

国際ロータリー第2560地区目標
スローガン

ロータリーで善の循環を

高田ロータリークラブ会長方針

善いことをみんなと楽しく

Rotary Club of TAKADA Report

よいことの
ために
手を取りあおう



2025-2026年度

国際ロータリー会長 フランチェスコ・アレツツオ

第2560地区ガバナー 室賀信宏

高田ロータリークラブ会長 霜村浩

幹事 原野聖子

広報・会報・雑誌委員会：

齋藤尚明 小池猛紀 川上裕一 阿曾 晋
(熊田僚己・杉田貴子)

第23回例会 1月30日(金)

No.23

会長挨拶

● 霜村 浩



こんにちは。

高田では昨夜、この冬の最高積雪157cmを記録しました。只、5年前、3日間で220cmまで積もったことを思えば、個人的にはそれほどの苦労はないのかなと思っています。仲町では、この大雪で人出が少ないそうです。私も今月は仲町活動が少ないので、この週末当たり頑張りたいと思っています。除雪で儲けている業者の皆さん、雪が落ち着いたら大盤振る舞いをお願いします。

皆さんは「ヘアードネーション」という言葉を聞いたことがあると思います。ヘア（髪の毛）とドネーション（寄付）を合わせた言葉で、病気や事故で頭髪を失った子供の為、市民から寄付された髪の毛でウィッグを作り、無償で提供する活動です。当クラブOBで、元岡三にいがた証券 上越支社長の葛西弘様から先月ご案内がありました。彼は、上越支社から三条支社に異動後、ライオンズクラブに所属され、所属先クラブでヘアードネーション活動を行なっていたそうです。現在は退職し、上越の浄願時でご住職をされているということですが、お孫さんがヘアードネーションを考えているということで、ロータリークラブで、もしその様な事業の意向があるなら、橋渡しが出来ないかということです。今年度の事業としては難しいかもしれません、次年度、または次々年度の事業として考えてみてはいかかでしょうか。個人的に興味がある方も含めて、とりあえず私にご相談いただけたらと思います。

本日の卓話は、株Live Sic 代表取締役 宮本正裕様による「当社クラフトビール事業のご紹介」です。皆さんにはGangi Brewing というブランド名でお馴染みのビールですね。よろしくお願いいたします。



出席報告

出席率 100%

2025-26年度中間会計報告

原野幹事より今年度中間会計報告がありました。

委員会報告

高橋社会奉仕委員長：2/6 オークションについて



齋藤 70周年記念誌記録委員長：
70周年記念事業新バナーの紹介

幹事報告

配布物：週報22、2025-26年度中間会計報告書、
米山寄付金領収証、ロータリー財団寄付金領収証、
抜粋のしおり

卓話：

当社クラフトビール事業のご紹介

株式会社 Live Sic 代表取締役 宮本正裕様



域性を活かした多彩なビールが広がっていった。この初期のブームを「地ビールブーム」、さらに2010年後に再燃した動きを「クラフトビールブーム」と一般的に呼ばれている。

当社は2023年、上越妙高駅近くの醸造所でクラフトビール製造を開始した。最新トレンドのビアスタイルからクラシカルな定番まで幅広く展開し、併設のタップルームでは醸造設備を眺めながら出来たてのビールを楽しめる。円安による原料高騰で業界環境は厳しさを増しているものの、首都圏での販路拡大と妙高高原地域のインバウンド需要の獲得を目指し、地域に根ざしたビールづくりを進めている。

【自己紹介】

1987年 京都府宇治市生まれ。大学で化学を専攻し、卒業後は化学メーカーのダイセルに入社。転勤を機に妙高へ移り、山・海・街が揃う上越妙高地域の魅力に惹かれる。2021年に退職し、上越で出会った綿貫と共に会社設立。翌年には製造免許を取得し、発泡酒製造をスタートした。現在は妻と娘とともに上越市大貫で暮らし、スノーボード、釣り、バスケットボールなどアウトドアやスポーツを楽しんでいる。

【クラフトビール事業について】

クラフトビールは、1970年代の主にアメリカで始まった小規模醸造のムーブメントを起源とし、独自の風味や多様な製法を追求する文化として発展した。日本では1994年の酒税法改正を契機に小規模ブルワリーが各地で誕生し、地

- ◆ クラフトビール年史

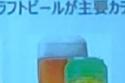
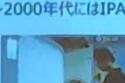
クラフトビールの起源

- ・1970年代のアメリカで、大手ビールの画一化に対する不満から、個性あるビールを求める動きが広がった。
- ・ホームブルーイング文化が成長し、多様なレシピやスタイルが生まれ始めた。



制度の転換と拡大

- ・1978年のホームブルーイング合法化により、小規模醸造が一気に活性化した。
- ・1980年代にアンカーやエシラネバガが登場し、クラフトビールの品質と存在感が高まった。
- ・1990～2000年代にはIPAを中心に人気が拡大し、クラフトビールが主要カテゴリーとして定着



◆ クラフトビールと地ビール	
地ビール	クラフトビール
ブームの時期 飲むシーン ブランディング ビールスタイル	1995年～ 酒税改正を機に 2005年旗下火に ご当地、お土産、 ピアガーデン 地元、ご当地ビール お土産 まち起こし 伝統的なドレッスタイル
	2016年以降 急増 毎年5～10%の成長 全国ビアリストでの提供 より日系化 小洒落た雰囲気、フタ賛美アイテム
	プラス プラス プラス プラス

