

## 店内で作った発泡酒をそのままお客様へ

## 事業内容

## 箕面ビールの直営店

クラフトビールとしての箕面ビールは、大阪北部、明治の森箕面国定公園がある緑豊かな箕面市にある。味のある、かつ健康を意識した身体にやさしいビールを提供することで多くの方々に喜んで頂くという基本理念のもとにビール造りに取り組んでいる。その箕面ビールの直営店としてあるのが、同社が展開する2つの店だ。

## ブルックリンをイメージ

今は大阪市内の土佐堀川沿いの店と天満市場の中にある店の2店舗で運営をする。土佐堀川沿いの店は地下醸造所をイメージしたパブで、工場直送箕面ビール10種類すべて生樽で取りそろえている。一方、天満の店は全長12mの長いカウンターが特徴の店で、常時15種類の箕面ビールが楽しめる。いずれも店内は独特の文化の発信地としても名高いニューヨーク・ブルックリンを彷彿とさせる。

## 株式会社 ハッピーアワー

代表取締役社長 八幡(やはた) 康斎(やすなり)

〒530-0033 大阪市北区池田7-4

TEL. 06-6353-5005 FAX. 06-6353-5005

資本金/1,000千円 従業員/20名

主な取引先/一般消費者

主な保有設備/250ℓ3窯式醸造装置

主力製品/ビアベリーブルーイング

企画力  
小ロット  
OK  
オンライン  
技術

## 補助事業

## 情報交換を緊密に改善へつなぐ

実はその箕面ビールの製造は、同社の八幡康斎社長の親族が経営する企業が行う。だからお互いの意思疎通は普段から行っているが、世界で行われるさまざまなコンテストで世界一となる金賞を6年連続で受賞してきた箕面ビールも、実際に店に足を運んで頂くお客様がどういう飲み方をしているのかなどの情報のやり取りをして、互いの改善を積み重ねている。

## 自ら製造に乗り出す

その中で、八幡社長らが自分たちにしかできないことを追求し、箕面ビールの新しい挑戦としても、店内で作ったビールをそのままお客様に提供するブルーパブの実現を考えた。店内でビールを醸造し、お客様は製造工程を見ながら、まさに出来立ての新鮮なビールをその場で飲めるようになる。このため、(酒税法上ではビールでなく発泡酒となる)発泡酒製造装置の導入を検討するようになった。

## お客様への一杯に妥協しない

代表取締役社長 やはた やすなり 八幡 康斎

製造から一貫して行っているからできることがあります。今でも自ら作った発泡酒をお客様に出すときは緊張します。業界を引っ張っていかねばならない立場を自負しており、お客様に出す1杯に妥協はしたくありません。



250ℓ3窯式醸造装置



店舗表



ブルックリンの雰囲気漂う店内

## 具体的成果

## 箕面ビールからも全面協力を得る

そして今回、「ものづくり補助金」を使って、同社が持つ店舗の1つ、土佐堀川沿いの店で、250ℓ3窯式発泡酒製造装置を導入した。導入に当たって最大の課題と考えられた酒類製造免許の取得については、箕面ビールを製造する企業からの協力を得て行った。今も製造面におけるフォローは全面的な協力を得ている。

## お客様に毎回異なる提案

大手ビールメーカーが販売するビールのほとんどがピルスナーという淡色の下面発酵ビールで、ホップの苦みの特徴とする種類なのに対し、同社が製造するのはエールという上面発酵で醸造するタイプを中心に、季節ごとの果物や地元の山椒などを利用して、普通のビールとはまったく違った味わいのある発泡酒。

通常マイクロブルワリーでの仕込みは1000ℓ程度から行っているが、同社が導入した仕込み装置は250ℓ。小ロットの生産で消費の回転が速いので、お客様に毎回違う種類の発泡酒の提案を可能にした。そして、どの酒類を製造し販売しているのかわかるサービスをWEBで提供している。

## 今後の戦略

## 海外からも多く来店

今では箕面産の山椒やゆず、紅茶や麦茶を使った発泡酒もできている。店を訪れる客層は20代から50代まで幅広い。ビジネス街にあるため、仕事帰りなどに近くのサラリーマンなどが気軽に立ち寄っているようだ。想定外だったのは、海外のサイトに取り上げられたため海外のお客様が多いことだ。

## 見た目にも楽しくファンを増やす

目下のところは200ℓの醸造とし、週に1回の仕込みを行い、月間800ℓの製造を行っている。販売価格は270mlが500円から700円、420mlが800円から1,000円。

現在のビール市場の中で、クラフトビールの市場は全体の1%にも満たない。しかし、近年のクラフトビールの人気により、ビール大手各社がクラフトビールに相次いで参入している。市場縮小が続く国内ビール類市場にあって、クラフトは数少ない成長市場として認識されている。

同社ではビールに興味のない人にも、見た目にも楽しめるビール(発泡酒)を作ることによって、ビールファンを増やし、ビール類の市場の拡大に貢献できればと意欲を燃やしている。

## 取材を終えて

## 品質第一を心に刻む

今でこそ人気のクラフトビールだが、ここまで順風満帆に來たわけではない。低迷していたときに頑張ったブルワリーがあったからこそ今日がある。それを八幡社長は心に刻む。だから品質管理には事のほか気を配る。夢はホップを作るところから手がけることだそう。ビールの製造は量がものを言う世界。なかなか規模的に利益を出すのは難しいかもしれないが、今後のクラフトビール市場の成長のためにも頑張ってもらいたい。

<http://www.beerbelly.jp/> (BEER BELLY)