福島県

福らんしょ

Fukuransyo , Fukushima
Japan

「福島」と「台湾」がつながり
そして”福“が来る

二〇一一年に東日本大震災によって福島県はとても大きな被害に遭いました。
その中でも海岸側の浜通り地域の被害は大きく、
そのまま会社をたたんだ企業は沢山あります。
元いた場所から移動して新たな場所で事業を再開した企業は、
これまでの伝統を残しつつ新たな未来へ向けて挑戦しています。

台湾はどの国よりも早く支援していただいた国の一つであり、
福島県民にとって特別な国です。
「本当にありがとうございました。」
今年、台湾への福島の食品の輸出が十一年ぶりに解禁され
食品を通して再び台湾の方々と繋がるきっかけができました。

台湾の方々に福島の「魅力」が少しでも届きますように。
そして皆様に「福」が届きますように。

53沖島福 53

Fukuransyo, Contents Introduction

01 Projects

福虎添藝

02 Interview

合資会社 旭屋

株式会社 菅野漬物食品

大内安男商店

Projects

福虎添藝

fu hu ten i

大堀相馬焼の四窯元と、
台湾・臺虎精釀が出会い
誕生した、日本と台湾の食の
新しい共同ブランド。

福虎添藝の考えと目指すもの

美しい貫入の青ひび、淡い色合い、丸くて瓢箪（ひょうたん）を思い出させるような優しいフォルムのビアタンブラーで、ほんのり日本のお酒を思い出させてくれるようなクラフトビールを味わう。夏の至福のひと時。そんな夏にぴったりのビアタンブラーとクラフトビールは台湾のクラフトビールメーカー臺虎精釀（タイフーブルーイング）と福島県の伝統的工芸品、大堀相馬焼のコラボレーション企画により生まれました。

福島県は東日本大震災を経て、今年で十一年目を迎えます。様々な支援事業により、ひとつひとつ復興し再建をしてきました。このビアタンブラーの生まれた産地、福島県浪江町も古くは江戸時代から陶器の町として栄えてきましたが、東日本大震災で被災。２３軒あった窯元は、浪江町を離れることを余儀なくされ、半数以下になってしまいました。

現在は新たな地で事業を再開している窯元の人達。３００年以上の歴史をもつ伝統的工芸品、大堀相馬焼の特徴「青ひび」「走り馬」「二重焼」など伝統の技法を引継ぎながらも、それぞれの個性やエッセンスを加え、今のライフスタイルに沿ったモノづくりに挑戦されています。

そして、このコラボレーションを美味しい食文化で彩ってくれたのが、台湾のクラフトビールメーカー臺虎精釀です。クラフトビールを愛す、若い世代のメンバーで２０１３年に設立した臺虎精釀は、地元台湾のクラフトビールを作りながら、独自のクリエイティブで魅了し、台湾の若い世代に高い支持を得ているブランドです。

大堀相馬焼と臺虎精釀が出会ったことで、日本サイドは臺虎精釀の醸造技術や台湾の晩酌文化を知り、台湾サイドは大堀相馬焼の伝統技術「二重構造」がビールを美味しい状態に保つ事ができる事を知りました。日本と台湾の「器と食」の飲食文化を掛け合わせながら、窯元と醸造のモノづくり職人同士の技術を磨き、融合しながら、一年をかけて出来上がったビアタンブラーとクラフトビール。お互いを尊重しながら、高め合いながらモノづくりをする。そして、日本と台湾がお互いの販路を支え合い、進めて行く。そんな共同のブランドが今回発表した「福虎添藝」です。

プロジェクトの全体像

福虎添藝は日本の経済産業省がおこなう「ふくしまみらいチャレンジプロジェクト」という事業の一環としてできあがったブランドです。ふくしまみらいチャレンジプロジェクトは、東日本大震災で被災された福島県浜通りエリアの事業者の事業再建、再生を支援する事業です。福虎添藝は台湾デザイン研究院の協力のもと、運営・ディレクションを本田屋本店が、全体運営・販路開拓・アートディレクションをセメントプロデュースデザインが行っています。大堀相馬焼の４窯元「錨屋窯」「京月窯」「あさか野窯」「陶徳窯」によるビアタンブラーと台湾の臺虎精釀によるクラフトビールが国境を超えてコラボレーションすることで、相互の文化を理解し合い、尊重し合うものづくりを実現し、両国双方への販路開拓を目的としています。

今の暮らしの大堀相馬焼

大堀相馬焼は約３００年間、手仕事の技を極めた職人が今の世代へ脈々とつなげてきた福島県の伝統的工芸品です。

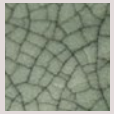
大堀相馬焼には３つの特徴があります。

1 走り駒（別名:左馬）

「右に出る者がいない」という意味から福島では縁起物として親しまれています。

2 二重焼き

日本では大堀相馬焼にしかない二重構造の技法です。



3 貫入

焼成後の冷却時に生じる釉のひびの模様のことです。

震災で被災にあった窯元は、それぞれの窯元が別々の新たな土地でこれらの伝統技法を継承しながら、新たな作風に挑戦しています。現代の大堀相馬焼は、伝統的スタイルのルーツを大切にしながら、環境や今のライフスタイルに合わせてカタチを変え、進化し続けているのです。

プロデューサーに聞く「福虎添藝」のネーミング

「福虎添藝（ふーふーてんいー）」というブランドネーミングは、中国語の諺で「如虎添翼（ルゥーフゥーティェンイー）」まるで虎に翼をつけたようである」の語源から福島の「大堀相馬焼」と台湾の「臺虎精釀」が出会うことで、お互いに作り手としての技術（藝）を高め合い、より一層良いものをつくっていきたいという想いが込められています。福島県の頭文字を表す「福」と臺虎精釀のロゴの「虎」を、掛け合わせたネーミングとマークで、コラボレーション企画を表現しました。馬と虎が今にも共走しそうな、力強いロゴマークです。

デザイナーに聞く
ビアタンブラーのデザイン

大堀相馬焼の困難に立ち向かい常に進化し続けていこうと駆け抜ける姿勢。臺虎精釀のブランドコンセプトである新しい文化を積極的に取り入れようとする前向きな姿勢。そんな大堀相馬焼と臺虎精釀、相互の姿勢と文化を理解し合い、尊重し合う様子をカップを通してユーザーの方々に少しでも感じていただけるように、各窯元の想いが込められた究極のビアタンブラーにすることを意識しました。

四つのカップそれぞれに、大堀相馬焼の象徴である「走り駒(たてがみ)」と臺虎精釀の象徴である「虎(縞模様)」が、共に未来へ駆け抜けていく様子を各窯元の個性的な釉薬の塗りで表現されています。カップのフォルムはどれも共通して大堀相馬焼の特徴の一つの「二重構造」にしました。二重構造は保温効果があるので、長い時間ビールを美味しい状態に保つことができます。フォルムは、臺虎精釀の虎のロゴマークでも使用されている瓢箪(ひょうたん)型の独特なフォルムにしました。常に触れていたくなるような丸みを帯びたフォルムは、ビールが注がれる内形でも採用し、クラフトビールには欠かせない「香り」をより際立たせます。

お客様になるべく負担にならないようなカップの重さを考慮したつくりは、窯元にとっては、とても難しいフォルムで、普段はあまりやらないデザインになっています。台湾の方々に大堀相馬焼の魅力を最大限に感じてもらいたい。大堀相馬焼が進化していく様子を感じていただきたいという想いから、何度もトライアンドエラーを重ね、出来上がった至極の逸品です。仕上がったそれぞれのデザインとフォルムについては下記をどうぞ!

あさか野窯　陶徳窯　錨屋窯　京月窯

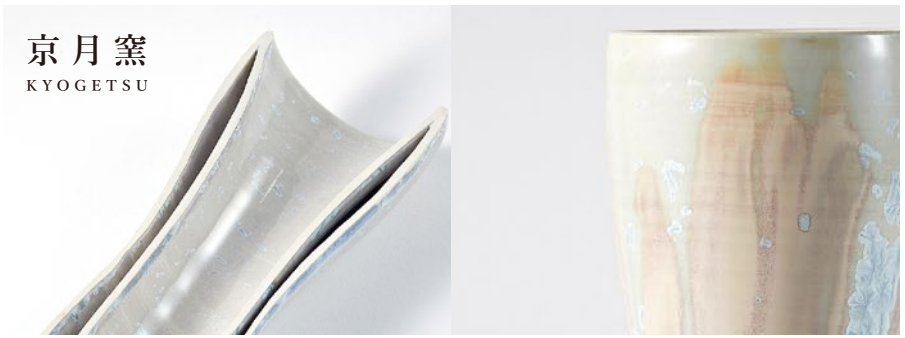
あさか野窯
ASAKANO

あさか野窯では、工房のある郡山市の土を使った独自の陶器づくりを行なっています。今回はそんな郡山の土を使って、空気穴のない「完全密閉二重構造」のビアタンブラーを作りました。この技術はあさか野窯でしかできない技術で、ビールをちょうど良い温度のまま楽しむことができます。瓢箪の形をイメージしたフォルムに、臺虎精釀の虎の模様と大堀相馬焼のシンボルである馬のたてがみをイメージした模様を全体に施した、インパクトのあるデザイン。郡山の土の特徴であるざらざらとした質感は、ビールの泡立ちをよくしてくれます。

陶徳窯
SUETOKU

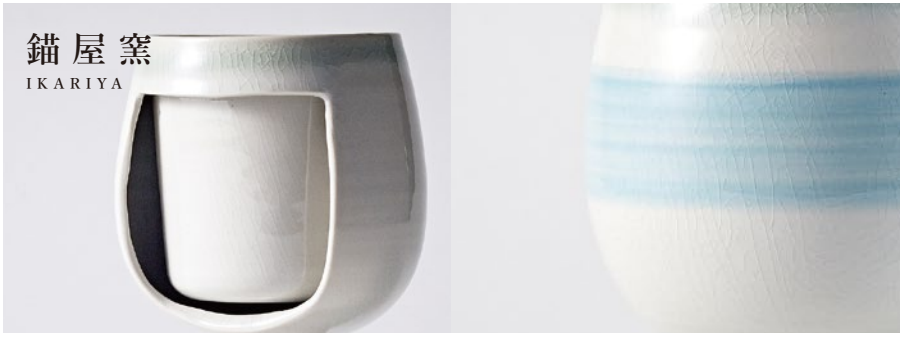
伝統の青ひび釉薬の成分を調整して、ライトグリーンのマット風にリアレンジした陶徳窯の代表的なオリジナル釉薬と、大堀相馬焼の伝統な墨入れの技法で、黒いひび模様をつけた白いマット風の貫入釉薬の2つをかけ分けした、オリジナリティのあるビアタンブラー。釉薬の間から見えるピンク色の土の部分は、臺虎精釀の虎の模様や大堀相馬焼のシンボルである馬のたてがみをイメージしたデザイン。フォルムは瓢箪をイメージしています。中は二重構造でビールをちょうど良い温度のまま楽しめます。すべて一点物で異なる表情をお楽しみいただけます。

京月窯
KYOGETSU



京月窯の独自の釉薬シリーズはどれも美しい色合いが特徴です。今回は、京月窯独自の釉薬シリーズである「紫彩釉」と「天平の甍」の釉薬を掛け合わせ、独特の色合いに仕上げました。縦に流れる釉薬で臺虎精釀の虎の模様と、大堀相馬焼のシンボルの馬のたてがみを表現したビアタンブラーを作りました。瓢箪の形をイメージした曲線的なフォルムが美しく、中は二重構造でビールをちょうど良い温度のまま楽しめます。釉薬のかかり方はひとつひとつ違うため、一点ものの表情を楽しむことができます。

錨屋窯
IKARIYA



透明感のある白地に貫入が入った「白相馬」は、錨屋窯が大堀相馬焼の伝統技法を生かしつつ、洗練された印象にアップデートしたオリジナルシリーズ。今回はそんな白相馬をベースに、二重構造でビールをちょうど良い温度のまま楽しめるビアタンブラーを作りました。中央に引かれたブルーのラインは、臺虎精釀の虎の「大胆不敵さ」と大堀相馬焼のシンボルである馬の駆け抜ける勢いを表現。この青い色は「ヒワ呉須」という顔料で白相馬との組み合わせは新しい試みです。瓢箪の形をイメージしたくびれが特徴的な、どこか愛嬌のあるビアタンブラーです。

福島が誇る
日本酒をイメージしたクラフトビール

日本酒は世界的に有名で、近年では"SAKE"の名称で国内外の沢山の方々から愛されているお酒です。「大堀相馬焼」の発祥の地・福島県は、農産物が豊富なだけでなく、近年日本酒の金賞を何度も受賞した日本酒が有名な産地です。今回、福虎添藝では臺虎精釀のトップブルワーであるWinnieが、ビールの醸造法で福島県が誇る日本酒をイメージしたクラフトビールを開発しました。

日本酒の甘い米の香りを引き出すために、台湾の最高級米・池上米と日本酒米麹を使用。100%自然発酵でさわやかで重層的な香りの福虎添藝オリジナルクラフトビールが完成しました。日本酒独特の甘さと麦の旨味が折り重なり、何杯飲んでも爽やかな後味の忘れられない味です。ボトルは、日本酒をイメージした瓶を採用し、ラベルは大堀相馬焼の4窯元の釉薬のテクスチャーをあしらったシンプルで品のあるデザインで、ギフトとしてもご利用いただける商品に仕上がっています。

750ml クラフトビール

台湾へ。日本へ。これからの福虎添藝

商品が出来上がり発表の場がありました。新型コロナウイルスの影響で商品の移動に制限がかかってしまったり、イレギュラーな日常の中、日本と台湾で同時メディア発表会を実施することができました。初回は限定販売で数量にも限りがあたったため、発表からわずか4日間で完売。現在は予約注文で定期的にお客様の手元までお届けしております。

今後台湾では7月から台北を拠点とするECプラットフォーム「citiesocial（シティーソーシャル）」での特典付き限定販売や、文博会でビアタンブラーを販売をする予定です。日本では福虎添藝の全体運営をするセメントプロデュースデザインが運営するショップ「coto mono michi」での店舗販売とオンラインストアでの販売に加え、福島県での販売企画を進めています。

このコラボレーションで生まれたビアタンブラーとクラフトビールがきっかけとなり、福島県と台湾の友好関係がさらに深まったと思います。沢山のユーザーの方々にとっても、お互いの文化を感じ、お互いの国を想える関係で有り続けて欲しいと願っています。

臺虎精釀 × 大堀相馬焼窯元

大堀相馬焼の4つの窯元さんと台湾の臺虎精釀の3人に
今回のプロジェクトについてインタビューをしました。
思考錯誤を繰り返して出来上がった商品の
裏側のおはなしとつくり手の想いを伺うことができました。

We interviewed the potters and Taihu Brewing about this project.
Please take a look at the stories behind the products and the thoughts of the makers.

Interview

作り手の声

つくる裏側のおはなし

Speaker

A.あさか野窯
ASAKANO
志賀

I.錨屋窯
IKARIYA
山田

K.京月窯
KYOGETSU
近藤

S.陶徳窯
SUETOKU
陶

W.臺虎精釀
Winnie

R.臺虎精釀
Roy

AA.臺虎精釀
AA

Q. 今回のプロジェクトを聞いた時、どう思いましたか？

A. 私たち東日本大震災の被災者は台湾から多大な義援金をいただいているんですよね。やはり台湾は「特別な国」というイメージです。

I. まず、第一印象としては、台湾と言いますと、東日本大震災の時に、台湾が日本に協力してくれたこと。そこが非常に、こう私の中では強く印象に残ってまして、個人的には、なんていうんでしょうね。まぁ恩人ではないんですけれど、本当にお世話になったなというそういう想いがありました。

Q. 震災の時に協力してくれた、ご恩を感じる台湾のイメージが強いですね。一方で臺虎精釀のみなさんは、このプロジェクトを聞いてどう思いましたか？

W. とても楽しみです。2つの国のアートや文化が繋がることができるのが。私たちは元々、アーティストや美学を持つ他の分野とのコラボレーションに興味を持っていて、機会があったら一緒にコラボしたいと思っていました。

R. 今回、日本と台湾が国境を越えてコラボレーションする機会を得て、大変光栄です。また、今回のコラボレーションでお互い刺激を得て、新たな可能性を期待しています。

Q. 窯元のみなさんにお聞きします。臺虎精釀さんの印象はどうでしたか？

K. 印象はビールも美味しかったし、乾杯やったり、好印象でしたね。

S. 臺虎精釀さんの資料を見せてもらったり、東京のお店やデザインだったりとか・・・かっこいい仕事をするなぁと思っていました。

I. あのですね、まぁ外国の方ですし、言葉もちょっとわからないからなかなかコミュニケーションがうまくとれるかなという風に思っちゃったんですけれども、通訳の方を介してですが、ちょっとクスクスと笑っちゃうような、すごいあったかい感じで打ち合わせもできましたし、私は当初少し緊張したんですけども、

なんていうんですか、「あ。一緒にやれそうだな」と、そんな感じの第一印象でした。

Q. 臺虎精釀のみなさんは、大堀相馬焼について、聞いたことはありましたか？大堀相馬焼の印象はどうでしたか？また、窯元さんの印象はどうでしたか？

AA. 大堀相馬焼はこのプロジェクトで初めて知ったのですが、二重構造のカップや釉薬のひび割れ、馬などの特徴を聞いて、台湾ではほとんどなかった工芸だし、出会ったときは「かっこいい」と思いました。打ち合わせはオンラインしか出来なかったのですが、それでも彼らの仕事に対するこだわりや、日本の職人の精神が伝わってきました。

R. プロジェクト前は「大堀相馬焼」と言って

もただの5文字にすぎませんでした。今回、4つの窯元をオンラインで見学して、実際の職人と交流する機会を持ったことで、長い歴史の伝統を受け継いできた窯元さん達は、それぞれ自分の個性や特徴も発揮している印象を持ちました。

W. それぞれに個性があると思います。色や使っている素材、技術など、それぞれに特別なものがあります。面白いもので、ビール作りと同じで、各醸造所が同じようなコンセプトや方法性を持っていても、使う材料の調整や、醸造師の独自の創造性がありますよね。よく似ていると思います。

Q. 窯元のみなさん、商品（ビアタンブラー）のデザインがセメントプロデュースデザインから上がってきたとき、どう思いましたか？

S. なかなかないデザインだなという感じで・・・ハードルは高いなとは思いましたよ（笑）

I. 図面はやはり、デザインを見たときにですね、あーちょっと製造の側からすると難しい形だなーとか、あとはこの辺り大丈夫かなというところがあったんですけども、そんな中でまぁ一応こちら側の意見もズバズバ言わせて頂いてですね、まぁいい感じになったかなっていう風に思っております。

K. 難しいと思いました。今までそういう形を二重焼きで作ったことがないので、本当に難しいと思いました。でも挑戦も、一旦船出しちゃいましたので、何が何でもやらなくちゃなんないなと思った記憶があります。

Q. 臺虎精釀のみなさんは、ビアタンブラーのデザインが窯元さんから上がってきたとき、どう思いましたか？

AA. これまでの私たちのデザインは、具体的な図案のものが多く、実際に何をかいているかが一目瞭然でした。今回は、形や模様より一層深い抽象的な表現で今までやったことがなかったので、かなり特別な試みでした。福島の職人はそれをとても上手に表現できていました。

R. 大堀相馬焼は大量生産品ではないので、型で同じものをコピーするように、繰り返し同じように作るものではありません。ひとつひとつ職人自身の手で作られているのです。瓢箪型のアイデアをカーブの部分で実現するのは、かなり難しいことです。窯の変化で焼きあがったらサンプルと同じ物にならなかったり、みなさん本当に大変で・・・おつかれさまでした！

Q. 今回の商品の特徴を教えてください。

A. 二重構造という部分では、他の業者さんとは違って空気抜きの穴がひとつもない、完全密閉焼成であるというところで、ゴミとか汚れとか、そういったものが一切入り込まない、そういった特徴があります。

S. やはり我々の特徴として、まぁ僕だけじゃないと思うんですけど、相馬焼の二重構造というものがあって、そういうところをより活かす・・・活かせたらなぁというところが一番大きな特徴なのかなぁと思います。今まではこう

いった形状のものを作ったことはあまりないし、新しい試みなのかなぁと思いました。

K. 特徴はやっぱり、途中で胴が狭くなっているので、それが特徴と、あと釉薬ですよね。釉薬も結晶釉を使っていますので、それが特徴だと思います。そしてビールの泡がものすごくきめ細かくなるので、呑んで凄く美味しいと思います。

I. 下側がちょっとこう、くびれていて、ちょっと可愛らしいカタチになっていますね。臺虎精釀さんの瓢箪型をひっくり返したような、そんなイメージに加えて、色にしてもですね、緑の部分には相馬焼の伝統的な緑色を入れまして、中心部分には、ちょっと新しいブルーグリーンのような色を一本ラインで入れました。

Q. 今回のビールの特徴を教えてください。

W. 日本から輸入した米麹と、台湾の台東で有名なお米を使い、日本酒とビールのハイブリッドのお酒を造りました。

AA. とにかく美味しい！

R. 福島は色々なものが有名ですよね。果物や農産物もとても有名。福島の日本酒は何年も日本酒のコンテストで金賞を受賞していますよね。そこにインスピレーションを受け、日本酒風味を持つビールを試してみたくなりました。これは国境を越えたコラボレーションなので、両国の要素を取り入れたかったのです。日台の文化交流をコンセプトにビールに取り入れました。とても期待できると思います。

Q. 窯元のみなさんは、実際にビアタンブラーを制作してみて、どう思いましたか？

S. 結構図面がきっちりしているので、よく打ち合わせでも「ちょっと違うんですけどどうしてですか」と言われても、なかなか難しいところが多かったんですけど、でも回数を重ねるにつれて、より近づけてきたのかなぁと思います。

A. 初めて（大堀相馬焼を）手に取られる方がほとんどだと思うんですよね。その方に対して、良い印象を持っていただきたいので、いつもですが、十分な注意を払って作るようにしています。

K. 全神経を集中させないとできない商品。それもひとつの勉強で、海を渡っていくわけですから、いい機会だなと思ってそういう意気込みで作っています。

Q. 臺虎精釀のみなさん、実際にビールを制作したご感想と、開発の秘話も教えてください。

W. 日本酒とビールはそれ自体が違う素材なので、米の使い方も麦芽の使い方と大きく異なります。なので、まずは他の酒造りの工程を知るためにチームで下調べして共有することにしました。日本酒や焼酎など色々な製造工程を見て、私たちはついに、自分達の設備でできる方法を考え出したのです。

R. 私たちは主にビールを作っているので、日本酒風味をビールに取り入れるのは簡単ではありません。白麹、黄麹、どんな麹があるのか、どんな風味の酒が出来るのか教えて頂き、米の特徴をだすために米を糖化タンクに入れました。このような機能が出来ることを初めて知りました。醸造時に米がとても香ばしいごはんの風味に変わって、ビールの糖化が終わったら、麦汁の移し替え作業に時間がかかり醸造師は結構苦労しました。

Q. 今回の商品が日本だけでなく、台湾の一般の方に日常で使っていただけることについてどう思いますか？

K. 今まで台湾で大堀相馬焼を手に取ったという方は数パーセントもいないと思うんですね、

ビールを呑むためのゴブレットなので、台湾の方々がどのような反応を示すかというのもひとつの興味です。

S. ビールというとね、やはりグラスが主だと思うんですが、その中であえて陶器ということで、しかも海外製。僕らが海外のものを…と逆を考えてもね、使ってちょっとテンションが上がるものを作れたらなぁと思います。

I. 外国の方がね、日本の福島県で作った製品を使っていただけるのは、すごく不思議な感じがするんです。日本のね、伝統的な技法を使った焼き物がどういうものなのか、どういう風に思われるかがすごく楽しみですし、それに恥じないよう一生懸命作っています。

Q. 一方で、臺虎精釀のみなさんは、今回のビールが台湾だけでなく、日本で発売されることについてお気持ちをお聞かせください。

W. 陶器づくりの技術にビールの個性や風味などの要素を強調したいという彼らの想いと、ビールをベースに、日本的な要素を加えたいという私たちの想い。今回は異業種の視点から、たくさんのことを学ぶことができたと思います。

R. 実は、ビールや他のお酒を飲むのに器をグラスと限定する必要はないと思っています。このコラボレーションを通じて、私たちはそう思っていることをみなさんと共有できたらと思っています。みなさんもいつもと違う事に挑戦してみましょう。是非今回のビアタンブラーでビールを呑んでみてください。

Q. これから本生産に向かわれますが、窯元のみなさん、意気込みをどうぞ。

A. どの生活スタイルにも合うような、使ってくださるお客様のことを考えながら、注意して作るように考えています。

S. より精度を高めたものが出来て、納期に間に合って最後みんなで美味しいビールが呑めたらなって思います。

K. お正月抜きにして全集中してやっていきたいと思います。（インタビュー2021年12月）

I. 間違いないものをお届けするというのが一番のモットーなので、売れて終わりじゃなくて、使っている方が最終的に、これ購入して良かったなって満足してもらえるようなものづくりを心がけています。こだわりを持ってしっかりした製品を届けていきたいなと思っています。

Q. それでは、最後に臺虎精釀のみなさんもこれからの意気込みをお願いします。

W. みなさんに楽しんで頂きたいと思います。ありがとうございます。

R. 今回のビアタンブラーは窯元がひとつひとつ手作りで仕上げており、とても時間がかかっていて貴重なものです。本当に好きな人にみつけてもらって、コレクションしてもらえたらと思います。そして、このビアタンブラーで臺虎精釀のビールを楽しんで頂ければと思います。

Interview

福島の食を届ける事業者の声とストーリー

福島から美味しい食を届けてくれる
食品のプロフェッショナルたちの
リアルな声をお伺いしました。

Interview

合資会社 旭屋

We bring you the real voices of the food product dealers that bring us delicious food from Fukushima.
We hope that your life will be enriched by learning about their passion for their products.

ASAHIYA

ふるさとをつなぐ焼そば 変わるもの、変わらない思い

合資会社 旭屋
代表 鈴木昭孝 氏
福島県相馬市
馬場野字雨田166
Tel 0244-32-1631

ソウルフードが ふるさとと人をつなぐ

焼そばがふるさとの人たちをつなぐ、と聞いたら大げさに思うでしょうか。

「なみえ焼そば」は、通常の焼そば麺よりだいぶ太っちょで、どちらかと言えば焼うどんの方が近いぐらいの太さ。具は豚のバラ肉ともやしのみ。油はラードと決まっています。ソースは濃い目の甘辛味。麺のメーカーは、旭屋。それは、福島県浪江町のソウルフード。離れていても、不意に食べたくなる味。普通のソース焼きそばではダメなのです、なみえ焼そばでなくては。

そんななみえ焼そばの「麺」を製造しているのが、現在福島県相馬市に工場を置く、浪江町の製麺工場、旭屋です。

被災した町の 製麺工場の行方

旭屋は、福島県浪江町のJR浪江駅前で、町内の幼稚園小・中学校の給食にソフト麺や中華麺を提供していた製麺工場でした。2011年の東日本大震災と東京電力福島第一原子力発電所事故により、原発からほど近い距離にあった浪江町は全町民が避難を余儀なくされました。

旭屋は、工場と取引先と従業員と住まいを一気に失いました。家族経営だった旭屋は、まず家族で県内の郡山市に避難しました。浪江町役場が県内の二本松市に役場機能を置くことになったため、近くでの運営を試みましたが難しく、郡山市内に事務所を構えることになります。

社長の鈴木昭孝さん(65歳)はそれでも、「問屋やお客さん、工場など取り巻く環境はすべて変わったが、工場のラインで麺をつくり、それを収めるという部分は全く変わっていない」と笑顔を見せてくれました。

現在旭屋は、福島県内の大手スーパー(ヨークベニマル、リオン・ドール、マルトなど)各社や、道の駅、高速道路のサービスエリアなどに「なみえ焼そば」を卸し、県内60の学校に、給食のソフト麺・中華麺を提供するほか、飲食店で利用する麺の製造を行っています。今でこそ「なみえ焼そば」がメインとなっていますが、震災直後からしばらくは様子が違ったと言います。

「震災直後は、まずは避難先での生活の立て直しで仕事もできなかった。2012年に郡山市に事務所と加工場をつくったくらいから注文が来るようになったからOEM(外注)で対応していたけど、それでは儲からないから自社工場をつくるのを急いだよ。2013年に『なみえ焼そば』を販売する浪江のまちおこし団体がB1グランプリを取ったから少し忙しくなったけど、長くは続かなかったね」

「なみえ焼そば」の大きな役割

２０１３年は、浪江町はまだ全域に避難指示が出されていて誰も町に帰ることができない時期でした。旭屋は２０１４年９月に、浪江町にほど近い相馬市に自社工場を建設。学校給食をメインとした麺の提供を始めたのでした。

工場の風向きが変わったのは、２０１７年。３月末に浪江町の避難指示が、帰還困難区域を除いて解除されました。まちづくりの旗印として「なみえ焼そば」が再び注目されるようになったのです。

帰還した町役場の隣にできた仮設商店街でなみえ焼そばが提供されるようになったり、イベントなどに呼ばれることも増えてきました。

２０２０年８月に「道の駅なみえ」がオープンすると、旭屋の商売の流れも変わってきました。「道の駅なみえが出来たことは本当に大きかったね。あそこには、浪江の人も来るし、浪江の商品も集まる、店も集まる。人との再会や、懐かしさ、交流、浪江のあらゆる要素が凝縮されているんだよね」と鈴木さん。

道の駅なみえに集まるのは、浪江の人たちばかりではありません。近隣市町村の住民や観光客、移住者などのいわゆる「関係人口」も集まります。そういう外から来た人たちが食べたいと思うのが、ご当地グルメ、すなわち浪江町のソウルフード「なみえ焼そば」なのです。そしてもちろん、久しぶりに浪江町に戻ってきた人たちが食べたいメニューも「なみえ焼そば」。この道の駅で提供されるなみえ焼そばの麺は、旭屋のものなのです。

「道の駅がオープンしてからは、やっぱり仕事が増えたね。『なみえ焼そば』が復興の象徴のようになって、認知度も上がって。震災前には想像できないような仕事も入ってきたりしてね」と笑顔を見せる鈴木さんですが、その目はしっかりと前を見据えています。

２０２２年現在、社員は１５人。決して大きくはない工場ですが、製麺のラインを運営するのは若い女性が中心で、みなキビキビと働いている姿が印象的でした。

感謝の気持ちと浪江町への思い

「イベントに呼ばれたときは、たとえ儲けにならなくても、お礼を直接伝えて、支援してくれた人と交流したいから行くんだよね。台湾にも招待されて、仲間が行ったことがあるんだよ。その時は販売じゃなくて振る舞いだったんだけど、ソースの味と、台湾にはない麺の食感を気に入ってもらえたと聞いているから、今回チャレンジしてみようと思ったんだよね」と鈴木さん。

「元祖なみえ焼そば」の具は豚ばら肉ともやしだけと決まっていますが、家庭で食べるときは、卵をくぐらせたり、つけ麺風にしたり、キャベツなどの具を足したりと、アレンジも楽しんで欲しいと話してくれました。

鈴木さんに今後、挑戦したいことを聞くと、「お世話になっている相馬市に恩返しの意味も込めて、相馬の産品を使った商品開発や、浪江町をPR出来るような新商品をつくっていきたい」と、即答で返ってきました。

それは鈴木さんがいつでも、感謝の気持ちと、浪江町への思いを持っているからに他ならないなと感じたのでした。

取材の当日鈴木さんは、学校への麺の配達と営業、そして麺を入れる籠を回収して、工場へ戻ってきました。社長自らが、取引先に細かく出向き、商品を配達し、回収までする姿に、人とのつながりを本当に大切にされているんだなと感じました。

ちなみに旭屋の社員は女性が多く、しかも長く働いている社員が多いとのこと。

取材に行った日も、ピンクの作業服を着た女性社員が工場と事務所を行き来し、生き生きと働いていました。

女性社員の一人は「この１０年、もちろんつらいことはたくさんあったけれど、震災が無ければ体験できなかったこともあって、感謝の気持ちの方が大きいです。きっかけはなんでもいいから、浪江町に来てもらって、なにか感じてもらえたらうれしいですね」と話してくれました。

そして、浪江町を訪れたその場所には、ふるさとをつなぐ「なみえ焼そば」があるのです。

なみえ焼きそば

Interview

株式会社 菅野漬物食品

We bring you the real voices of the food product dealers that bring us delicious food from Fukushima.
We hope that your life will be enriched by learning about their passion for their products.

KANNO TSUKEMONO SHOKUHIN

福島ならではの「発酵×発酵」の味を楽しんで

～食べて感動する商品をつくり続ける

株式会社 菅野漬物食品
岩井哲也氏
福島県南相馬市
鹿島区鹿島字町130
Tel 0244-46-3131

漬物屋が発明した、発酵食品の新しい形

「クリームチーズのみそ漬」。日本人なら、耳にしただけで、なんだかお酒が進みそうな、間違いなさそうなおつまみだと、感じてしまうのではないかと思います。

それもそのはず。

このチーズと味噌、それぞれの発酵をかけ合わせることを考えついたのは、発酵のプロである漬物会社なのだから。

その商品開発のきっかけを、みそ漬処「香の蔵」統括マネージャーの岩井哲也さん（51歳）にうかがいました。

東京と福島をつなぐ国道にある老舗店舗がつくり続ける新商品

福島県南相馬市にある、みそ漬処「香の蔵」は、1994年にオープンした、菅野漬物食品の商品を販売する店舗です。東京から、福島・仙台までをつなぐ国道6号線沿いにあり、大きな石の看板を目印に、市内外から多くのお客さんが訪れます。

会社の創業は1940年。「相馬きゅうり漬」など地元食材の漬物を中心に商品展開をしていました。岩井さんが、菅野漬物食品に入社したのは2004年でした。前職がほぼ単身赴任だったため、家族の住む南相馬市で働きたいと考えた岩井さんは、求人で見つけた地元の企業、菅野漬物食品の門を叩きます。

その業務内容に「商品開発」がありました。是非やりたいと希望を出しましたが、岩井さんには営業経験しかなかったため、店長として勤務することになります。

出鼻をくじかれたかと思いきや、店長の仕事には「お店でどのような商品を売りたいか」という提案業務もあったのです。それはつまり、商品開発です。

現在、菅野漬物食品では毎週月曜日に新商品会議をしているのですが、そこにはもちろん岩井さんも参加しています。「店長でありながら、商品開発もできているのでとても楽しいですね」と岩井さん。お客さんの声をダイレクトに拾う立場の人が商品開発に関わることは、とても大切なことです。

広い田んぼに囲まれた漬物会社に訪れた危機

菅野漬物食品の工場は、国道沿いの店舗から少し道の奥に入ったところにあります。工場は住宅街の中にありながら青々とした田んぼに囲まれ、季節の花々が咲き乱れていました。工場の貫禄あるクリーム色の壁は、地元の生活の中に長年溶け込んでいることを思わせました。

工場を行き来するスタッフの「こんにちは！」という気さくなあいさつも気持ちよく、素敵な職場だなと感じました。

そんな菅野漬物食品にも、2011年3月に発生した東日本大震災と東京電力福島第一原子力発電所事故は大きな影響を与えました。店舗や工場は、原発から30キロ以上離れた場所にあったため避難指示の対象にはなりませんでしたが、家族を避難させなければならない従業員も多く、約1割の社員が辞めざるを得ない状況になってしまったと言います。

福島県での放射能被害がどれほどのものなのか、当時は確かなことが分からず情報が錯綜。福島県の中でも原発にほど近い南相馬市を訪れる人は激減しました。大型バスで来ていた観光客はゼロとなり、客足が復活する見通しが全く立たない状況でした。

ただお客さんが来ないため、時間だけはあったのです。「こんな時だからこそ、新商品を！」という社長の一声で、新商品の開発が始まりました。そんな中で生まれたのが、「クリームチーズのみそ漬」です。

「クリームチーズのみそ漬」は、発酵食品同士をかけ合わせるというアイデアと、すでに生産ラインがあった「豆腐の味噌漬け」をヒントに生まれました。チーズの塩気と味噌の塩気が重なりしょっぱくなってしまうなど、開発当初には苦労があったと言います。ただ、以前にクリームチーズを扱った経験から味噌との相性の良さを開発者が知っていたことなどもあり、なんと震災からわずか9ヶ月後の2011年12月に商品化することができたのです。

「商品の味はもちろん、パッケージもお菓子のようなイメージで手に取りやすいデザインにこだわりました」と岩井さん。震災後の福島県を応援したいという流れが生まれてきた時期でもあり、「クリームチーズのみそ漬」は販売直後から大ヒットを記録しました。そしてその後、次々と新シリーズを仕掛けていくことになります。2018年には、JR東日本おみやげグランプリ2018「特別賞〈家族に贈りたいおみやげ賞」も受賞しました。

原料へのこだわりの変化

最近では、地元福島県の酒造「金水晶」の酒かすを使用した「クリームチーズの純米酒粕漬」を販売するなど、地元産を意識した商品も増えている菅野漬物食品ですが、地産地消を意識できるようになったのはここ数年だそう。

「震災直後は、福島県産の農産物への風評被害が大きくて、逆に県産品を使うことができなかったんです」と、店舗の大きな入口から見える、雄大な山に目をやりながら岩井さんは振り返ります。

「2011年は、商品の放射性物質の検査を毎月のように取引先に求められましたし、県外に営業に行って『福島県産だから』ということを理由に断られたこともありました」。震災前は地元企業として、なるべく地元産、福島産、東北産を選んでいた菅野漬物食品にとって、県産品を使わないというのは辛い選択でした。

しかし、県内の農林水産業者などの努力により風評被害も徐々に緩和され、4年ほど前から菅野漬物食品の原料もまた、地産地消へ戻ってきたと言います。

お土産となる地元産品として、福島県の郷土料理「いか人参」を商品に加えたり、地元の相馬漁港でとれたしらすや、県産・国産の原料にこだわった新商品「浜めししらす生姜」を販売するなど、福島県の食品会社として、こだわった商品展開をしています。

すぐ近くにある、広く豊かな漁場でとれた海産物を使うことは、地元企業としての努めであり、それが出来るようになってきたのが、震災から11年経った「今」なのです。

みそ漬けはエンターテイメント！主役になれる商品開発

「最近みそ漬けは、エンターテイメントだなぁって感じるんです」と、楽しそうな表情を浮かべる岩井さん。

「みそ漬けは、時間がたつことで旨みや食感が変わるし、味に深みが出てくるんです。組み合わせ次第では、ちゃんと4番バッターになれる商品だなと思いながら開発してるんですよ」。現在、毎週行われている開発会議には、菅野社長、「香の蔵」店長の岩井さん、開発スタッフ3人、資材担当1人の6人が参加します。毎回3〜6点ほどの提案や試作品が上がってきますが、1年に販売される新商品は、約6種類。商品にするかどうかの基準は一つ、「食べて感動してもらえるか？」です。

食べて感動してもらう、商品に前のめりになってもらうためには、高級食材とのコラボレーションも効果があります。みそ漬けのシリーズには、トリュフやあん肝を使ったものや、クリームチーズを八丁みそや仙台みそで漬けるなどの商品もあり、ギフトにも人気があるそうです。

そんな岩井さんですが、商品開発では苦労もあるようで、「フォアグラをみそ漬けにしようとしたんですが……、何度配合を変えても油が出ちゃって、商品にならなかったんですよね」とほかのスタッフと振り返る姿に、飽くなき探求心を感じたのでした。

海外進出への思い

台湾での出展に関しても、以前から輸出したいという気持ちはあったと言います。「日本での漬物市場が縮小している以上、海外での販売は念願でしたので、今回チャレンジしようと思いました」。

看板商品の「クリームチーズのみそ漬」は、発酵×発酵の組み合わせ、日本らしい味噌と醤油の甘さが売りです。「クリームチーズの純米酒粕漬」は、酒かすと味噌を福島県産にこだわりました。

台湾の消費者には、「台湾の食材と合わせるというよりは、日本らしい味噌と醤油の甘さや味わいという『食の異文化』を楽しんでもらえたらと思っています」と、岩井さん。

添加物を最小限に抑え、常温で90日保存できる製法も、菅野漬物食品のこだわりです。

「海外へも、安心・安全に自信を持って出せる商品づくりをしています」と伝えてくれました。

福島を代表するお土産に！

福島県のお土産と言えば、桃や梨などの果物や日本酒、お菓子でいうと「ままどおる」や「薄皮まんじゅう」が有名です。岩井さんは「『クリームチーズのみそ漬』もそこに並びたい」と話してくれました。そのためには、福島県内どこに行っても売っていなければならないと、岩井さんは現在も販売先の新規開拓を続け、お土産として買ってもらうための商品開発を続けています。

「少しでも行動に迷ったら、『福島の名物』として選んでもらうためにはどうすればいいか、ということを指針に動いています」と岩井さん。自社の商品に自信があるからこそ、ひたむきに上を目指せるのだなぁと感じました。

……

「うちの商品を、台湾の人たちにも喜んでもらえたらうれしいなぁ……」。取材を終えたあと、つぶやくように言った岩井さん。まだ見ぬ台湾進出に思いを馳せているようでした。

菅野漬物食品があるのは、福島県の太平洋側（地元では「浜通り」と呼びます）。目の前にはどこまでも続く雄大な山々が、背後には広く豊かな、台湾まで続く海があります。浜通りに暮らしていると、どこのお土産屋さんや道の駅に行ってもほぼ必ず、菅野漬物食品の「香の蔵」の商品が置いてあります。

岩井さんのおっしゃるように、その洗練されたパッケージデザインや「生もの」ではないということから、安心してお土産に持っていけるという信頼もすでに獲得しています。

それでも「福島を代表する名物にしたい」、「海外進出したい」と更に高みを目指す姿勢に心を打たれました。

日本人が大好きな味噌の発酵文化と、チーズの発酵をかけ合わせた、福島発の「発酵×発酵」食品。どのように受け入れてもらえるか、楽しみですね。

クリームチーズのみそ漬

クリームチーズの純米酒粕漬

いか人参

浜めししらす生姜

Interview

大内安男商店

We bring you the real voices of the food product dealers that bring us delicious food from Fukushima.
We hope that your life will be enriched by learning about their passion for their products.

OUCHI YASUO SHOTEN

赤い梅酒は福島からのお祝いのメッセージ

～福島の漢がつくる、稀少なお酒

大内安男商店
代表取締役 大内安男氏
福島県南相馬市原町区北泉
字浦頭440-6
Tel 0244-26-9941

福島の「浜」でつくられた「赤い梅酒」

太平洋に面した福島県沿岸部を地元の人は「浜通り」と呼びます。

東北の中でも一年を通して温暖で、雪もあまり降らない浜通りは、農業に非常に適していて、稲作はもちろん、野菜や果樹の生産も盛んです。

その浜通りの北部・南相馬市小高区で、日本でも珍しい梅の品種「ツユアカネ」を育てているのが、大内安男さん（69歳）です。

梅とスモモの雑種であるツユアカネで梅酒をつくると、それはそれは鮮やかな赤色になります。

安男さんが生産したツユアカネで醸造した赤い梅酒「春紅麗」は、澄んだ赤色をしていて、細いボトルに入った見た目もとても上品。

飲み口はスッキリとした、洋酒のような味わい。

甘みはありますが梅のえぐみは全くなく、食前酒やカクテルの素材にも合いそうです。

安男さんは、自身がつくった梅酒を手に、「台湾の人たちは、赤が好きだろう？この『春紅麗』が、台湾のおめでたい席に並んで、みんなで楽しくお祝いできるような、そんなお酒になったらうれしいよなぁ」と、笑顔を見せてくれました。

日本でも生産量の少ない梅「ツユアカネ」生産への思い

安男さんが、取材に訪れた私たちを連れて行ってくれたのは、大通りから少し奥まった梅畑でした。緑色の梅たちはまだ収穫するには小さかったのですが、どの枝にも鈴なりに実がなっていて、今年の豊作を予想させるようでした。

「ツユアカネは、実を安定させるために、アンズと混植するんだ」。確かに、案内してもらった梅畑には5本に1本くらい、違う形の葉っぱがついています。

イノシシや猿の侵入がある一方、都心では見ることのできない野生のキジを見かけることもあるという梅畑は、まっすぐに大きな空につながっているようでした。

安男さんの梅を摘果するその手は健康的に日焼けし、ハサミを握るとできるしわは、長年農業をやってきた人ならではの、味わい深い色をしていました。

安男さんがツユアカネの栽培を始めたのは、2016年7月。たまたま農業雑誌に掲載されていたツユアカネに目を留め、調べてみるとまだ日本で生産されている地域が少ないこと、南高梅の36倍のアントシアニンが含まれていること、果皮や果肉まで赤く、赤い梅酒がつくれることなどがわかりました。

ツユアカネの生産に目を付けた安男さんは、ツユアカネの生産量が日本一である和歌山県に通って、畑づくりや生産方法を学びました。地元・小高でツユアカネの生産に着手してからは、梅酒づくりも醸造方法や酒造を変えながら着実に進めていきました。

「市場で評価されるには、一番を取れるものでないと意味がない」と安男さん。その背後には、もうすぐ実りを迎える青い実を付けた梅の木がどこまでも続きます。

生産量が少なく、競争相手も少ない農産物であるからこそ、勝負ができる。それは長年、農業で生計を立ててきた安男さんの目利きにほかなりません。

実は安男さんが現在メインでつくっている作物は、芝桜のポット苗。公園や公共施設の芝一面を彩る花々の苗です。安男さんの作る苗は、遊園地の富士急ハイランドや、福島県内で芝桜の名所として知られる平田村などに植えられており、ポット苗生産で日本一の売り上げとなったこともありました。

東日本大震災後には、米に混ぜて炊くもち麦の栽培も始め、年間5万袋（50グラム×10袋を1セット）を町内外に納品しています。

「梅はまだ実績がないが、この小高という地域は紅梅の里として知られているんだ。ツユアカネの生産が軌道に乗り、梅で町が復興できれば、町の人も喜ぶし、新しい町の産業になったらと考えている」と安男さんは話してくれました。この何百本もの梅の木たちに、花が咲いた姿はどんなに素敵だろうと思いを馳せずにはいられませんでした。

生産したツユアカネは、9割は原料として販売し、残りの1割を梅酒として販売したい、と安男さんは考えています。

「赤い梅酒をつくるには、技術が必要なんだ。ツユアカネをつくれば、誰でも赤い梅酒が作れるわけではない。摘み取ったあと大きさを分けて並べ、ガスを入れて2～3日すると化学反応で赤くなる。その技術と手間、作業を行う場所などが揃っていないとできない」。

そこまで手間をかけて赤い梅酒をつくるのはなぜなのでしょう。

「まず珍しい、希少な赤い梅酒を販売し、消費者に認知してもらうことで、原料の梅の価値を上げたいと思っている。健康志向の市場では、梅酒はそれだけの需要がある。それまでには、梅の生産量も安定させていきたいと計画しているんだ。それに」、と安男さんは1回言葉を切りました。「梅酒に加工すれば、消費者に『放射能』を意識させずに済むから」。

東日本大震災を乗り越え、被災地で農業を再開すること

2011年3月11日に発生した、東日本大震災とそれに伴う東京電力福島第一原子力発電所事故で、安男さんの暮らしていた南相馬市小高区のほとんどの人たちは故郷からの避難を余儀なくされ、約6年間町に立ち入ることができませんでした。

今は故郷・小高区で農業を再開している安男さんですが、自宅は今でも、農地から約1時間離れた、隣の相馬市です。

安男さんがツユアカネを生産する農地も、放射能の影響を避けて山を切り崩したり、除染をして別の土地から持ってきた山砂を入れたりと、農業に適した状態にして農業を行っています。

また、福島県で生産された酒類から放射性物質が検出されないことは、2014年の段階で発表されており、酒類の製造工程において放射性セシウムが減少することも知られています。※

安男さんの梅酒「春紅麗」も原産地証明書により、放射性物質はもちろん、残留農薬などもすべて検査済です。

「それでも放射能のイメージを完全に消すことはできない。だからこそ、希少価値のある作物で、本物の商品を地道に作り続けていくしかない。そういった付加価値を付ければ、原発被災地で生産したものであっても、価値を分かる人は手にしてくれる。『春紅麗』を通じて、この土地で生産することの価値を発信していきたい」と安男さんは力を込めます。

梅酒で町の価値を発信

安男さんがツユアカネを生産する農地の一部は、震災による避難や高齢で農業ができなくなってしまった人たちのものです。「土地を荒らしたくない」という持ち主の思いを受け、安男さんは新たな産業を目指して、ツユアカネを植えているのです。

そのツユアカネの本格的な生産を始めて4年、ようやくまとまった量が生産できるようになったと言います。この先5年で、10ヘクタールの農地で100トンの生産を目指すという安男さんは、ツユアカネの生産でも日本一を見据えています。

「今は10人くらいでやっているけれど、農地が10ヘクタールになったら、摘み取りには400人くらい必要だから、地元やよそから来た学生、留学生なんかが手伝ってくれたらいいなと思ってる。ツユアカネの生産を通して、小高に足を運んで、理解してくれる人が増えたらいいと思っているんだ」と、笑顔を見せてくれました。

たわわに実る梅の木の瑞々しさや、葉の緑の美しさ。安男さんが育てた梅の木は、生命力にあふれています。それこそが、この地で農業を再開した価値であり、新しい産業への可能性なのだなと感じました。

取材のあと安男さんは、「『春紅麗』のほかにもつくった梅酒あるから持ってけー。飲み比べてみろー」と、取材スタッフひとりひとりに、3本ずつ赤い梅酒を持たせてくれました。

家に帰ってから、早速「春紅麗」を飲んでみると、上品な甘さと梅の味わいの中に、安男さんの笑顔と梅畑で見たツユアカネの青い実が鮮やかに思い出されました。

もちろんなにも考えずに飲んでも、十分に美味しい梅酒なのですが、そこに至るまでの安男さんの思い――培ってきた農業経験や、知恵やアイデア、そして震災と原発事故による苦労など――を感じてしまうと、一気には飲み干せない、一口一口、じっくり味わって飲みたいな、と思ってしまいます。

そんな安男さんは、「春紅麗」は大切な人と特別な時に飲んで欲しいお酒だ、と言っていました。

海を越えた、晴れの日に、この「春紅麗」が、福島からのお祝いのメッセージとなりますように。

※出典 https://www.jstage.jst.go.jp/article/jbrewsocjapan/109/5/109_352/_pdf

春紅麗

掲載商品

Foods

菅野漬物食品
クリームチーズのみそ漬 p.29

旭屋
なみえ焼きそば p.23

菅野漬物食品
いか人参 p.29

菅野漬物食品
クリームチーズの純米酒粕漬 p.29

大内安男商店
春紅麗 p.35

菅野漬物食品
浜めししらす生姜 p.29

Products

福虎添藝 / 大堀相馬焼
ビアタンブラー 京月窯 p.10

福虎添藝 / 大堀相馬焼
ビアタンブラー あさか野窯 p.09

福虎添藝 / 大堀相馬焼
ビアタンブラー 錨屋窯 p.10

福虎添藝 / 大堀相馬焼
ビアタンブラー 陶徳窯 p.09

【主催】
ふくしまみらいチャレンジプロジェクト
https://fukushima-challenge.go.jp

ふくしま みらい チャレンジ
届け！ふくしま相双の夢

【運営】
CEMENT PRODUCE DESIGN Ltd.
https://www.cementdesign.com/

本田屋本店有限会社
http://hondaya.jp/

【参加企業】
日本
京月窯、あさか野窯、錨屋窯、陶徳窯
合資会社旭屋、株式会社菅野漬物食品、大内安男商店

台湾
臺虎精釀股份有限公司

【協力】
インタビュー取材/執筆(p23-40)
山根麻衣子(クロスブリッジ)
https://fori.io/maikoyamane

写真(p1-6, p21-40)
鈴木 穣蔵
https://jojoennjo.myportfolio.com

【全体運営・企画・設計】
CEMENT PRODUCE DESIGN Ltd.

福らんしょ official site
https://www.cementdesign.com/fukuransyofukushima/

お問合わせ窓口

CEMENT PRODUCE DESIGN　三嶋・川村
550-0003 大阪市西区京町堀1-15-23 CEMENT3F
mail：info@cementdesign.com / TEL：06-6459-0368