

蔵元の味に女子学生の感覚 プラス

日本酒カクテル 共同開発

県立大大学院(神戸市西区)と神戸親和女子大(同市北区)の学生が小西酒造(本社・伊丹市)と共同で開発した日本酒ベースのカクテル「にゅーはーふ」。日本酒になじみの薄い若い女性へのターゲット拡大を目指した商品は、薄いピンク色にバラの香りのする、名前通りのインパクトを与える。日本酒の常識に立ち向かった学生の挑戦と、伝統に裏打ちされた蔵元の心意気が、期待の「異端児」を生み出した開発秘話をたどってみた。【石川貴教】



岩佐真実さん 佐々木菜緒さん 土井みなみさん

「にゅーはーふ」の開発は、県立大大学院の授業の一環として10年に始まった。「若い女性向けの日本酒」というコンセプト

若い女性ターゲット「かわいい」味、香り追求

プトを打ち出したが、メンバーの4人全員が男子学生だったことから、「女子学生の力も借りた方がよい」と担当教員が授業を持っていた親和女子大の学生3人も加わるようになった。

「おっさんくさい」「苦そう」「二日酔いがひどそう」。プロジェクト発足後、同大の20歳以上の254年生計118人を対象に実施したアンケートの結果は、ハードルはあまりに高かった。そんな日本酒の否定的なイメージを打ち消すため、たどっていた結論が「甘いけれどすっきり飲みやすい」。学生が取り組んだベースの味作りは、日本酒に10種類以上のハーブティーを組み合わせたなど試行錯誤の連続だった。そんな中、ハーブティーと偶然一緒に購入したバラなどのジャムを混ぜてみると、求めていた味があった。

ただ、ジャムをそのまま



学生らが開発した日本酒ベースのカクテル「にゅーはーふ」

試行錯誤2年、小西酒造発売

ま商品に使うと濁ってしまつたため、商品としては適さない。小西酒造の担当者が行き着いたのが、オレンジ果汁だった。薄いピンク色も「合着色料でもかまわない」と特にこだわらなかつた学生に「天然色素でないとコンビニなど小売店が商品を置いてくれない」という小西酒造のプロジェクトで、野菜色素が採用された。

最大の関門は「かわいい」。味、色、香り、パッケージ、全てで若い女性に受け入れる絶対条件は「かわいい」と、学生がこだわり続けたテーマだった。ただ、この「かわいい」は、酒造り一筋で極めてきた小西新太郎社長をはじめ、小西酒造サイドには伝わりにくい感覚だった。「かわいいとは何か」。意義を伝えようと、スカートも持ち込みながら学生の説得が続いた。「こんな方がいいんじゃない」。最初

は首をかき上げていた小西社長も、学生の熱意に自然とうなずいていた。今年3月、開発に2年をかけた「にゅーはーふ」の発売が始まった。開発に関わった神戸親和女子大4年の土井みなみさん(21)は「子どもが生まれる前は、子どもが生まれた感じがした」と振り返る。同大4年の佐々木菜緒さん(21)は「わいわいしながら飲んでほしい」。県立大大学院修士2年の岩佐真実さん(22)も「女子会の起爆剤を担ってくれれば」と期待を込める。小西酒造マーケティング部の滝本昌美さん(37)は「日本酒の良さを生かさないと『小西で作る意味がない』と思った。お酒の楽しみを知るきっかけになれば」と話した。同社の直営店やホームページ、一部のスーパーなどで発売中。問い合わせは同社お客様相談室(072・782・5251)で平日午前9時〜午後5時。