

わたしたちの本物を、本物のままで世界へ届けるために | 文化事業家の培養プログラム#ファーマンテーション

越境人材としての文化事業家#ファーマンテーターをつくりだすプログラム「GOOD TASTE | FERMENTATION」をここに始め、参加者を募る。

このプログラムは日本の文化事業を営む人材や文化事業家とともに、国土や概念を越えていく「越境商人」を育てる生態系づくりの一環となる。



いま日本には「文化事業家」が求められている。

海外の事業家たちは、趣味・遊び・浪費としての日本の文化資源からインスパイアを受けた文化事業の展開で、莫大な経済的恩恵を受けている。

日本のお家芸である技や味、知恵を世界はブラックボックスのまま国外に持ち出している。しかもその多くは、本質を欠いたまがいものだ。

Sushi, Dashi, Miso, Shoyu, Matcha、ジャパニーズクラフトもまた**Wabisabi** や **Zen**、**Kintsugi**と もっともらしいパッケージで売り出され、利益も名誉も流出している。

ちゃんと「本物」が逆輸入されつつ、そのエピソードが知られないでいるケースもある。

たとえば、日本では昭和の喫茶ブームから当たり前のようにコーヒー1杯の豆を選ばせ、客の目の前でハンドドリップしていたのだが、ここにインスピレーションを受けたのが「ブルーボトルコーヒー」

カリフォルニア州から海外1号店として東京・清澄白河に展開し、日本にその手法を逆輸入されたサードウェーブコーヒーは、ライフスタイルごと引っ提げて日本のコーヒー愛飲者を席卷した。

ポイントは、日本への持ち込み方がじつにオーセンティックだったことだ。まだ地価が安く、公園や現代アートギャラリーが集い老舗ロースターもある清澄白河という地で、スキーマ建築計画が店舗設計を行なった。わざわざ出向く場所となったばかりか、競争ではなく共存を提示してきた。

単なる手法の逆輸入にとどまらず、的確に「本物」をパッケージングした。それがスターバックスへのカウンターカルチャーともなった。

逆輸入されてこそいないものの海外で急成長している一つの事例が、デンマーク・コペンハーゲンでNoma出身者が創業した「Empirical Spirits」
発酵技術や独自の原材料を活用した蒸留酒ブランドでありつつ、スピリッツにとどまらず調味料やシーズニングの分野にも進出している。

アメリカ市場へ進出し、NYブルックリンに設けた蒸留所は総合的な拠点として、発酵・蒸留・ボトリング・研究開発・テイスティングルームを備える。旨味豊かな調味料を開発し、料理の風味を引き立てる製品を提供している点。

まさに日本のお家芸をしてやられた、すばらしい事例といえる。

こうした現状は文化盗用と憂うほどのことでもない。文化は活かされてこそ存在するのだし、日本の文化資源が「稼げる」ことをすでに立証してくれているわけだから。

一方で、日本の内側からこそ見いだせるオーセンティックを打ち出せるはずなのに、その機会損失が生じていることも肝に銘じなければならない。

日本が培ってきたわたしたちの文化を、「文化事業」としてわたしたち自身が担い、誇りを持って国内外に打ち出していくべき時だ。



わたしたちは、「文化事業家」を以下のような取組みを行う存在と定義している。

1. 新たなライフスタイルの象徴を生み出す

特定の嗜好や世界観を体現する商品やサービスを通じて、人々の新しい生き方や価値観を提示する存在。

2. 土地・エリアの価値を高める

その土地固有の歴史、習慣、あるいはコミュニティを掘り下げ、独自の切り口でエリアの魅力を高め、価値を再定義する存在。

3. 産業を地域外に置換できる仕組みと成長性を持つ

特定地域に根ざした活動でありながら、その知識や技術、あるいは生み出す価値が地域を越えて展開・応用され、持続的な成長の可能性を秘めた存在。

4. 企業活動がレガシーとなり、聖地化する

その活動自体が歴史を刻み、多くの人々にとって精神的な拠り所や探求の対象となりうる、求心力を持った存在。

5. 企業活動のあらゆるプロセスが体験価値となり、独自のツーリズムを展開する

日々の営みや創造のプロセスそのものが人々にとって魅力的な体験となり、それを核としたユニークな文化観光や文化交流を生み出す存在。

一つひとつの項目について、検討し、どこにポテンシャルがあって伸ばすべきなのか、どこが不足していて補うべきなのか、文化事業家となっていこうる方々と伴走していく。

参加者たちはその過程で、旅の深さをつくる「三つの教養軸」を学び、実践していく。

1. 生活教養(日常の中にある実践的リテラシー)

食べる、書く、撮る、記録する

2. 美的教養(センスの育成)

美しいと感じる、表現する、感情を言葉にする

3. 文化教養(地域の奥行きの翻訳)

歴史や背景を知り、文脈を理解する力

この3つの軸をプログラムへの参加やオプションツアーの中で結びつけることで、単なる「観光」から「教養としてのツーリズム」へと進化できる。

これは、文化事業家に必須となる「企業活動のあらゆるプロセスが体験価値となり、独自のツーリズムを展開する」ことを学ぶことでもある。



これからは「文化事業」の時代がはじまる。

時代はほぼ60年ごとに巡る。1844年／1904年／1964年／2024年という4つのアンカーイヤーを並べてみると、いずれも大きな災害や戦争、制度の再編成が起こった年であり、価値観の再定義と技術革新が重なる不思議な共通点が見つかる。

- ・1840年代の天保の飢饉と明治維新前夜
- ・1904年の日露戦争と資本主義の浸透
- ・1964年の東京五輪と家電の大量普及
- ・そして2024年のコロナ、生成AI社会の幕開け

変化は連動している。これらの年に前後して生活プロダクトが革新され庶民の手に届くようになることで、生活者の価値観が変化し新しいライフスタイルが形成されてきた。

消費社会への抵抗から生活文化の回復と転換が起きようとしている今、新しい文化を遊ぶ文化事業家たちが水面下に現れている。あるいは、経済の論理と暗黙知であった文化の精神性を翻訳しながら媒介していく人たちの時代が動き出している。

これまで経済化できないと思われていた文化的価値は、経済的価値にただしく転換することができ、しかも文化的価値を消費されることなくその「質」を高めていける。

これからのわたしたちは生き方・働き方・学び方をドラスティックに変えていく必要がある。生成AIが生活の多くを肩代わりするようになっていき、エンジニアの大量リストラなど早々にその影響が現れ始めた。

「生活を買う(消費する)」のではなく、「生活をつくる(制作する)」こと。人間に残された“人間らしさ”とは、制作し、迷い、失敗し、試行錯誤することだ。その態度こそが、生成AI時代のサバイバルスキルになっていく。

文化事業家は趣味・遊び・浪費の行為の延長線上に事業の種を作る。始まりはなにごとにも「良き趣味(GOOD TASTE)」から。

このプログラムへの参加とそこでの学びと実践の活動が、目前に迫る時代を豊かに稼いで遊びながら生き抜いていく準備の一助となるはずだ。



「GOOD TASTE」は複数のカテゴリーで展開していくが、まずは発酵および菌を資源として文化事業を創生するファーマンテーターを養成したい。

2017年、秋田湯沢のヤマモ味噌醤油醸造元七代目高橋泰さんとの出会いがこのプロジェクトの要となっている。敷地の日本庭園の再整備、茶室づくりをはじめ、アートギャラリーの設置、神社の氏子総代としての石垣再生、蔵のオーベルジュの設計など続々と手がける、紛れもない次代を歩む文化事業家である。

彼との対話を通して、醤油や味噌、旨み、発酵などのお家芸が、続々と国外に出回っていつていくことへの警鐘と危機感に共感を得た。そして形だけ真似たまがいものもまた、利益だけ出せば店舗数を増やしている実感を、海外で目の当たりにしてきた。

本場日本へのインバウンドで人々が日本の食や文化の「本物」を理解し始めている中、まがいものは早々に終止符が打たれることにはなるだろう。

そのとき、「本物」を打って出るのは誰か？

この逼迫した技・味・知恵の流出の状況に抗して、抜本的な産業置換を起こすビジョンをわたしたちは掲げる。

「本物」を打ち出すためには、マーケットに近い海外拠点を持って生産工場としてのマイクロブリュワリー兼レストランを作ることだ。小さい樽、麹、酵母を持ち出せば、すぐに仕込むことができる。実験的なプロトタイピングをしつつ実食の販売を兼ねれば、国内の3倍の値段で売れるので、実験をひたすら重ね続けられる。

素材の核となるのは、**2020**年に七代目高橋泰さんが発明、特許を取得した、土着の蔵付き酵母からの試験研究による新しい酵母菌、および発酵物。この革新的な蔵付き酵母を世界に羽ばたかせたいとわたしたちは考えている。

具体的には、**2027**年夏までに欧州圏(ドイツ・ベルリン、あるいはスペイン)に発酵のインキュベーション施設をつくり、酵母菌を持ち出して活用した発酵物、ワイン、調味料、ジン、日本酒、どぶろく、味噌をローカルメイドで売買していく。

一方、国内ではオーセンティックな現地ツアーが組まれており、マイクロブルワリーから送客された人々が本場の「本物」を知る。
そして海外でこそ真価が発揮される日本の土着の文化のオーセンティシティは、やがて凱旋する形で日本国内でも展開していくことができるだろう。



「**GOOD TASTE | FERMENTATOR**」はその準備段階に当たる**2**年間をともに過ごすことができる。

もちろん発酵を活かした基礎的な技術、食の開発を学ぶことができ、国内現場に関わるだけでなく、希望によっては海外プロジェクト(海外現地に赴いてのテストマーケティングやトライアル)への参加も可能となる。

渡航の前段階としての**2025**年があり、**GOOD TASTE**(良き趣味)→エバンジェリスト(副業としての新しい仕事)→越境商人(独立して本業にできる文化事業の創業)と順を追って、学び方・働き方・生き方へも展開しうる。

わたしたちはエリートスノブや単なる消費主義ではなく、お金では買えない生活の質を万人に開放していきたい。

単なる流行の消費として「発酵」をコンテンツ的に捉えている人、実践より理論重視の人、短期間で即効性のある答えを出すことや、ビジネス、生活上の問題解決を目当てにホップしている人には勧めない。

求める参加者像は遊び心と野心を持つ人、生活文化や地域文化を現場で掘り下げたい研究者やクリエイター、仕事に手触り感がなく飽き飽きし始めているクリエイティブクラス、経営層、ミニマリスト、料理人、フィールドワーカー、デジタルノマド.....

文化を「本物」のままに適切に培養して海外に輸出する「文化商社」であるわたしたちは、次代の「文化事業家」および「越境商人」を見いだして育てる。

「越境商人」としての経営的手腕を学びながら、座学・実践・旅を回転させつづけるためのライフハックプログラム「GOOD TASTE」。ご参加をお待ちしています。

guide | 開催概要

日程：

2025年7月より順次開催／初回は都内某所(松濤)

内容：

- ・月に**1度**のリアルでのホームパーティへの参加権
(シェフ招聘・レシピ共有・食事代込、主に東京・参加者により関西圏も検討)
- ・オンラインホームクッキング講座への参加権(アーカイブ視聴あり)
- ・GOOD TASTE コミュニティ参加
- ・定期的な発酵ツールキットの提供(月に**1回**程度)
- ・オプションで、月に**1回**程度のローカルツアーへの参加権
(ツアー行程への同行・文化事業家やシェフとのネットワーキング・食事代一部込)
秋田湯沢、山形、静岡、岐阜美濃太田、京都、大阪、函館、鹿児島など
FERMENTATORのみならず他の**GOOD TASTE**ローカルツアーへの参加
- ・オプションで、年に**2回**程度の海外視察ツアーへの応募権

定員：

12名(最小催行**6名**～)

参加に際して当落あり

参加費(テストパイロットユーザー特別価格/**2025年9月末登録**まで)：

月額 **2万9800円**(税抜)

年額一括 **32万8千円**(税抜)

参加費とは別途必要となる見込経費：

ホームパーティ開催現地(主に東京)への交通費

オプションツアーを希望する場合の、開催現地への交通費・渡航費、宿泊費
(原則、ツアーは現地集合・現地解散)

募集時期：

定員まで随時募集

オンライン説明会：

7月16日(水) 18-20時

schedule | 開催日程

8月17～25日

ドイツ・北欧諸国・スロベニア・クロアチアほか発酵の最前線および文化事業家をめぐる海外視察ツアー（現地集合・解散、部分的な参加可能、24日はスロベニアで出店あり）

ほか

東海・中国地域へのローカルツアー（24pillars）

東北地方へのローカルツアー（ヤマモ味噌醤油醸造元、とおの屋 要）

clubmate | コーディネーター

本村拓人 | takuto motomura

世界110ヵ国以上を訪れ、バングラデシュからアフリカ大陸を陸路で横断。都市と辺境、国家と個人、資本と文化の狭間を歩き続ける中で、あらゆる社会の「未定義領域」を探求することが人生の仕事になる。

2009年、BOP市場での事業開発を契機に株式会社Granma設立。貧困、医療、流通、地域インフラを横断する現場から“暮らしと創造の編集”を実践。2010年「世界を変えるデザイン展」主催。2013年、マレーシア科学技術省と共に「Asia Grassroot Innovation Forum」主催。以降も「Design for Freedom」「border sessions Japan」「fermentators week」等、カルチャーフェスを主催して、国内外の文化資本の発展に寄与している。

2022年2月19日よりtact代表。国家機関、大使館、メーカー、地方自治体、大学、研究機関と連携しながら、宗教、デザイン、外交、医療、発酵、地域開発、生活文化、工芸、農村インフラなど、あらゆる分野の未踏地を編集する「文化領域開拓者」として活動。

キーワードは、“新領域”“文化の流通”“創造の温度”。

思想・都市・生態をつなぐ実践知を通して、未来の社会構造を描いている。

酒井一途 | itto sakai

1992年東京生まれ。慶應義塾大学文学部卒。地域文化、アート、工芸等、領域横断的に聴き手となり、取材記事を作成。文化庁より民間委託された令和3年度文化観光高付加価値化リサーチチームとして、全国の文化・観光・まちづくりに携わる方々へのインタビュー及び記事執筆・編集を務めた。

豊岡演劇祭の立ち上げに参画。以来、地域コーディネーターとしてアーティストの作品制作におけるリサーチやプロジェクト進行をバックアップする。ほか豊岡エリアのアテンドや要職者との関係性構築を文化庁職員、観光庁事業関係者、東大・慶應SFC鈴木寛ゼミ、立命館大金井文宏ゼミ、台湾國立暨南國際大學、灘中高生徒有志、他地域からの視察者等に対して行う。

<http://ittosakai.net>

about tact | 主催

わたしたちは「文化商社」です。

発酵、工芸、観光、教育、趣味、外交、都市...etc

様々な領域のあいだで「未踏の文化」を拓き、流通させる

それが、文化商社としてのわたしたちのミッションです。

生活に宿る場と記憶、そこに生まれる共犯的な関係性こそが、現代において最も強く、越境する価値となり得ると考えています。

文化事業を起爆剤とした新領域の創出と培養、循環を生み出します。

3つの事業

文化商社としてのわたしたちは、主に以下の3つの事業を展開しています。

1. 文化事業家への投資・事業支援

独自の文化活動を通じて新しいライフスタイルや価値を生み出す「文化事業家」に対し、事業投資とハンズオンでの事業支援を行います。

人生における「三つ目の仕事」としての文化活動を支援するプログラム「**THIRD THING**」をローンチ。文化事業家が持つ知見やスキルをプログラム化し、ビジョン提示、ファイナンス、新規事業構想といった多角的な側面から、彼らの事業の成長を後押しします。

2. 文化事業家を起爆剤とした都市開発・地域再生とIP化

文化事業家を起点とした都市開発や地域再生プロジェクトを推進します。特定の文化事業家、あるいは複数事業家と共同で生み出した商品を「**IP**(知的財産)」として確立。その**IP**を国内外に「越境」させ、広く展開することで、地域や都市の価値を永続的に高める仕組みを構築します。文化を核とした持続可能な地域づくりのアプローチです。

3. 文化資源を活かした教育プログラム・文化観光ツーリズム開発 (**GOOD TASTE**)

文化事業や地域の文化資源を媒介とした、独自の教育プログラムや文化観光ツーリズムを開発します。人生に没頭できる趣味を全国で発見する「**GOOD TASTE**」はその一例です。企業活動のあらゆるプロセスを体験価値に転換し、人々の共感や関与を促すことで、地域への新たな人の流れを生み出し、文化資源の価値を再発見・共有する機会を提供します。