

DOた！ HOKKAIDO vol.13



恋人の聖地から生まれた																			
ピンクの発泡酒																			

2006年7月、新しいデートスポット「恋人の聖地」に認定された石狩市厚田区「厚田公園展望台」。

中世のお城を思わせる石造りの展望台からの眺望はとて素晴らしい、特に水平線に夕日が沈みゆく頃の、この幻想的な景色がなんといっても最高にロマンチックなのです。

そして2006年12月、まるでこの「恋人の聖地」から見える美しい夕景の海の色をそのまま容器に注ぎ込んだかのように美しいピンク色をした発泡酒「カナストーリー」が、恋人の聖地で生まれたピンクのお酒という商品コンセプトで発売されました。「カナストーリー」発売から1ヶ月、ロマンチックな背景を持つ美しいピンクの発泡酒は、予想を大きく上回る月間約5,000リットルを出荷し、今も品薄状態が続く大反響ぶりです。



厚田公園展望台から望む夕陽

目の前に広がる長い海岸線。水平線に沈む夕日が、藍色と溶け合って、あたりをまたたくまに美しいピンク色に染め

そ	れ	ぞ	の	想	い	が	ひ	と	つ	に	な	っ	た	時					
奇	跡	の	ス	ト	ー	リ	ー	は	動	き	出	し	た						

「カナストーリー」は、石狩市の地ビールメーカー、株式会社日本地麦酒工房が、地域に密着した地ビールメーカーにしか出来ないオンリーワンの地域ブランド開発を目指し、同市に所在する藤女子大学、人間生活学部食物栄養学科、池田隆幸教授開発協力のもと同大学在学中の女子大生約30名とのコラボレーションによって、味・ラベル・ネーミングを共同で開発した商品です。

同社が、藤女子大学に商品開発の協力を要請し、女子大生ならではの感性やアイデアを反映させた女性向け発泡酒の共同開発を決めたころ、おもしろ石狩市では、愛を誓いあうのにふさわしい観光スポット100箇所を選定する「恋人の聖地」プロジェクトの候補地として「厚田公園展望台」を選定申請し、新しい観光地創出に向けた動きがありました。

時を同じくして動き出した二つのプロジェクトは運命的な出会いをはたして地域と地域産業と大学を繋ぎ、「恋人」や「愛」をコンセプトとした「新観光地の創出」と「地域物産品の創出」という大きな地域おこしのムーブメントへと発展していきます。

恋人の聖地「厚田公園展望台」というロマンチックな舞台は、女性向け発泡酒の開発コンセプトにぴたりとはまり、「恋人の聖地で生まれたピンクのお酒」という具体的な開発企画名が決定。

「この聖地で誕生したお酒」というイメージを商品に付加する事によって、地域ならではの差別化をはかるとともに、立体的でドラマ性のある商品背景を創り出し、「カナストーリー」を厚みのある魅力的な企画商品にしました。

この聖地が新たな石狩市の観光地になればという思いを込めて、最終試飲会や商品最終決定も恋人の聖地「厚田公園展望台」で行われました。



北海道初の恋人の聖地
「厚田公園展望台」

恋人達が愛を誓いあって鳴らす「誓い鐘」、強い結びつきを誓って南京錠をかけるフェンスがある。ここで愛を誓いあひ日が沈みピンク色に染まる海を二人で眺めることが出来れば最高の思い出にならうでしょう。

恋人の聖地プロジェクト

NPO法人地域活性化支援センターが認める「恋人の聖地プロジェクト」では、ファッションデザイナー桂由美さんが中心となり、二プロポーズにふさわしいスポットを「恋人の聖地」と名付け、出会いと結婚の象徴として選定し、さまざまなプロポーズのシーンを提案している。

現	役	女	子	大	生	の	ピ	ュ	ア	な	想	い	が	込	め	ら	れ	た				
「	カ	ナ	ス	ト	ー	リ	ー	」	の	こ	だ	わ	り									

「恋人の聖地で生まれたピンクの発泡酒」という魅力的な商品コンセプトを得て、藤女子大学の学生達は「等身大の恋する大人の女性を応援する」発泡酒を創り上げるために、発泡酒の味はもちろんのこと、ラベル・ネーミングなど細部にわたりこだわりぬきました。

「カナストーリー」はまるでロゼのシャンパンを思わせる綺麗なピンク色をしていますが、味はビールそのものの味です。他社で造られているピンク色の発泡酒は色付けしている果汁の味や風味が強いものが多いのですが、Only

Oneを目指す「カナストーリー」は紫芋と紫蘇果汁を色素としながら、その副材料の味を基本的には出していない。あくまでも本物・上質な味わいにこだわり、ビールテイストを損なわない製法でピンクの色を出しています。また、普段あまりビールを飲まない女性でも飲みやすい商品にするために、麦芽比率を一般的な発泡酒より高い25%以上、ビールより低い50%未満という、発泡酒とビールの中間的なポジショニング設定にした上、岩内海洋深層水を使ってまろやかな味わいに、石狩産ほしのゆめ『加夢加夢』という品種の米を使ってすっきりしたキレのある味わいに仕立てています。アルコール度数も4.5%と低めの設定になっています。

ラベルデザインやネーミングにもお洒落に飲めるお酒を追求。ラベルに切り込みをいれ、ラベルのシェイプされた曲線ラインを強調。幸せを叶える四葉のクローバーがフェミニンな曲線でシックにあしらわれ、大人の女性を感じさせるデザインになっています。「カナストーリー」という商品名には、お洒落な響きの名前ということはもちろんのこと、新約聖書の一節で、カナという地で行われた婚礼でイエスが水を上等なワインに変え、はじめての奇跡をしめされたという有名な節、「カナの婚礼」に由来し、幸せを叶える奇跡を起こしてくれるようなお酒になってほしい、という想いが込められているのです。



ロゼシャンパンを思わせる
美しいピンク色をした「カナストーリー」
泡までほんのりピンク色。愛、恋、結婚を連
想させる。特別に醸造された限定商品。

カ	ナ	ス	ト	ー	リ	ー	の	奇	跡	は									
こ	れ	か	ら	さ	ら	に	広	が	っ	て									

学生達が等身大の女性ターゲットのためにこだわりぬいて創りあげた「カナストーリー」は、発売とともに大反響となり生追いつかないほどの好調な売れ行きとなりました。と同時に「カナストーリー」の反響と人気は、恋人の聖地「厚田展望存在を広め、さらには「灯台」「海水浴」といったイメージしかなかった石狩市に「愛の街」「恋人の街」という新しいイメージ込みました。

地域産学それぞれの想いが一体となって生まれた「ピンクのお酒」が、まさにそれぞれの叶えたい想いを叶える奇跡をた瞬間です。「カナストーリー」が起こした奇跡はまだはじまったばかりです。「カナストーリー」ブランドを核としてさらにせた所品開発をしていきたいと語る「カナストーリー」開発責任者、日本地麦酒工房の中島量専務。

そして、「愛の街」「恋人の街」という新しい観光イメージを得た石狩市が、若い恋人たちをターゲットに今年から実施す。になった「ishikariあいロードプロジェクト」。

「カナストーリー」によって動き出した奇跡のストーリーは、これからさまざまな発展をみせてくれるに違いない。「カナストーリー」は全道各地の大手スーパー、量販店他、百貨店でも販売されています。大量生産が難しいため、現在は北海道限

2月には札幌市内の一部のコンビニで、バレンタイン特別企画商品として販売されます。北海道で愛を誓って「カナストーリー」で乾杯するというのもロマンチックな趣向。北海道旅行のお土産としても喜ばれそうな商品です。

【バックナンバー】

🔍 ページトップ