上げたら、次はそのまま自然冷却させるのではなく強制的に下げなければならない。高い温度が続くと液が劣化してしまう。つまり、おいしくなくなる。この工程は、殺菌機の中をいくつかの槽に分けて行うのだが、こ

の時の青谷製は4層しかなく、温度の上昇、下降に無理 があり、壜が破裂してその欠片が山のように生産され た。やむなく同じ型のものをもう一台作ってもらい、こ れを縦につつ繋いで8層で使っていた。ちなみに、現在 調布工場の最新ラインにある殺菌機は、1槽から7槽 *ŧ* で、35℃、55℃、72℃、67℃、55℃、35℃、25℃と なっている。当時の数字は残っていないが、おそらく現 在に近い温度区分で殺菌を行っていたと思う。しかし、 当時はまだ進駐軍のスタッピー壜を繰り返し使ってい た。炭酸ガス入りの液体を詰める場合、壜には内容量1 ccあたり1gのガラスが必要といわれていた。それから 比べるとはるかに薄かったのである。こうした条件下 で起こるのは、急激な温度変化による壜の破裂だ。殺菌 機の中で、壜はベルトコンベアに乗って前述の4つの槽 を次々に通り、その都度、温度の異なるシャワーがかか るようになっている。その中で壜が破裂すると、ガラス 片はコンベアのベルトの側面からこぼれ落ち、コンベ アを駆動するギアの間に挟まる。それで機械が止まる。

その頃、工場にはちょこ停という言葉ができた。機械が ちょこちょこ停まるからだ。それほど頻繁に壜が割れ ベルトコンベアが停まった。

一つ目の殺菌機と二つ目の殺菌機の間には壜の通路 が必要だった。そこでステンレスの渡り板を置き、通路 を作った。一つ目の殺菌機のベルトコンベアの終わり の部分に続くようにステンレスの板を置くと、コンベ

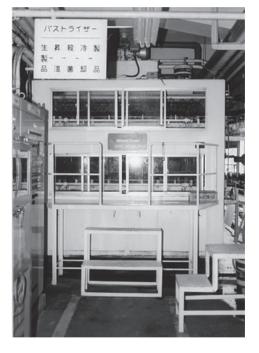
アで運ばれてきた壜は次々に やってくる壜に押されて板の 上に移り、次の殺菌機へと進 んでいく。ところが、ひとつめ の殺菌機の中で割れた壜のガ ラス片は、コンベアのベルト と板のわずかな隙間から潜り 込んで板の下に溜まっていっ た。小さな空間しかないとこ ろにガラス片が次々にやって 来るものだから、ステンレス の板はやがて溜まっていく ガラス片に押されてめくれ上 がった。壜にとっては日の前 にバリケードをはられたよう なものだ。そこで足止めを食 らうものだから、またここで

ちょこ停となる。工員が走っていって、ステンレスの板を外し、トンカチで平らに均し、ガラス片をきれいに掃除し、また板をはめる。そんな作業を繰り返した。その後、ホッピーの生産量が上がって、殺菌機の処理能力を上げなければならなくなっていた。そんな時、南柏の飲料水工場が、市街化で廃業に追い込まれてしまったという話を聞いた。何か使える機械がないかと見に行くと、なんとうちのとまったく同じ青谷製の殺菌機があっ

たので、これを譲り受け3台連続で使うことにした。こんどは3つをつないだものだから、ステンレスの連結部は二ヶ所になり、ちょこ停もステンレス板トンテンカンもひっきりなしになった。これまた、とんだ機械の思い出だ。

殺菌機のちょこ停がなくなるのは、コンベア式では なくビーム式で壜が移動する殺菌機を導入してから

> だ。サントリーのビール工場に 視察で訪れた時、これを見た。 ビームという梁を横に並べて これを回転運動させることに より壜を前方に運ぶ(ちょう ど. 小学校の運動会の大玉送り で上に伸ばした手を前後に動 かしてボールを前に送るよう な). 引っ張り運動ではなく回 転運動による移送。前者だと壜 にかかる圧力が、後者だとまっ たくない。したがって、破壜が ない。また、各槽の湯水も梁と 梁の間に隙間があるために、そ のまま同じ槽に落ちるので温 度のロスがない。今まで散々 悩まされてきたことがいっぺ



んに解消されたような晴れ晴れとした気分が横溢して、その場で発注の電話を入れた。日立造船とアメリカのボルテックス社との合作の機械だった。ダブルデッキ(二階建て)で、現場合わせで一億円という条件だった。まったくもって、いい機械というのは、どこまでもありがたい。ということで、次回は掘り出し物の機械の話。散々機械にいじめられた話をしてきたので、たまにはいい思いをしたこともなくては、帳尻が合わない。

夜の銀座はまさに日本一のきらびやかさです。 行き交う人々も街も華やかな色合いに包まれています。 その中にあって、ホッピーも多くの店にお取り扱いいただいております。

さて、今回はそんな日本一の繁華街に根付いたホッピーを選りすぐってご紹介します。



電車に乗ってホッピーを飲みに行こう!! ホピ鉄とは

ホッピーが飲める店をリレーして、電車を乗り継ぎながらホッピーを飲むことをホピ鉄といいます。

バー イオタ

◆銀座

東京都中央区銀座8-6-4 村喜·茂竹ビル3F 電話: 03-5537-7033 営業時間: 19:00~翌7:00(月~金) 19:00~24:00(十:予約のみ)(日祝定休) お取り扱い商品:ホッピー





漫画「サーキットの狼」は1975年か ら78年にかけて。その頃幼稚園にあが る前の哲也少年は、好きな車はと聞か れてリンカーンコンチネンタルマークIII と答えていたという。マークIIIまで言う 幼児は当時でも滅多にいなかったこと だろう。それくらい車が好きで「いまだ に引きずっている と日高さんは笑う。 日高さんは銀座で14年と、長くバーテ ンダーの仕事をしている。この店はオー プンして3年。元々ホッピーが好きだっ た日高さんは、共同経営していた前の 店からホッピーを置くようになった。や るなら3冷だと決めていた。氷を入れ たホッピーは、それはそれでいいが、自 分の店で出すなら、やはりうまさにこ だわって3冷。しかも、焼酎はシャー ベットにしたいと、それを実践されてい る。お店は朝の7時までと長い。前半 は一般のサラリーマン。後半は同業者

が多いという。彼らは楽で簡単なお酒 しか飲まないので、気がつけば「今日は シェーカーを一度も振っていないしと いう日もあるとか。彼らが飲むのは焼 酎系が多い。ホッピーも人気だそうだ。 冷蔵庫に常時12本入っているが全部 出てしまうこともあるとか。

車好きが高じてのお店だが、その他 のフィギュアも。気に入ったものだけし か置かないというミニカーを眺めなが ら、時間を忘れて一杯やるには絶好の 店だ。お店は一応朝7時までとなって いるが、気が向けばお昼すぎまでお客 様と話し込んでいるとか。とにもかくに も銀座で一番長く時間オープンしてい るバーが、Jota(イオタ)かもしれない。 店名は、ランボルギーニ・イオタから。 幻とすら形容される車だが、ここのホッ ピーのうまさは真実だ。おばあさま譲 りのぬか床でつけた自家製ぬか清けが またいい味を出している。







銀座 升本

◆銀座

東京都中央区銀座1-4-7 電話: 03-3563-2706

営業時間:11:15~13:30/17:00~22:00(月~金)(土日祝定休) お取り扱い商品:ホッピー、黒ホッピー





天明年間創業の升本総本店(飯田 橋)は、江戸時代から灘の酒の元締め だった。それは現在の発達した流通の 中でも不変だ。その升本総本店からの のれん分けで、かつて新橋升本が存在 した。そこで番頭を務めた先代が、こ の地に銀座升本を開業した。当初は酒 屋を開こうと土地を買ったのだが、あ ろうことか隣が酒屋だった。新橋升本 時代に立ち飲みも経験していたことか ら酔客の扱いにも手慣れていたのだろ う、居酒屋としてスタートしたのが昭 和28年。この9月でちょうど60周年を 迎える銀座の老舗だ。ホッピーを置く ようになったのは10年ほど前。以前か らご常連の要望があって、その人のた めに用意したものが他のお客様の目 に留まり、メニューとして正式に置くよ うになった。今ではコンスタントにホッ ピーが飲まれている。

正しい居酒屋の空間を体現した清

潔で居心地のよい一階に負けず劣らず、二階を自分の席とするご常連もいる。その窓辺からは並木通りの緑が楽しめる。何とも贅沢な席である。真っ当な料理と真っ当な酒。銀座という市場である。ケレンとは乗う粋さがある。ケレンとは無ることを嫌う粋さがある。ケレンとは無ることを嫌うやさがある。ケレンとは無いでおられる。この落ちべきと心地良さこそ、この席で味わうべきものではないだろうか。90年の歳月を超えたNCR製のレジ、半世紀もの間



お酒を温めてきた燗つけ器、今でも木箱と河岸籠を荷台にのせて築地との間を行き来するロッドブレーキの自転車。銀座升本には、懐かしい時代が現代に生きている。





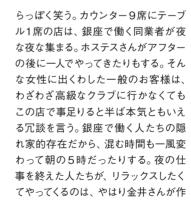
バー ストラトス

東京都中央区銀座8-7-21 銀裕ビル2F 電話:03-3569-1011 営業時間:20:00~翌9:00(月~金)(十日祝定休) お取り扱い商品:ホッピー





ストラトスとは、70年代に世界ラリー選手権で活躍したランチアストラトスのこと。当時のいわゆるスーパーカーには馬力や大排気量を誇示するものが多く、それに比べると地味に見えストラトスはラリーに勝つことに特化してつくられ、高い剛性と回頭性の良さで3年連続メイクスタイトルを獲得したという、言うなれば超マニアックな車である。オーナーの金井文博さんが、好きな車だからと店の名前にした。「今好きなのはオートバイだけど」といたず









◆銀座

店の売りの一つとしておいてくださっている。「お酒を扱う人たちは、仕事を終えてから気取った酒は飲みたくない。だからホッピーはよく飲まれます」と金井さん。キンミヤを一升瓶で凍らせ常に2本用意しているが、お酒のプロたちの飲み方はジンやウオッカで割ったり少し遊んだりもするという。ぶつ切りのキャベツやおいしく煮込んだマトンカレーで、銀座の裏話に花が咲く店内は、そうして夜明けを迎えるまでにぎわうのである。





ニコラシカ市

◆銀座

東京都中央区銀座8-10-14 電話: 03-3574-7924

営業時間: 15:00~24:00(月~金)(土日祝定休) お取り扱い商品: ホッピー、黒ホッピー





ニコラシカという名前が珍しいので 伺ってみると、31年前に前オーナーが つけた名前で、今は命名の由来は知る ことができないと店主の森本吉英さん は言う。当時、銀座で居酒屋は珍しく、 夜な夜な近くの店で仕事を終えた人た ちで賑わったという。その店を受け継 いだのが先代で、森本さんもここで修 業しやがてご自身で「市」という店を開 くが、またここに戻り店を引きついた。 なので、名前が合わさってニコラシカ市 なのである。ニコラシカ市としては3年 目になる。ホッピーは市の時代からお 取り扱い頂いており、合わせると10年 ほどになる。その森本さんが言うには 「一昨年あたりからホッピーはよく出て いる とのこと。壁を見ると、ホワイト ボードにはびっしりと料理名が並んで いる。その文字を眺めただけでも、丁 寧な仕事ぶりがうかがえるほどだ。ネッ ト上では山口のアンテナショップみたいに紹介されているが、それは森本さんの味へのこだわりの一例が取り上げられているにすぎない。女将さんの出身地である萩の魚屋さんと懇意にされていて、萩の漁港で競りの始まる夜中2時から3時にその日の魚の状態を電話で聞きながら、仕入れを決める。魚は朝の便で空輸され夕方には店のメニューになる。つまり、築地で仕入れる

よりも鮮度がいい。それを知る居酒屋ファンがめざとく集まるという寸法だ。しかも、料理にいちいち手が込んでいる。たとえば、しめさばは普通のものより塩も酢も少なくしてつくる。さばの脂の旨さが堪能できる。お客様は森本さんの腕を食べにくるのである。

店内のBGMにはロックが流れ、創意にあふれた料理が供される。この日はホッピーに合わせて、おつまみに昭和セットを出してもらった。タコに切った赤ウインナーにハムかつにクジラにナポリタン。そんな遊び心も、もてなしの心意気が伝わってくる。「自分がやりたいことだけをやっている」という森本さんが出してくれる3冷ホッピーもまた、格別の味がする。



はずき

東京都中央区銀座2-13-17 電話: 03-3248-1696

営業時間:17:00~23:00(月~金)(土日祝定休) お取り扱い商品:黒ホッピー





「昔はさ、ここいらではホッピーはなかったよ。だいたいほら、ホッピーてのは、もうちょっと向こうのほう、月島とかにはあったけど」。店主の玉上和光さんの江戸弁は、下町の職人さんのとも少し違って、粋に聞こえる。「うちもホッピーは置きたくなかったんだ。でも常連さんがそう言うから」と、しょうがなく置いたというホッピーは、18年前から店のメニューだ。「今では、一番売れている」と、玉上さんは何とも優しい

目でにっこりする。玉上さんは大病を患い、それから、今の店のスタイルになった。おつまみと飲み物は一律300円の前金制。キャッシュ・オン・デリバリーというやつだ。ホッピーは、焼酎と一緒に頼むと100円引

き。セットで500円ということになる。 ジョッキにたっぷりの焼酎を仮置きする空のグラスと一緒に出てくる。女将さんがいう、「本当はお店をやめようって言ったの」。ご亭主の体を思いやってのことだった。生まれも育ちもここというご亭主は、銀座一丁目から八丁目までの神輿会の総代も務めた。今でも後輩たちが相談に来る。そんな町の寄り合い場の一つとして店があり、ご夫妻がいる。だから、店は続けた。「毎年赤字 だよ」と玉上さんは笑う。でも、今までのお客さんを大事にしたいと、今日も店を開ける。8~9割はご常連。お酒に強い人たちが多いという。表にある古いプラ看板に継ぎ貼った黒のステッカーはもはや判読もできないほど、昔から黒ホッピー一本。「なんで黒かって?」。生ビールがあるから、それと喧嘩にならないようにということらしい。店名はご長女の名前から。心やさしいご夫婦の店は、歌舞伎座の裏にある。







◆銀座





ホッピーの素・物語の

麦芽

ホッピーはビールと同じ麦芽からつくられます。麦芽って、麦の芽?以前、調布工場で実験的につくった時に、麦の生命力を目の当たりにしたホッピーミーナですが、もっと、ちゃんと知りたい。ということで、滋賀にあるアサヒビールモルト社さんを訪ねることにしました。

※取材協力:アサヒビールモルト株式会社



■ 麦芽って、なに?

麦芽は、麦の芽と書きますが、芽ではありません。大麦をちょっとだけ発芽させたものです。芽は外からは見えません。麦の粒のだいたい70~80%の長さまで発芽させ、そこで止めます。芽をこれより大きくすると、麦の中の栄養がなくなってしまうからです。逆にこれより少ないと、大麦の硬さが残り、酵素も充分につくられません。



殻の中に芽(グレー部分)が少し育った状態。 下のヒゲは根

2 なぜちょっとだけ 発芽させるの?

大麦は硬くて噛めませんが、麦芽の状態だと柔らかくなっていて噛めます。実はここがポイント。プロの用語では「溶け」といいます。発芽させることにより、大麦が溶けるのです。

3 溶けって、なに?

溶けには、2つあります。大麦が柔らかくなる物理的溶けと、酵素の働きで高分子を小さくする化学的溶けです。高分子が小さくなると水に溶けやすくなり、仕込み発酵作業に都合が良くなります。

ちなみに、写真では麦芽から芽が出ているように見えますが、これは根の残りです。



▲ 麦芽はどうやってつくるの?

麦芽は、以下のような工程でつくられます。

①精選:畑で育った大麦から、ゴミや汚れや異物を取り除きます。

②**浸麦:** 大麦に水を吸わせます。水に浸したり抜いたりして、 大麦の状態を見ながら約1日半ほどかけて作業します。この 工場では、一度に60トンもの大麦を浸麦します。

③**発芽:**湿度を保ちながら温度を調整して発芽させます。4日間ほどかかります。発芽室はまるでプールのようです。





④焙燥:熱風で水分を飛ばし、香り付けをします。 ここまでが一般的な麦芽のつくりかたです。



⑤焙煎: その他に、焙煎という工程もあります。これはロースターを使って、麦芽をさらに香ばしく仕上げる工程です。黒ホッピーに使うクリーンロースト麦芽などがつくられます。





5 麦芽は、 ホッピーの大切な命の素。

大麦を選り分けて、き れいにして、手間と時間 をかけてじっくりとつ くられる麦芽。品質管 理もモルト工場の大切 な役割です。たえず麦 **井の分析をしてその状** 態を管理しています。ま た、サンプルを使って実 際に麦汁を作りその状 態もチェックしていま す。こうして調布工場に 届けられる麦芽がある からこそ、おいしいホッ ピーをつくることがで きるのです。







麦芽の品質管理も厳しくされている





3世話になりました



藤咲正をねぎらう料理。



営業部門を総括する藤咲部門長は、高校・大学から30代 半ばまでラグビーをしていました。その頃は一日3合のご飯 を食べていた。「味より量でした」と藤咲はいう。激しくぶつ かりあうスポーツだから怪我は付きもの。その傷さえ「痛い の?食べろ と、飯さえ食べていれば万事OKみたいな世界 だった。「食べることが仕事でしたね」って、お相撲さんかよと ツッコミを入れたいほどだ。現役選手を引退した後もしばら くは同じペースで食べていたが、最近は体形を気にするよう になった。「密かな努力ですが」と、普段は野菜中心の食事を 心がけ、夜遅い晩ご飯ではお米は食べないようにしている。

さて、その藤咲は、この夏も若手社員を率いて営業部門の セールス強化月間『夏の陣』を取り仕切った。男40代、働き 盛りだが、お疲れ盛りでもある。その疲れを癒すべく、なおか つ健康にも留意したメニューを、最近髪形が大人になったハ ルーナ(宮﨑陽奈) が考えた。



「ヘルシーだけどボリュームもある」 ささみビビンバ丼です。」

つくりかた

♥ささみビビンバ丼

- 1. ささ身(2本)の筋を取り、一口サイズにそぎ切りにする
- 2. おろしにんにく、おろししょうが(各少量)、水、酒(各小 さじ1)、醤油(小さじ2)、みりん(大さじ1/2)、オイスター ソースを混ぜる
- 3. フライパンを熱してごま油をひき、ささ身を並べて強火 で焼く。両面がこんがり焼けたら2を加えてからめる
- 4. キャベツ(1/4個)をさっと茹で、しらたきは3~5分茹で 水気をよく切る。
- 5. しらたき(1/2袋) には、ほ ぐした明太子(1/2腹)・ご ま油(大さじ1/2)・塩コショ ウ(各少々)を加えてからめ、 キャベツには、おろしにん にく(少々)・白すりごま(大



さじ1) ごま油(大さじ1/2) ・塩砂糖(各2つまみ) を加え て和える

6. 丼にごはんを盛り、目玉焼きをのせてからささ身・キャ ベツ・レらたき・キムチ(滴量)・糸唐辛子(滴量)を盛り 付ける

♥冬瓜スープ

- 1. 冬瓜(1/4個) を一口サイズに切り、茹でる
- 2. ひき肉(30g) を加えたらあく を取りながら中火で煮る
- 3. 鶏ガラスープの素(大さじ 1/2)、おろししょうが(少々)、 塩コショウ(少々)を加えてゆっ くり混ぜながら煮る
- 4. 水溶き片栗粉(適量)を少しず つ加えてとろみをつける
- 5. 器に盛った後、小口切りのねぎ(適量)を散らす

♥烏龍茶ゼリー

- 1. 粉ゼラチン(5g) を少量の水で戻す
- 2. 濃いめのウーロン茶(100ml) を中火にかけ、無調整豆乳 (200ml)・砂糖(大さじ4)を加えて混ぜる
- 3. 温まったら1を入れ、だまが無くなるまでかき混ぜる
- 4. 沸騰し始めたら火を止め、 鍋の底を氷水で冷やし、泡 だて器で軽く混ぜる
- 5. 容器に入れて冷蔵庫で約1 ~2時間冷やし固める
- 6. 食べる直前に、クコの実を のサ、ハチミツを少量かけ



ハルーナ「ささ身は高たんぱくで低脂肪。健康を考えて選びました」 藤咲「鶏肉は疲れた胃にもさっと入るし、いいですね」

ハルーナ「キャベツは胃粘膜修復に効果がありますし」

藤咲「キムチもちょうどぴりっとする感じで食欲をそそります。これ、 試合前にいいかも、重たくないから

ハルーナ「夜遅い場合はご飯を少なくするのも、いいかも」

藤咲「冬瓜スープは、いい塩加減です」

ハルーナ「レシピではひき肉ですが、今回は豚肉を細かくたたいて 入れました

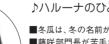
藤咲「むしろ、こっちの方がいいかもですね。このスープ、営業のみ んなに飲ませたい。夕方外回りから帰ってきたところで。汗をかいて いるからこういうのありがたいだろうなあ|

ハルーナ「デザートは、烏龍茶と豆乳のゼリーです」

藤咲「豆乳って、豆の感じ が強いけど、これはそんな に豆乳っぽくないですね ハルーナ「烏龍茶を濃く 淹れたので|

藤咲「僕は牛乳を飲まない し、豆乳も実は豆の匂いが 強いので飲まないんです。 でも、これはいい。豆乳嫌 いじゃなくなったかも **ハルーナ** [よかったです]





♪ハルーナのひとロメモ♪

- ■冬瓜は、冬の名前がついているけれど夏のもの。体を冷やし、低カロリーで、高血圧やむくみの解消に効果があります。
- ■藤咲部門長が苦手だったという豆乳は、コレステロールを抑え生活習慣病を防ぎます。だから、これからも体にトウニュー
- ■烏龍茶は、肥満予防、虫歯予防、リラクゼーション効果、ガン予防、高血圧予防。そしてはちみつは、ビタミン、ミネラルが 豊富、疲労回復、殺菌効果。さらにクコの実は、滋養強壮、目の疲れをとります。効能がぎっしり詰まった烏龍茶ゼリーを、 藤咲部門長にぺろりと食べていただけてよかったです♡。



Events

青赤横丁

暑いとはいえ、去年の夏の青赤横丁 の時よりは幾分か過ごしやすい8月3 日、味の素スタジアム南側広場で、今年 3回目の青赤横丁が開催された。FC東 京対大分トリニータ戦のこの日、東京 のうまいものと地元東京の物産品販売 のほか、会場の一角にはステージが用 意され、試合前から各種イベントで盛 り上がった。ホッピーブースでは樽ホッ ピー、黒樽ホッピーのほかに、普段はビ ンでしか飲めない調布ビールの樽牛が 飲めるとあって、行列ができた。また、 ホッピーブースの隣には赤坂本社地下 のメキシコ料理とラテン音楽の店アン べ・クァトロが出店。オーナーの萩原さ んが焼くトルティーヤで巻いた、チョ リーソ・タコスがいい香りを漂わせてい た。ホッピーとのコンビネーションも抜 群なのは、赤坂で実証済み。ホッピーを 片手にチョリーソ・タコスをほおばるお 客様の姿が多数見られた。そして、この 日もホッピーブースの前ではFC東京阿 久根社長が呼び込みをする光景も見ら









れた。そのかいあってか、試合開始の午後7時までホッピーブースの列は途切れることなく、樽は次々と空になっていった。試合は、前半に1点、後半早々にも追加点で相手を引き離し、見事勝利を収めた。こうなると、試合後もサッカーファンが広場に押し寄せる。戦いに勝利した選手たちも特設ステージに姿を現し、会場はますますヒートアップ。

勝利の余韻に浸る人たちは、ホッピーで祝杯をあげていた。さて、次は今年最後の青赤横丁。10月19日のアルビレックス新潟戦での開催となる。この日のホッピーブースには、去年豪雨のために果たせなかったホッピーミーナの登場もあるとか。嵐を呼ぶのだけは無しでお願いしたいが、何か旋風が巻き起こる予感も。乞うご期待。

未来予想図

(~ホッピーの、次のステージは、彼らの手の中に~

person 10: 今曲かずみ

「工場全体を見る仕事。|

今田のいる部署は、昨年から品質管理開発チームという名称になった。ホッピー独自の品質管理のあり方を開発していくという意味である。今田には今年から主任という肩書きがついた。責任感が強くなったと彼女はいう。もっと動かなくてはと



変化である。

品質管理開発という仕事は、工場全体を見る仕事だと彼女は考えている。「どの部署とも関連がありますし、全体を見渡すことが求められている」とも。リーダーマネジメントクラスには、経営的視点と実際の現場での対応の往復運動をた

いう意識が強まった。役職は人を育てるのか。「それはあると思います」とまっすぐ前を見る。仕事上、製造ラインの全体の流れをチェックする立場にある。だから、仮に何か問題が生じれば、いち早く気付ける。ここ数年工場の技術指導にあたるDr.カタインのもと、ホッピーの品質はさらに安定してきた。そのことは日々のサンプリングで身をもって知る今田だが、自身に銘じているのは、品質管理を通じて工場をもっとよくしていきたいということだ。それがひいてはお客様により確かで、安全なものをお届けできることにつながる。だから、工場全体を見る力を養っていきたいと思っている。場所や環境や人のちょっとした変化にいつもと違うなと気付けるような、センサーをもっと磨きたい。責任感が備わったことにも関係する心の

えずできる力が求められる。入社5年目、一通りの仕事は覚えた。これからはさらに先に進まなければならない。「弊社は、他社より3~4倍早く成長しなくてはいけませんし、その必要がありますから」と笑う。大変だけど、やりがいがあり、楽しいという。何か問題に直面した時も、相談できる仲間がいる。「みんながらを、会社をよくしたいと思う気持ちは一緒。それだけでも自分にとっては力になる」。そして、みんなががんばるっているから、私もがんばらなくちゃと思う。「誰かが動くのを待つのではなく、まず私から動かなければものごとは動かないと思います。リーダーの皆さんの協力と現場の皆さんが動いてくれることで改善がいい方向に進みます」。今田にはその働きかけという役割がある。工場の進化は、彼女が動くことで進む。



ペン先から濃いインクが出た時に思うのだ、ああ、忙しさにかまけて、日々がおろそかになっているなと。それは、ホッピーミーナにとってはひとつのアラームだ。目の前のことに心も体も奪われているときは、ペンに気持ちが行かない。それが重なると自分が疲弊してくる。それで少しペースを落とす。ペースダウンするとペンのことが気になりだす。万年筆は繊細なものだから、心がざわついているときはいじれない。気持ちが落ち着いてきた時にはじめて手入れができるなと思うのだ。

•

万年筆のインクを入れ替えるのは、心を切り替えることにつながる。たとえば世の女性たちが料理をつくることで気持ちを入れ替えるのと、同じ作用だ。たくさんのストックの中から選んだ色を、インク壜から吸い上げて万年筆を満たす。このひとてまは、心を落ち着かせる効果を伴う。多く使う色は、ロイヤルブルーかブルーブラック。それ以外にも、季節によって、春から夏にかけてはさわやかな色、秋から冬にかけては落ち着いたトーンを万年筆に入れる。ブランドやメーカーによって同系色にも差異があり、それがあるからそれぞれのインクの味わいが異なる。その明暗や色のかすかな違いは、誰に何を伝えるかや自

hi-to-te-ma

インクの、 ひとてまについて

分の気持ちの状態で、それとなく選ぶが、選んだ色に間違いはない。だから、インクの色は、心を映していると思う。

♦

そのペン先からどんな色が出てくるのがふさわしいか。それでインクを選ぶ。 それを考えるもの万年筆とインクの楽しみでもある。

ペン先の手入れをして、新しいインクでコンバータを満たす。それは、ひとつの儀式だ。忙しさにかまけて万年筆をいじれないとき、どこか日々の隅っこのほうに、心のほころびが生まれている。少し休みたいという気持ちになっている。

ようやく時間を見つけ、万年筆の手入れをする時、されいになってゆくペン 先に重なるように、心が次第に浄化されてゆく。プライマリーな状態に戻れる 時間なのだ。ひとてまをかけることで、心を整えているともいえる。

新しいインクを得た万年筆は、ホッピーミーナにとっては武器でありお守りとなる。満たされたインクは、まだ描いていない未来を内に秘めているから、美しく見えるのかもしれない。

ホッピーミーナの社員"共"育奮闘記NEO vol.19

1993年、今からちょうど20年前、私は母と連れ立っ て初めてニューヨークに行った。ニューヨークのなに もかもに、東京のど真ん中赤坂で育った私は度肝を抜 かれた。これぞ、まさに都会だと、ひたすら圧倒された。 その中にあって、ひとつだけ鮮烈な記憶として残った ことがある。マディソンアベニューのCOACH本店に 行ったときのことだ。いかにもキャリアのありそうな 女性が、使い込んだバッグの修理を依頼しにきていた。 その頃の日本といえば、女子高生でさえブランドもの のバッグを抱え、気に入らない男にもらったバッグは すぐさま中古買い取り店に持っていっては現金化する ということが横行していた。それに引き換え、目の前 の女性は颯爽としており、少々くたびれ加減のバッグ が逆に彼女の仕事ぶりを彷彿とさせ、とてもとてもす てきに見えた。ああいう働く女性になりたいと、なぜ か私は心底思った。仕事を辞めたばかりだというのに。 それはともかく、仕事をする女性としてのマイルス トーンを、私はここに定めた。それが、私のニューヨー クの原体験である。

時は流れて、2012年1月。ボストンから一通のメールが舞い込んできた。現地で飲食店を営む日本人の方から、ボストンでホッピーを扱いたいという問い合わせだった。ありがたいことだがこうした問い合わせはよく頂く。ただ、この時、私は何かかすかに予感がした。一度お会いしてみようという気にさせる何かがあったのだ。その年の5月、私は大森GMとボストンを訪れ、メールの主にお会いした。海外でホッピーをお取り扱い頂くにはクリアしなければいけない様々な要件がある。このときはメール主の方もホッピーの導入をあき

らめざるを得なかったのだが、ボストンの次にニューヨークに行くという私たちに、彼は一人の人物を紹介してくれた。「ニューヨークに行くなら、彼に会っておくのに損はないですよ」。確か、そんな言い方でご案内を受けたと思う。ニューヨークの彼は、キヨ・シノキさんといって、ノーホー地区のボヘミアンというレストランの方。東京を拠点とするPLAY EARTHという会社が運営している店だった。かつてはアンディ・ウォーホルが所有していたという建物をリフォームしたその店は、何とも居心地のいい雰囲気で、またシノキさん



もとても波長が合う人で、またたくまに打ち解けることができた。そのときはすぐに日本に戻らなければならなかったが、シノキさんは「次にこちらに来た時に、 酒ソムリエを紹介するよ」と言ってくれた。

私が次にニューヨークに飛んだのはその年の暮れだった。日本酒ソムリエのChizukoさんは、酒どころ秋田のご出身でニューヨークで日本酒の普及に力を注いでいる女性だった。日本の蔵元がニューヨークで日本酒のイベントを開く時には、決まって彼女の力を借りるほどの人物だ。私たちはたちまち意気投合した。私は思い切って、ニューヨークでホッピーのイベントが開きたいが力を貸していただけないかと、持ちかけ

た。そして、今年の2月、Chizukoさんは東京赤坂にいた。ホッピーののぼりが連なる夜の待ちを歩いて、このメーカーならと初めて私の申し出にオーケーしてくれた。日本でがんばっていないメーカーが活路を見出すために海外進出をもくろむことを、彼女は否定する。地元で愛されていないものが他所の国で愛されるはずがない。こうして、発売65周年のニューヨークイベントの目鼻がついた。その後私は再びニューヨークに飛び、ノーホー地区のボヘミアンの階上にあるオフィスを借りた。その際、ここでは多くは書けないが神風が吹き、ホッピーをたくさん現地に持ち込むことができ、皆さんにホッピーをお飲み頂くことができた。Chizukoさんにはニューヨークの飲食店をご紹介頂き、それらのお店からホッピーイベントへの協力も取り付けることができた。最初は細い一本の糸だった

ろん私はニューヨークが大好きだが、私に同行して数度渡米した大森もまたニューヨークに大いなる刺激を受けていたようだ。今後、社員の成長のきっかけの一つとして私はニューヨークを活用させていただくことができればと思っている。

会社を強くする。それが、今回のプロジェクトを通して浮かび上がったテーマだった。例えば、日本ではホッピーが東京ローカルで、なおかつダサいものというイメージがまだ残っている。ところがニューヨークで通用するみたいだということがわかれば、それでホッピーはブランドとして強くなることができる。実際、先入観のないニューヨーカーが、イベントのポスターを見ながら「Hoppy,Happy.」と通り過ぎていったり、ホッピーは思いのほか現地にすんなり受け入れられた。考えてみれば、ホッピーの壜の形はそもそもア

行く度に刺激を受ける憧れの街に、いつしか友達ができ、オフィスの鍵を手にし、仕事の仲間を得る。そして、気づけば、ホッピーはニューヨークにすんなりと溶け込んでいた。私たちが心配するまでもなく。この街の包容力を、会社を強くするために使わせてもらえたら、どんなにかいいだろう。そんな夢を、私はこの街にもらった。

ものが、紡がれ、織られ、広がりの形を作った。友達も 知り合いもいないニューヨークで、こうしてホッピー の65周年イベントが3店舗で行われ、私にはこのプロ ジェクトに関わってくれた10人ほどの仲間ができ、延 べ100人ほどのお客様においでいただくことができた。

私は間違いなく、ホッピーの新たな扉を開けたのだと思う。この先、どんな形になるかは、わからない。未知数だけれども、だからこそ、丁寧にこの芽を育てていきたいと思っている。ただ、ひとつだけ申し添えれば、私はニューヨークにマーケットを広げようと思っているのではない。大手企業の海外進出と同列に扱っていただくほど、弊社に力があるわけではない。もち

メリカのビールのものであり、ロゴにしてもそこから 発想されたものだった。つまり、ルーツの一つはアメ リカにあったともいえる。ホッピーの源流を辿り、か つて長野を旅したが、アメリカにも源流があったのだ。 そうしてみると、ホッピーとアメリカの親和性は元々 内在していたのだと、今更ながらに気づかされるので ある。なんということだ。ようやくそれに気がついた かと、天のほうからささやく声が聞こえてきそうだ。 そんなことを、帰国してから考えるようになった。こ の子はどこまでいくのだろう。そして、ホッピーのア メリカでの続きは、どうなるのか。私自身もわくわく しながら行く末を楽しみたいと思っている。



2013年 9月11日 OPEN!

大衆酒場 赤坂ニサシ

東京都港区赤坂3-6-12山翠会館1F 電話: 03-6441-0058 営業時間: 17:00~23:00(土日祝定休) お取り扱い商品: ホッピー、黒ホッピー

MixMixMix カレンダー



り月 ホッピー×NY

10^月



告 知

★10月19日(土) **吉赤横丁**

時間 未定

会場 味の素スタジアム 南側広場

販売商品 樽ホッピー・黒樽ホッピー、調布生ビール

★10月20日(日)

慶應三田会大会

時間 未定

会場 慶應大学三田キャンパス

販売商品 樽ホッピー・黒樽ホッピー、ガラナ

編集後記

有り難くも幾重のご縁を授かり、NYにて、ホッピーの発売65周年をお祝いさせていただきました。65年前に祖父が刻んだホッピーの第一歩を追体験させていただいていると感じます。この貴重な経験を東京でのお仕事に必ず活かして参ります。どうもありがとうございました。(37)

いつもご愛顧いただき誠にありがとうございます。今号では、取材を通じて様々な場所に行き、多くの方からたくさんの教えを頂きました。皆様への心からの感謝を込めて今号をお贈り致します。(KMi)分け入っても分け入っても青い山なのだなあ。山から下りたくても、

分け入っても分け入っても青い山なのだなあ。山から下りたくても、 青い山が立ちふさがるのだなあ。と、体力が尽きた山の奥で思った。 危機的状況でも空は晴れ晴れとすがすがしい。(to)

Hoppy Magazine(ホッピーマガジン)

第28号(隔月発行) 2013年9月発行

印刷

編集長 石渡美奈 編集 浅見季美子 CD 齊藤利也

制作 サイトウスズキ事務所 デザイン 三門真嗣デザインスタジオ 発行 株式会社ホッピーミーナ

〒107-0052 東京都港区赤坂2-15-12

© 0120-5137-88 www.hoppy-happy.com 株式会社和田フォトリス印刷