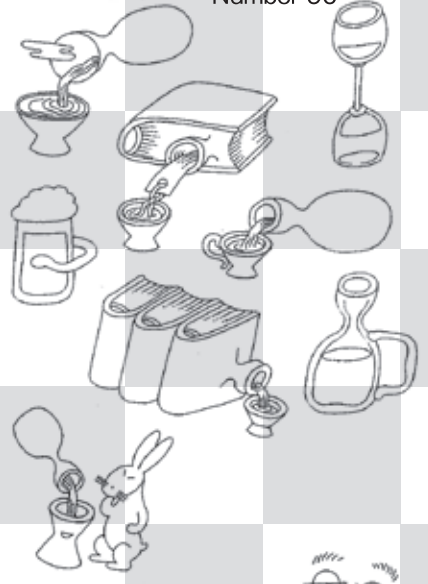


キヤラ酒



北原伸一

Shinichi Kitahara

イラスト／永美ハルオ

もちろん、各業界はその動きを見逃すはずはない。食品からグッズ、ありとあらゆるタイアップの商品を次々と市場に投入していることは周知の通りだが、酒造業界も指を咥えて静観しているわけではなく、さまざま関連製品でブームに乗っている。

ゆるキャラブームに乗る

なかにはおやつと思うほど不思議ちゃんキャラもいるが、地域おこしや名産品から誕生した「ゆるいマスコットキャラクター」、いわゆる「ゆるキャラ」が引き起こした一大ムーブメントは衰えを知らない。

お堅いNHKでさえ『クローズアップ現代』で「ゆるキャラ」が時代を制す」という特集を組み（08年7月15日放送）、12年年末の『紅白歌合戦』では、ご当地ソングを歌う水森かおりとともにゆるキャラたちが「ご当地共演」を果たした。

2010年には滋賀県彦根市の「ひこにゃん」が、11年には熊本県の「くまモン」、翌12年には愛媛県の「バリィさん」がゆるキャラグランプリに輝いた。今年も、軽妙なトークとともに得意の跳躍力を活かし、連日、テレビでどころ狭しと動き回る千葉県船橋市非公認の「ふなっしー」がその栄冠を掴んだ。

お堅いNHKでさえ『クローズアップ現代』で「ゆるキャラ」が時代を制す」という特集を組み（08年7月15日放送）、12年年末の『紅白歌合戦』では、ご当地ソングを歌う水森かおりとともにゆるキャラたちが「ご当地共演」を果たした。

ドで知られる岡村本家では「金亀ひこにゃん、しまさこにゃん、いしだみつにゃんセツト」を、「御代栄」ブランドを持つ北島酒造では「みよさかえゆる辛ひこにゃん」を発売し、カップ酒に代表されるように、くまモンをラベルにあしらった球磨焼酎も

数多く作られている。くまモンにいたっては、地元熊本で清酒、球磨焼酎、地元産のブドウで醸すワインなどを提供する「くまBAR」まで作ってしまった。もちろんシンボルマークにはくまモンがおどけている。

そして、旬の、「船橋のなし」を観光PRする梨の妖精、船橋市非公認のふなっしーが「公認」するカクテルまで誕生した。地元産の梨を使ったカクテルで、市中心街の飲食店33店で楽しめるとか。

めつきりふなっしーに圧されっぱなしの千葉県のイメーჯキヤラクター「ちーばくん」。横から見た姿が千葉県

を象られているこのキャラを使用したのが、守屋酒造の「米桜辛口純米三年熟成」だ。

新潟で日本初のスキーを教えた実在の偉人、テオドル・フォン・レルヒ氏をモチーフにした身長およそ2m70cm



＊日本酒フェア2013、での「おちよこくん」

だが、酒どころ新潟の村上市では、名産の「鮭」と「酒」をモチーフにしたキヤラクター「サケリン」（頭が鮭、胴体は徳利の地酒）がいるが、いまのところ「サケリン」をモチーフにした地酒は販売されていない。地元蔵元さん、狙い目かも。

また、北海道の後志（しりべし）では、「酒と肴」をテーマにした観光キャンペーンを始めた模様で、キヤラクターを募集していた。まもなく新しいゆるキャラ仲間が誕生すると思われるが、それも早めにチェックしておいたらどうだろう。

酒造組合のヒーロー「おちよこくん」

おっと、酒業界で忘れてならないゆるキャラがいた。知らなければモグリと言われるほど(?)業界人に愛され続けているゆるキャラだ。業界のイベントでお目にかかったことはあるまいか。

日本酒造組合中央会が誕生させた酒造業界イチオシの人気者「おちよこくん」だ。「おちよこくん」が生まれた06年、日本

酒は消費低迷に喘いでいた。とくに「二日酔いする」「重たい」ことを理由に、若者の日本酒離れは深刻で、酒造組合でも悩ましい問題だった。

ウイスキーやバーボンのロックにはチェイサーがつきもので、ワイン通もチェイサーを横に楽しんでいる。日本酒も「和らぎ水」と呼ばれるチェイサーとともに飲めば、二日酔いもなければ、料理のおいしさも際立つ。しかし、和らぎ水の認識度は低く、居酒屋などで日本酒を注文して水をさりげなく添えてくれる店などほとんどない。そこで日本酒造組合ではこの「和らぎ水」の啓蒙活動を大々的に展開する。

日本酒造組合中央会の担当者が言う。「その和らぎ水の啓蒙活動が、おちよこくん誕生につながるのです」

遡ること7年半前の06年3月、日本酒造組合は、こんなパンフレットを作った。

《和らぎ水》のすすめ

上手に酔うコツは飲み方にあり。非常にベタな、いやストリートな表現の、そのパンフレットに哀愁漂う「おちよこくん」がまささにちょこんと描かれていた。

それを見た酒造組合のエライさんたちが、「この着ぐるみを作ってみよう」と盛り上がったらしい。

それからというものの、立体化した「おちょくん」はイベントに引つ張りだつた。しかし、悲しいかな、そうはならなかった。正直、業界関係者でも知らない人は多いかもしれない。酒造組合1階の「日本の酒情報館S A K E P L A Z A」で売られている「おちょくん」携帯ストラップが秋風に揺れて物悲しい。「でも日に10本も売れることがあるんです」との返答も心もち弱弱しく聞こえる。

なぜくまモンのように、ふなっしーのように人氣が沸騰しなかったのか。ゆるキャラブームを先取りしすぎたのか。「じつは1体しか作っていないもので……。傷めてはいけませんので、屋外のイベントには出せないんです。しかも……」しかも……。「おちょくん」ブーム

が起きなかった重大な秘密が隠されていた。

「当初、サイズを担当者の身体の寸法に合わせて着ぐるみを作ったのですが、その担当者の身体が年々膨れ上がり……」

ホッピーでいうところの「中」に問題が生じた。端的に言えば、肥えて着られなくなったという、笑うに笑えないヒミツが隠されていたのだ。

しかし、ご安心あれ、いまはサイズの合う担当者にバトンタッチ、みごとに復活し、全国のイベントを飛び回っている。

イベント(もちろん屋内)では、そのシチュエーションによってはつぴの色をブルー、ピンクに替えて登場する余裕ぶり。10月25日の「全国きき酒選手権」にも応援に駆け付けることが決まっている。ただ東京予選大会にはスケジュー

ルの都合上、いまのところ登壇するかは未定だ。

「酒造組合のホームページで「おちょくん」の行脚日記を掲載したい」

おちょくんの心の叫びが聞こえた。

全国の蔵元さん、酒販店さん、イベント開催の際には是非、お声かけを！

おちょくんが駆け付けます。(実際はホッピーでいうところの「外」のみが届けられる)

キャラクターとのコラボ酒

キャラクターの王道といえば、「ウルトラマン」、「北斗の拳」など、子どもたちを魅了してきたテレビのヒーローや、不朽の名作アニメの登場人物。そのキャラクターとコラボレーションしている蔵元がある。

山梨県の笹一酒造は「純米日本人」「笹一」ブランドの日本酒や、焼酎、ワインを醸しているが、キャラクターとのコラボ酒も評判を呼んでいる。

「北斗の拳」からは、劇中の力強いイメージを彷彿させる辛口の吟醸原酒「北斗の拳・拳王」を、「ゲゲゲの鬼太郎」からは、にがり酒の「ぬりかべ酒」、葡萄酒樽貯蔵の芋焼酎「こなき芋」、鬼太郎をラベルに使用した純米吟醸酒「ゲゲゲの眠り酒」、山梨県産のいちご「章姫」を使用したフルーツ梅酒「猫むすめ梅

酒」、麦焼酎「ぬらりひょん」、甘味果実酒「目玉おやじヌーボー」がラインナップに並ぶ。

「ウルトラマン」からは、最大のライバルが登場した。吟醸生原酒「はるたん星人」である。40〜50歳代の飲兵衛は、飲めば「フオフオフ」と必ずモノマネをするはずだ(しかも両腕を上下に揺する振り付き)。

「ど根性ガエル」からは、純米吟醸「ど根性ガエル」と、しほりたて本醸造「ど根性ガエル」がコラボされている。

笹一酒造がコラボ酒について説明してくれた。

「コラボ酒は、今から4、5年前、弊社の東京担当者が多摩市のK商店の店主との話の中で考えつきました。キャラクターは、弊社が山梨ということ、山梨に縁があるなどの理由から選択させていただきました。それぞれのキャラクター(漫画家やプロダクション)に試飲していただき、協議し決定しました。おかげさまで全て完売となり、新しい層の顧客開拓に繋がったのかなと実感しております。」

こうなると、萌え系も黙っていられない。大手コンビニエンスストアのローンでは、「初音ミク」をデザインしたイラストレーター・KEIさんが手掛けた新しい萌えキャラクター「メウ」と「ユリ



キャラ酒



イラスト/永美ハルオ

ス」を酒名に冠し、ラベルにもプリントする。

ローソン限定商品として今年7月に第1弾が発売され、第2弾となる今回は、中壱酒造の梅の自然な風味を生かした「メウ」ラベルの梅酒と、国産ゆずを漬けた「ユリス」ラベルのゆず酒。萌え系の聖地・秋葉原では、予約販売に伴い各キャラの公認衣装を纏ったコスプレイヤーが散策した。浴衣に梅の柄をまとった「メウ」と、セーラー服をモチーフとした「ユリス」に通行人らが目を奪われていたという。

そのほかにも、テレビ東京で放映されていた『戦国乙女〜桃色パラドックス』の武将ラベルをつけた(株)武勇の日本酒も人気だという。

9月29日には「世界最大の酒と萌えの祭典!! 萌酒サミット×SAKE祭り」が催された。声優、アイドルによるミニステージはもちろん、全国の萌酒の試飲即売会が催された。アニメ好きで知られる麻生太郎副総理も推薦するこのイベント、今回で4回目を数えるという。

実は、筆者は、『コンタツだより』の取材で、これまで何軒もの蔵元さんとお目にかかってきた。

なかには強烈な個性を持たれている社長や杜氏がいた。逆にいえば、個性が

なければ他蔵が真似のできない美味しい酒はできないといってもいいだろう。

社長や杜氏は、丹精込めて造った酒をPRする広告塔の役目を担っていないければならない。自らがモチーフとなつて酒のラベルに登場してもいいのではないだろうか。すでにキャラ立ちしている、いい味出している社長さん、杜氏さん多くいましたよ。

「ちょっと、ちょっと。キャラクターについて書くのもいいけど、あなたは酔うと、とんでもないキャラクターに変身してしまうのよ、わかっているの?」

いつものように、軽快にパソコンのキーを叩いていると細君から茶々が……、いえ、的確なアドバイスが入った。

酒を楽しむ人は、酔うほどにさまざまにキャラクターが顔をもたげてくる。ちなみに筆者は、細君曰く、くだらないギャグを何度も連発する絵に描いたようなおやじキャラだという。

飲兵衛にはわかりやすい「笑い上戸」、「泣き上戸」、「怒り上戸」のほか、酔いが顔に出ない「空上戸」、顔に出ないことに加え、酒も菓子も好きな「盗人(ぬすびと)上戸」などがあるという。

いずれにしても、他人に迷惑をかけず、楽しい酒であるなら、飲兵衛キャラ、大歓迎である。えつ、細君には十分迷惑が掛かっている? わかっているつもりです。