プロジェクトレポート

学生チームによる小豆島プロジェクトの活動記録

――赤しそクラフトビール商品化までの産学連携と学生の成長の軌跡――

中　川　啓　子

Ⅰ．はじめに

追手門学院大学成熟社会研究所の学生研究員らが企画から仕込みまで関わった，赤しそクラフトビール「しそとことん」が2020年10月15日に発売開始された（酒税法上は発泡酒となる）。本学のある茨木市の名産・赤しそ（見山地域の特産品）を副原料に，小豆島のビール醸造所である「まめまめびーる（小豆島町坂手）」が製造した，茨木市と小豆島のコラボ商品となっている。

この一連の企画は，「小豆島プロジェクト」として2016年に始動した成熟社会研究所の研究調査活動が一つの形となったものである。

プロジェクトでは最初から商品開発やビール作りを目的にしていたわけではない。学生と島民との関わりから生まれた思いや苦労が，結果的に茨木市と小豆島の「コラボクラフトビール」という形で実を結んだのである。

このレポートは，約4年半に及ぶ小豆島プロジェクトを振り返りながら，「しそとことん」の商品化から流通までを記すと共に，関わった学生研究員たちの活動と成長の軌跡を追うものである。

Ⅱ．第1期調査（2016年度）

2-1．共同研究によるIターン・Uターン調査

プロジェクトの始まりは，2016年10月に遡る。

成熟社会研究所が，小豆島地方創生有識者懇談会の運営事務局であった株式会社メッツ研究所との共同研究調査として，学生による島民インタビューとフィールドワークを実施したのが最初である。

小豆島（香川県）は瀬戸内海では淡路島に次ぐ面積を持つ島で，オリーブやごま油，素麺などの特産品が全国的に有名である。また，茨木市と小豆島町は姉妹都市という関係でもある。

※1988年（昭和63年）10月2日，茨木市と香川県内海町（現在の小豆島町）が提携。

その小豆島を対象に，共同研究では，学生（都会に住む若者＝島にとって観光客であり将来的なIターン者候補）が島をどう見て，どう感じるかをテーマに据え，当時の2年生6名（男女各3名）がグループに分かれて島のIターン者・Uターン者を対象としたインタビュー調査を行った。

実はこの調査の際に，後に「しそとことん」の製造を行うまめまめびーるの中田雅也氏と出会い，インタビューも実施していたが，この時にはまだビール作りという話は全く出ていなかった。

学生メンバーは，調査を通じて小豆島の風景・産物・島民の魅力に触れ，調査結果については，学生が中心となって『若者からみた小豆島の生活，芸術祭，Iターンについて～その課題と可能性についての調査研究 報告書』としてまとめ，先に述べた有識者懇談会に提出した。

2-2．学生の自主的訪問

この時に調査に関わった6名の学生は，それぞれ4名と2名の友達グループであったが，4名グループの学生ら（男女各2名，初代メンバーと呼ぶ）は，調査をきっかけに小豆島に惹かれ，翌2017年10月，プライベートで小豆島に旅行している。島では調査の時にインタビューをさせていただいたIターン者の方々（まめまめびーるの中田氏を含む）と再会し，島を案内していただいたり，泊めていただいたりして，随分とお世話になったことを後から聞いた。旅先で島の話も色々と教えていただき，その中で，学生らは，島の伝統的行事である「秋祭り」の担い手不足の問題に強く関心を持った。

「秋祭りの担い手不足の解消を，自分たち学生が手伝えないか」

その思いを学生から聞き，成熟社会研究所として，小豆島との連携プロジェクトを再び実施する方向に動くこととなった。

Ⅲ．第2期調査（2017 ～ 2018 年度）

3-1．祭りからビール作りへ

2017 年度末から，1 期調査時と同じく株式会社メッツ研究所との共同研究調査という形で，2 期調査がスタートした。

2018 年 3 月，プレ調査として小豆島に渡り，「秋祭り」をテーマに絞って，ある集落の祭りの中心的担い手や町役場の担当者など，関係者を中心にヒアリングを行った。しかしここで目の当たりにしたのは「島外の若者が伝統行事にいきなり参加することは難しい」という，ある意味当たり前とも言える現実であった。ここで一つの壁に突き当たった学生メンバーであったが，その後程なく，彼らから新たな企画が提示された。

それが，「小豆島でビール作りをする」という，「しそとことん」開発に繋がるプロジェクトであった。

祭りへの参加がすぐには出来ないことが判明し，次の展開を考える学生らに，まめまめびーるの中田氏から「よかったら一度うちでビールでも作ってみないか」という提案があり，学生は二つ返事で承諾した。このビール作りを，島との信頼関係を築くきっかけにしたいと考えたのだった。自分たちが掲げた「祭り」というテーマを一度見失い，学生メンバーが落ち込み，次の展開を考えられなくなるのでは，との心配は杞憂に終わった。

茨木市と小豆島町が姉妹都市であることから，学生からは茨木市の特産品を使ったビールにしたいとの希望があり，「見山の赤しそ」を提案したのも学生メンバーだった。併せて，クラフトビールをテーマとしたイベントへの出店も目標の一つとして加わった。

3-2．地場産業調査の実施

ビールの企画が立ち上がるとともに，島の様々な地場産業を巡る調査も行われた。これは，プロジェクトの本来の目的である「秋祭りに参加するための島民との関係づくり」や「島の活性化」に繋がるものとして，学生が島の地場産業や生活を体験・体感する「産業体験インターンシップ」なども検討していきたいと考えたからである。

2018 年度は 7 月と 9 月にそれぞれ 1 回ずつ島に渡り，佃煮製造業，製塩業，宿泊業などに関わる方々を訪れ，ヒアリングと見学をさせていただいた。どこでも概ね，若者が島に関わっていくことには好意的・積極的であった。

3-3．次代への引継ぎ

また，この年の 10 月に開催された本学の大学祭（将軍山祭）の学生プレゼン大会では，プロジェクトメンバーが出場し，見事優勝している。寸劇を交えた楽しく分かりやすい発表で，小豆島の魅力とビール作りの企画を在学生らに伝えた。

2019 年 3 月，4 回生であった初代メンバーは卒業を迎え，彼らの後輩であった新 3 回生に活動は引き継がれることとなった。

Ⅳ．クラフトビール企画発案へ（2019 年度）

4-1．ビール作りの始まり

2019 年度は，ビール作り企画を実現するため，その具体化に向けて動いた年であった。二代目となった 3 回生 4 名（男女各 2 名）は，先輩である初代メンバーと元々面識があったことで，多少の話は聞いているものの，4 月の時点では小豆島のこともビール作りのことも具体的にはほとんど分からない状態からのスタートであった。

そこでまず島を訪問し，関係者の方々と会って話し，小豆島を体感・実感することから，活動は始まった。

4 月の訪問では，まめまめびーるの中田氏との打合せや，島民ヒアリング，現地フィールドワークを経て，次第に島を知り，ビール作りを具体的にイメージできるようになった。

4-2．秋祭りの見学調査

また，10 月は秋祭りの時期に訪問し，実際に祭りを見学し，同じく島との連携活動を推進している香川大学の学生とも交流することができた。目の前で繰り広げられる秋祭りの迫力を感じながら，改めて，プロジェクトの目的を認識したのではないだろうか。

4-3．副原料としての赤しそ

ビール作りについては，副原料の調達と下処理が，この年の大きな出来事であった。

副原料である赤しそは，6 ～ 7 月に収穫期を迎える。7 月，見山の郷施設交流組合（茨木市）の協力を得て赤しそ 16kg（根・茎付き）を入手し，大学の会

議室を使って，学生メンバーが約 3 時間，葉を茎から外す下処理作業を行った。これには著者も参加したが，赤しその香りに包まれながらも指先がしその色素で真っ黒になり，取っても取っても終わらない，地道な手作業であった。外した葉は，新聞とビニールで包み，冷蔵便にて島に直送した。

7 月はビール最盛期かつ繁忙期にあたり，まめまめびーるですぐに試作には入れないとのことで，赤しその葉は冷凍状態で翌年 2 月まで出番を待つこととなった。

4-3. その他の取り組み

この間，先に述べたように学生らは島に秋祭りの見学調査に行き，成熟社会研究所は中田氏を本学に招いての学生メンバーとの座談会（シェアラボ I ターン起業家編 2019.12.17）を開催している。

また，日本離島センターの「令和 2 年度 離島人材育成基金助成事業（活動助成型）」にも応募し，採択され，2020 年度の活動資金として，助成金を獲得した。

新メンバー参入の動きもあった。二代目メンバーから声を掛けられた当時の 2 回生 5 名が，三代目メンバーとして加入，商品化に向けて二代目と三代目の計 9 名で進めていくこととなった。

Ⅴ．商品化に向けて（2019 ～ 2020 年度）

5-1. ビールの仕込み作業

2020 年 2 月，いよいよ赤しそビールの仕込みを開始することとなり，二代目・三代目のメンバーのうち 8 名が小豆島のまめまめびーるを訪問した。3 月からは新型コロナウイルス感染拡大の影響で学生の課外活動なども制限されたため，2 月のこの時期にギリギリのタイミングで仕込みに参加できたことは幸運だったとしか言えない。

まめまめびーるでは，「しそを洗う」「麦芽を粉砕する」「釜で煮て混ぜる」「赤しそを入れて茹でる」といった一連の仕込み作業に関わらせていただいた。学生にとっては全てが初めての体験であり，実際のビール作りというものを学ぶ機会にもなった。

最初に抽出された赤しそビールはオレンジがかった色味で，まだ冷えておらず温かな状態だったが，爽やかな風味で飲みやすかったとのことだった。



図 1　出来立ての赤しそビール



図 2　麦芽粉砕作業を手伝う学生（Instagram より）

5-2. 商品名とラベルデザイン

商品化にあたって，重要なものの一つが「商品名」である。

赤しそビールの名称である「しそとことん」は，学生メンバーの一人が名付け親となった。「しそをとことん（ふんだんに）使ったビールだから」という意味を込めてのネーミングで，聞こえもよく，また，ひらがな表記で優しいイメージの名前となった。

また，ビールラベルのデザインも学生が担当した。二人の学生から出されたデザインイメージを合わせ，まめまめびーるでラベルにしていただいた。赤しそをモチーフとし，その香りが伝わってくるような柔らかく親しみやすいラベルが出来上がった。



図 3　完成した「しそとことん」とラベルデザイン

Ⅵ . 販売・広報活動（2020 年度）

2 月末に仕込みが完了したビールは，330ml 瓶にして約 250 本分（試飲用を除く）の分量であった。3 ヶ月程度寝かせた後，6 月頃から発売を予定していたが，コロナ感染拡大が収まる様子は無く，醸造元のまめまめびーるもその影響を受けた結果，赤しそビールの販売は秋頃まで待つこととなった。

6-1.　SNS 等による広報活動

学生の方も対外活動が制限される中，まだ現物が手元に無い状態での営業活動は難しく，発売できるまでの期間は SNS などを使った広報活動の準備と実施を中心に進めることとした。

SNS として新たに立ち上げたものは，「Instagram」「Twitter」「Facebook」の 3 つである。【茨木×小豆島コラボプロジェクト】というアカウントを設定し，「しそとことん」の宣伝はもちろんのこと，ビール作りのレポート，先輩メンバーから伝え聞いているプロジェクトのこれまでの活動，小豆島の PR などを投稿している。プロジェクトの認知度を上げるとともに，小豆島のファン拡大につなげたいと考えている。

また，プロジェクトの PR チラシや，ビール宣伝に特化したチラシの制作も行い，メンバーがデザインを担当した。



図 4　学生が作成したビールのチラシ
（左上のマークは SNS のロゴマーク）

6-2.　営業活動と販売店舗の確保

スローペースで活動を継続する中，9 月に試飲用のビールが届き，いよいよ発売に向けた段取りが整ったということで，販路獲得に向けて動くこととなった。店舗訪問は，過去に追手門学院大学の「日本酒プロジェクト」で関係のあった地元茨木市の酒屋「かどや酒店」を訪問するところから始まったが，店主のご好意で程なく販売取り扱いが決まった。こちらのお店には，販売だけでなく，取材やイベント出店にも繋げていただき，大変お世話になった。

小豆島のまめまめびーるでの店舗及びオンライン販売は 10 月 15 日，茨木のかどや酒店での店舗及びオンライン販売は 11 月 12 日，それぞれスタートした。茨木市内での販売価格には送料などが上乗せされることで通常のクラフトビールよりは高額の値段設定となっていたため，どこまで購入してもらえるだろうかという懸念はあったが，店舗に掲示したポスターなどの効果もあったのか，最終的には 2 ヶ月ほどで在庫はほぼ完売した。

6-3. 各種メディアからの取材対応

またこの間，取材も複数受け，以下のような媒体に紹介記事が掲載された。

・大学ジャーナルオンライン (WEB 2020.10.27)
・サンケイリビング北摂版 2020.11.20 号
・いばらきジャーナル（WEB　2020.11.20）
・日経新聞「キャンパス発この一品」（2020.11.25 朝刊）

大学内での動画や広報誌の取材も受けており，動画は Youtube の追手門学院大学公式チャンネルで配信され（2021.2.10 時点の再生回数は 608 回），広報誌「BRIDGE」については次年度の春頃に発行される号に掲載される予定である。



図 5　動画による配信
（追手門学院大学公式チャンネルより）

6-4. いばらき青空マルシェでの販売活動

販売数こそ多くはないが，販売活動として印象に残るのは，茨木市民会館跡地の IBALB@ 広場で開催された「いばらき青空マルシェ（茨木市主催）」での出店である。開催日の 1 週間前に急遽決まったため，学内での手続きなどを急ぎ何とか学生の活動許可を取り付けた。出店者のカフェ店舗前の場所をお借りして，感染対策をしっかり行い学生メンバーが 35 本限定で販売した。

酒販免許の関係で，開栓して販売することが必要だったこともあり，昼間の親子連れが多いイベントではなかなかアルコールは売りにくく，売上本数は最終的に 31 本であった。しかし飲んだ方からは好評であり，持ち帰りができるならもっと買いたいと言う人もおり，市内のどこで売っているのかと尋ねられることもあった。

販売をしながら，先に記載したビールのチラシや小豆島の観光協会から取り寄せたパンフレットなども配布し，広報活動に努めた。



図 6　いばらき青空マルシェでの販売風景



図 7　いばらき青空マルシェでの販売風景

6-5. 授業での取り組み

メンバーの一人は大学の授業で小豆島プロジェクトを取り上げた（地域創造学部「地域づくりと環境」2020.10.20）。小豆島と茨木市の関係性から，現在の取り組みと今後の展望までをまとめて，幅広く紹介し，受講した学生からは「姉妹都市であることを初めて知った」「小豆島に興味を持った」といった声が寄せられた。これもまた，プロジェクト周知および活動発展の一助となったといえる。

6-6. 産学連携サロンでの発表

2021 年 1 月 19 日には，オンラインで開催された産学連携サロン（茨木市主催）において，学生メンバー 3 名と著者が発表を行った。「茨木市×小豆島町 赤しそクラフトビールができるまで」と題して，2016 年からのプロジェクトの軌跡，ビールづくりや広報販売

活動と今後への思いなどを，参加した大学の産学連携関係者や地元企業の方々に伝えることができ，反応は上々であった。発表に向けて行ったプレゼン練習では，原稿を読んで固くなりあまり自分の言葉で話せていなかった学生メンバーであったが，いくつかのアドバイスを伝えた後，本番では見違えて生き生きとした発表を行ったことは印象深い。

発表を担当した3年生の学生3名は，後に次のような感想を寄せている。

学生A「これまでのプロジェクトを振り返ることができたのと，色々な方から質問や，感想をいただく中で，なぜやっているのかを改めて考えるいい機会になったので，参加してよかったです」

学生B「伝えたい事を伝わった事が一致することはなかなか難しいと感じていたが，今回の発表ではしっかりと伝わったので嬉しかった。プロジェクト活動が少しずつ地域の中での話題になっている実感がしたので，今後も精力的に活動していきたいです」

学生C「今まで，プロジェクトを知らない人たちでさらに大人の方達に評価していただける事がなかったので，すごく刺激的で，さらにやる気が増しました。話すのも緊張しましたが，とてもいい経験になりました」

Ⅶ．今後に向けて

小豆島プロジェクトは今後，次の3つを目標に進めていくこととなる。

①プロジェクトの維持継続
②秋祭りへの参加
③小豆島でのインターンシップの実施

①については，このプロジェクトが茨木市と小豆島の関係をつなぐ存在であり続けるため，まずは新規メンバーへの引継ぎをしっかり行うことと，ビール作りの次の事業を何か創出することが必要となる。

②③については，「OB名刺の開発」「Uターン者との連携強化」「学生研究員主催セミナーの開催」などを実施して目標に近づいていきたいと考えている。

OB名刺はこれまでプロジェクトに関わった卒業生メンバーが使うもので，小豆島の「関係人口」となり交流を続けてもらいたいという思いがある。また島に強いこだわりを持つであろうUターン者と連携することによる新しい展開も考えたい。さらにインターンシップ実現に向けて大学内でセミナーを開催することで，学内に新たな「小豆島ファン」を生み出していく。

大阪の大学に通う学生が，小豆島を訪れる時に，「ようこそ」から「おかえり」と言われるような存在になり，新しい島民としての仲間入りができるような，そんなシーンを目指して，プロジェクトは来年度も続いていく。

これらは全て，学生メンバーが考え，立案しているプランである。

成熟社会研究所のプロジェクトでは，学生の意向や活動を尊重し，様々な場面で学生自身が思考して動くように，教職員があまり多くの口出し・手出しをしないことを心がけている。たとえ失敗しても，悩みながら再挑戦し，解決の道を探ることが，成長につながると信じている。

小豆島プロジェクトにおいても，例えば島を訪問して行うフィールドワークの際に，初回は教職員が同行するが，その後は基本的に学生だけで島に渡る（旅行保険等の必要な保障は手配し，何かあればいつでも連絡は取れる体制にしている）。対外交渉も基本的に学生が行う。成熟社会研究所には活動報告と収支報告がなされるシステムである。

また，本プロジェクトは授業やゼミなどにはあたらない，完全な課外活動で，単位にはならない。それでも学生メンバーが自分たちの時間を使って活動に参加するのは，プロジェクトを自分ごととして捉え，楽しんでいるからだと感じる。

「自分たちに任されている」
「自分たちで考えて行動しなければいけない」

学生がそう認識することで，考え方や行動がワンランクも2ランクも成長していく現場を何度も見ている。

小豆島プロジェクトは，これからも後輩の学生に引き継がれながら，ゴールを目指して発展し，関わる学生自身もまた大きく成長していくであろうと，考えている。

謝辞

赤しそクラフトビール「しそとことん」の実現に向けて，多大なるご協力をいただいた，まめまめびーるの中田夫妻，見山の郷施設交流組合の皆様，かどや酒店の角本稔様，小豆島町の皆様ほか，関わってくださった多くの皆様に，厚く御礼申し上げます。

【資料編】

■メディア掲載情報など

大学ジャーナルオンライン

「追手門学院大学，地元・茨木市と姉妹都市の小豆島町を繋ぎ赤しそのクラフトビールを商品化」（2020/10/27）

https://univ-journal.jp/59524/

リビング北摂 WEB

「追手門学院大×姉妹都市が特産品で新商品を開発」（2020/11/19）

https://mrs.living.jp/hokusetsu/event_leisure/article/4023015

いばジャル

「姉妹を結ぶ赤いしそ。クラフトビール「しそとことん」できました！」（2020/11/20）

https://ibajal.com/gourmet/20201120siso/

日経新聞朝刊

赤シソ配合クラフトビール（追手門学院大）～シソに「とことん」こだわる（2020/11/25）

https://www.nikkei.com/article/DGKKZO66572260U0A121C2T

■ SNS　茨木×小豆島コラボプロジェクト

【Twitter】

https://mobile.twitter.com/sdpotemon

【Instagram】

https://www.instagram.com/sdp.otemon/

【Facebook】

https://www.facebook.com/sdp.otemon