

今回の小西酒造さんへの訪問では、イタリアのフィールドワークについての報告をしましたが、上手く順序立てて報告をすることができなかつたことを少し後悔しています。小西社長からの、同じ話を聞いても聞く人によって感じ方が異なるというお話が一番印象に残っています。私たちは、イタリアでのフィールドワークでワインバンクを見学している際に、ガイドの方から、ワインバンクの日本酒バージョンがあっても面白いのではないかというお話をいただきました。そのことを小西社長に報告をすると、高校生の私たちが、ワインバンクでの日本酒についての話を興味深く感じてくれたことを嬉しく思うとおっしゃってくださいました。また、何かを見たり聞いたりしたときに、何を感じて何を考えるのかが大切だということを教えていただきました。どうして大切なのかというと、同じものを見て、同じ話を聞いても、その人の受け取り方によっては、その情報以上の価値のあるものとなるかもしれないからです。反対に、どんなに素晴らしい情報を手にいれたとしても、受け取り方によっては、その価値が半減してしまうこともあるのだと思いました。また、今後、どのような情報に対しても積極的に受け取ろうとする姿勢を持つようにしたいと思います。

今回の小西さんへの訪問では、Japan Fair や今回のフィールドワークに対して、外国人への物の提供の仕方や、アンケートをどのように工夫すればいいかなど、様々なことを教えていただきました。それらの改善点を今後の SGH での活動に活かしていけるよう、下の学年に伝えていかななくてはならないと思いました。アンケートを集計し報告書を作って、小西酒造を訪問する準備をしていましたが、当日になると緊張もありあまり上手く説明出来なかつたのが悔しかったです。それでも小西社長に、お世辞ではなく本当に素晴らしい、と褒めていただけて嬉しかったです。江戸元禄の酒の試飲を行なったとき、直接感想をインタビューできなかつたことを反省しました。そのせいでなぜこの飲み方がこの順位なのか、ということがわからなかつたので報告書にアンケート結果を書くだけになってしまいました。アンケートの取り方について質問すると、アンケートはプロでも作るのが難しくあまり細かく作ってしまうと恣意的になってしまうこともある、と教えていただきました。それではアンケートの意味が無くなってしまうので難しいと思いました。食科学大学のワインバンクの日本酒バージョンを作ったらいいと勧めてもらった話をお伝えすると、小西社長もワインバンクを訪れたことがあるそうで、人それぞれ関心を持つことは違うのにも関わらず、その話が私たちの中で印象に残って、小西社長に話したということのことを喜んでいただけました。イタリアやフランスでは、ワイン以外の食間酒が少ない、という話には驚きました。日本よりも外国での方が江戸元禄の酒は人気だそうです。温かい料理は週に 1 回程度だという話も興味深かったです。イタリア人はセンスがよく、服装もブランド物をただ身につけるのではなく組み合わせでおしゃれに着こなすことができるように、ワインなどもラベルなどでのブランディングが上手いという話も聞かせていただきました。今回は、私たちのイタリアフィールドワーク報告を目的として訪問させて頂きましたが、それ以上に得るものが多く、良い経験になりました。