

《地場産品発掘・ブランド化》

みまたちよう
宮崎県三股町「濁酒特区による町の活性化」



みまたちょう

宮崎県三股町「濁酒特区による町の活性化」

どぶろくづくりを核とした地域振興

構造改革特区制度の活用によるどぶろくづくり及び、 地域ブランドの育成

誰か宮崎の地でどぶろくづくりに取り組んでみないか——。構造改革特区の活用で観光振興を目指す宮崎県の呼びかけに応じてひとりの男が立ち上がった。「自分のつくった酒で来訪者をもてなしたい」という強い思いに支えられた木下行春^{きしたゆきはる}氏は、酒造りのスペシャリストの協力を得て、日本最南端のどぶろく特区三股町でどぶろくづくりに成功した。

しかし木下氏につづく第二、第三のどぶろく醸造に取り組む者はなかなか現れない。「このままではどぶろく特区自体が立ち消えになり、地域の活性化につながらないのではないか——」そんな危機感を感じた町の人々により、取り組みは新たな局面を迎えることになる。アイデアを駆使した加工品、そして地域ブランドの創出。「どぶろく」を核として広がった地域おこしとは？



出典)三股町 HP(2010/03/31 参照)
http://www.town.mimata.miyazaki.jp/modules/contents2/index.php?content_id=10

◆取り組み概要

●取り組みの目的

「どぶろく」を核とし、地元の風土を活かして、食と文化、人等を総合的にプロデュースし、また三股町の全国レベルでの情報発信に積極的に取り組み、それを交流人口の増加と農業の活性化、農業後継者の育成につなげていくことで地域全体の活性化を図っている。

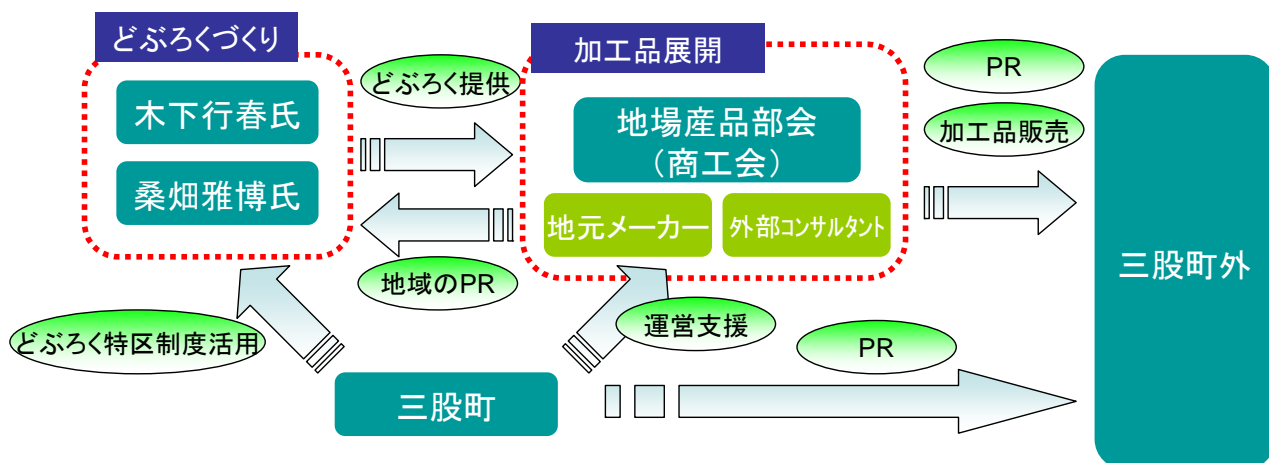
●取り組みの内容

- ・構造改革特区の制度を活用したどぶろくづくり及びどぶろくを活かした加工品の生産。
- ・どぶろくづくり見学をはじめとする三股グリーンツーリズムの実施

●取り組み主体

- ・木下行春氏
- ・商工会（地元各商店）
- ・三股町役場

◆取り組み体制



◆取り組みのポイント

1. 構造改革特区制度の活用

町役場が特区制度を活用しうる人材（木下行春氏）と信頼関係を築いていたこと、またどぶろくづくりをサポートできる人材（桑畑雅博氏）のコーディネートまで行うことで、構造改革特区制度のチャンスを活かすことに成功した。

2. 情熱を持って、三股町の振興のために取り組む「人財」

焼酎の文化圏で、「どぶろくづくり」への挑戦を快く受け入れた木下氏と、木下氏や町役場の熱意に応え、ほぼ土日も休みを取ることもなくどぶろくづくりに取り組む桑畑氏。煩雑な手続きや人と人のつなぎ役に徹した町役場担当。地域への強い思いを持つ「人財」がいて、はじめて「日本最南端のどぶろく特区」が誕生した。

3. 考える姿勢と体制を持つ商工会の参画

商工会のなかに「地場産品部会」という、新製品づくりを検討する場が整っており、スピーディにどぶろく加工品づくりを行なうことができた。

4. 地域全体で取り組むイメージ戦略

地域ブランドとして「◎の町みまた」を宣言、商標化することで、町自体の認知度アップを行うとともに、どぶろくに関わりが少ない人も取り組みに参加できる流れを作り出した。

取り組みによる成果

- ・町がどぶろく特区に認定されることにより、新たな地域資源を創出した
- ・多様などぶろく加工品の製品化に成功した
- ・どぶろくに留まらない地域ブランド展開を行っている

今後の展望

- ・どぶろく製造農家の増加、新たな商品開発による加工品の展開の拡大
- ・情報発信地「よかも◎や」を核とした三股ブランドの発信・販路拡大

三股町の概況

二つの側面をもつ町

三股町は宮崎県の中央部に位置する人口約25,000人の町である。県下第二位の規模を誇る都城市と隣接している地域ではベッドタウンとしての側面があり、人口増加が続いている。比較的若い世代の居住が増加していることもあり、町全体の人口構成も、平成17年国勢調査時点で15歳未満の若年者人口比率が17%と県内で最も高い。一方で、都城市と接していない地域においては、集落の過疎化、少子高齢化が進んでおり、この地域格差を埋めることが課題となっている。

2000年代初頭の平成の大合併時には、結果として都城市及び周辺町村と合併しなかったが、現在は、周辺町村と合併した現行の都城市と「定住自立圏構想」に基づく協定を締結し、地域間連携を行っている。

自然・歴史・文化のまち

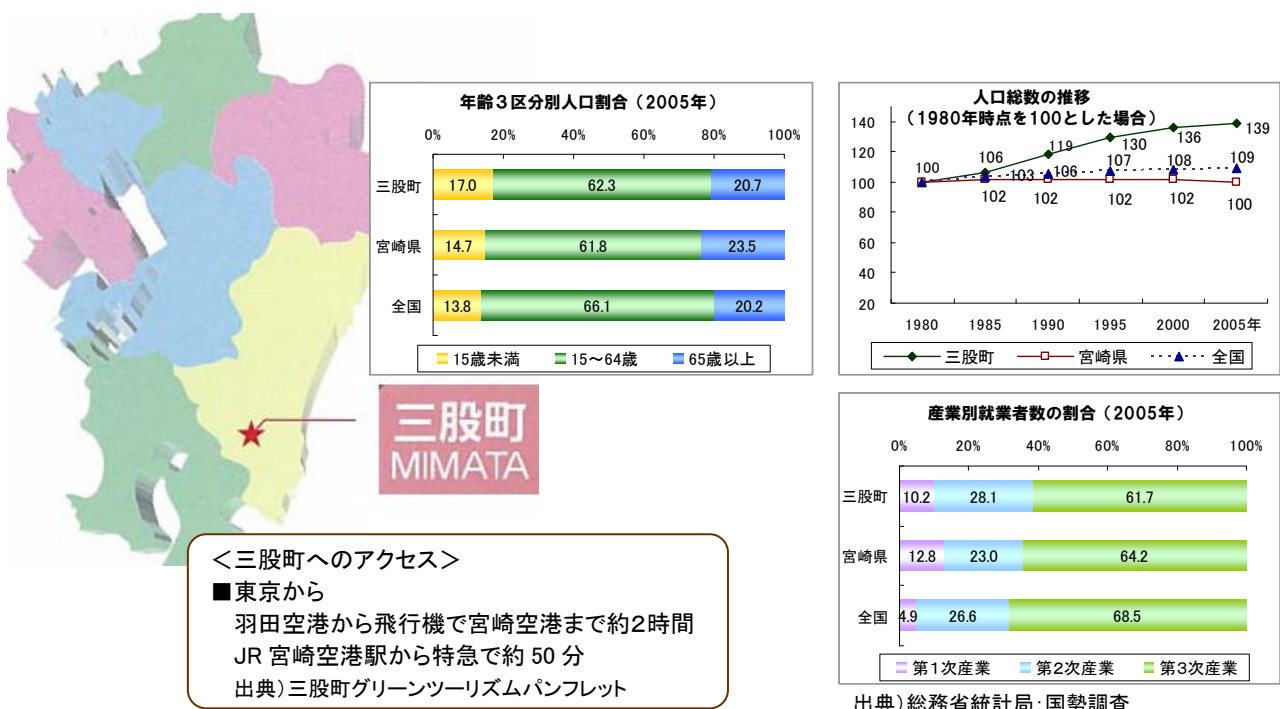
これまでに発掘されている遺構などから、三股町域には新石器時代から人が住んでいたことが分かっている。また江戸時代は薩摩藩に属しており、街並みにもその名残が残っているなど歴史的な資源が豊かなまちである。教育尊重の気風が高く、地域ごとに郷土芸能の保存などが活発であり、「ごったん」という南九州に古くから伝わる板張りの三味線や「手打刃物」「都城大弓」「都城木刀」といった薩摩武士がいた時代の名残を感じさせる伝統工芸の技術が、今でも守られている。

取り組みに至る経緯

宮崎県にどぶろく特区を！

かつては新婚旅行の定番の地であり、観光の盛んだった宮崎県であるが、近年では海外や沖縄に観光客が流れ、入込客数は長期的に低迷傾向にあった。この状況を打破すべく、宮崎県は、県内市町村と連携し、様々な政策を打ち出してきた。

そうしたなか、自治体の工夫により地域活性化



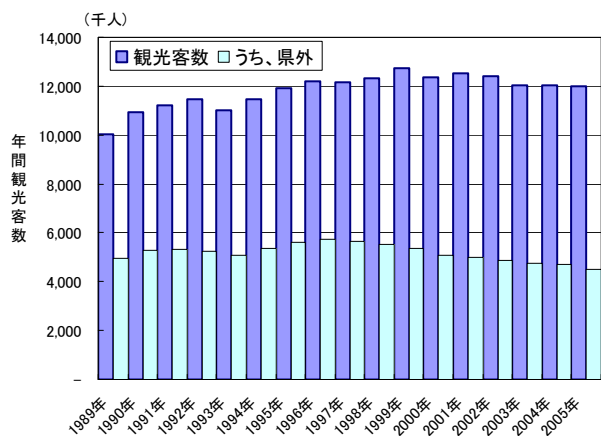
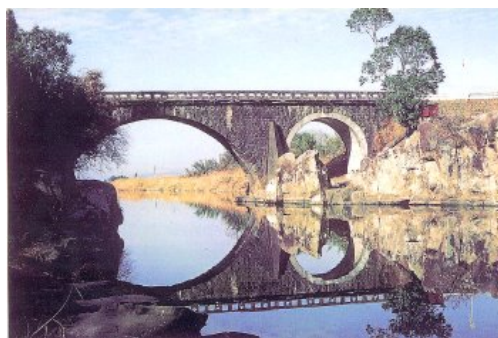
をはかる構造改革特区制度が 2003 年に創設された。宮崎県でも神話の時代から続く豊富な文化遺産を活かして再び観光を活性化させようという機運が高まり、県が主体となって「神話・伝説のふるさとツーリズム特区」が誕生した。これは、2003 年 6 月に開通した「ひむか神話街道」を基盤として、その周辺の市町村を結び、観光の振興及び都市住民との交流の促進による農山村地域の活性化を図ることが目的である。具体的な特例措置の一つとして「農家民宿等における濁酒の製造免許の要件緩和」が位置づけられた。

それまでに国内ではどぶろく特区が 20 箇所程度あったが、そのほとんどが、「米のお酒」すなわち日本酒文化圏であり、また、かつて神社の祭りなどでどぶろくを食するなど、文化としてどぶろくに馴染みのあった地区である。宮崎県も、県北地域を中心に、戦前までは農家などの家庭で自家製どぶろくをつくる文化があったというが、現在は焼酎文化圏である。どぶろくを飲むどころか、見たこともない人の方が圧倒的に多い。ただ、だからこそ、どぶろくは大きなアピールポイントとなる。ぜひとも県内にどぶろく特区がほしい。誰

かどぶろくづくりに取り組む人はいないか——。様々な条件をクリアできるような事業者を県の担当が探すものの、ほとんどの市町村は手を挙げることはなかった。ただ、ある町役場と、その町に住む「百姓」という呼称に誇りを持つひとりの男を除いては——。

Point どぶろく特区とは？

日本においては、酒税法の規制により一般の家庭でどぶろくを含む酒造りを行うことは違法とされる。どぶろく特区とは構造改革特区のひとつであり、特区として認定された地域では酒税法に定める最低醸造量（年間 6 キロリットル）の基準が適用されなくなる。区内で「どぶろく製造免許」を取得するためには、(1) 地域で農業を営んでいる(2) 民宿やレストランを営んでいる(3) 自ら生産した米でどぶろくを製造できる という三つの要件を満たす必要がある。しばしば誤解されがちな点であるが、どぶろく特区だからといって誰でもどぶろくをつくることできる、というものではなく、前述した条件を満たすことに加え、免許の許可後も、各種台帳の整備等について、通常の醸造所と同レベルの基準を満たすことを求められる。



↑ 宮崎県の年間観光客数の推移

観光客の総数は近年横ばいであるが、県外から訪れる観光客が減少傾向にあることがみてとれる。

出典) 平成 19 年度全国観光動向 より作成

← 三股町の観光スポット

毎年 4 月に行われる「椎八重公園つつじまつり」や、戦前に掛けられたためがね橋が残る矢ヶ淵公園など、三股町には観光スポットがいろいろあり、南九州地域を中心に観光客が訪れる。出典) 三股町 HP (2010/03/31 参照)

http://www.town.mimata.miyazaki.jp/modules/contents2/index.php?cat_id=3

木下氏の挑戦

どぶろく特区の話をも町役場の人間から聞き、二つ返事でどぶろくづくりを決めたのは、当時三股町で農家民宿を営業していた木下行春氏（地域人材ネット登録者）である。

木下氏はもともと、和牛肥育を中心に、米、そば等を栽培する専業農家を営んでいた。自らが所有する田畑の耕作だけではなく、地域の求めに応じて委託耕作も手がけていた。「農業で三股町に貢献したいとの思いがある。同じ思いの高校時代の同級生と2人で頑張ってきた。」と木下氏は語る。

そんな木下氏が2000年に県の農業事業普及協力員の研修でヨーロッパに行った折に、ドイツの民家に宿泊したときに受けたおもてなしをきっかけに、民宿「そば道場百姓屋」を始めることにした。宿泊者の希望に応じて、農業体験の機会を提供している。

「研修でドイツに行ったときに、地元で民家宿泊をしたのがきっかけで、自分でもグリーンツーリズムに取り組みたいと考えて、帰国後に民泊をはじめました。ヨーロッパを訪れた際に印象的だ

ったのは、「背伸びをした宿泊業」ではなく、普通の農家が、いつも家族で食べているような、地元の食材を使った自然体の料理をふるまい、自家製のワインやチーズでもてなす、「自然体のおもてなし」です。味はもちろん、おもてなしの気持ちに感動しました。」

観光に来た都市の人をもてなして喜んでもらうだけでなく、農家が自分で栽培した葡萄を使ってワインを生産、それを来訪者に提供していたドイツでの体験は木下氏に強い影響を与えた。地元の安全な食材にこだわることで、農業が消費者の信頼を勝ち取っていくことにも繋がるのではないかと――。

そんな気持ちが芽生えた木下氏は、帰国後、直ちにそばづくりや宿泊が出来る場を作ろうと倉庫を改装、地元で生産したそばを使いそば打ちを教える道場を開いた。

そんな木下氏だからこそ、これまで「観光の目玉がない」と嘆いていた町が「新たな目玉に」として、すぐるような思いで木下氏にどぶろくづくりを提案した際、快諾したのも納得のいくところだ。



↑木下氏の経営する農家で飼われているヤギは、来訪者があると人懐っこく寄ってくる。

←木下氏が経営する農家民宿「百姓屋」

木下氏が経営する「百姓屋」は長期滞在型の農家民宿であり、農学校の研修生などが訪れる。屋内の一角に設えられた醸造所は夏場を除いて常時フル稼働しており、木下氏が毎朝仕込みを行っている。醸造所のすぐ隣にはカウンターが設置されており、自家製のどぶろくを酌み交わすことが出来る。



どぶろくづくりが軌道に乗るまでの苦勞

そうはいっても木下氏の挑戦は必ずしも順調に進んだわけではなかった。第一に、どぶろく製造免許を取得するための酒造りのノウハウが木下氏にはなかった。

この問題に対応するために、大手酒造メーカーで焼酎づくりに携わってきた桑畑^{くはたまさひろ}雅博氏をスカウトし、二人三脚でどぶろくづくりの研究を進めていったという。それまで面識がなかった木下氏と桑畑氏であるが、共通の知り合いだった町職員の紹介により出会うこととなった。もともと、消防団等地域の活動にも参加するなど、地域への思いが強かった桑畑氏なので、木下氏の熱意に惹かれ、申し出を快諾し、どぶろくづくりに取り組む体制が出来上がった。

しかし酒づくりの専門家といっても桑畑氏の専門はあくまで焼酎であり、納得のいくものが出来るまでには試行錯誤が続いた。「これが焼酎だったら普段飲み慣れているので、試作品がおいしいかどうか判断もできますが、どぶろくはつくってみても味の判断がなかなか出来ませんでした。」と桑畑氏は振り返る。最終的には、地域の

酒造会社の商品開発部門の協力を得て、試作品のなかから最も味がよく、食事にあう麹を見つけ、どぶろくの本醸造にとりかかることが出来た。そしてついに2005年、完成したどぶろくが「百姓の微笑み」である。

現在の取り組み

どぶろくを活かした加工品の開発

どぶろくづくりは、許可に当たっての前提条件を満たす農家が町内で木下氏以外にはなく、新たに手を挙げる人もいたが、許可には至っていない。

かといって、どぶろくづくりで盛り上がった機運や町内の連携体制がしぼんでいってしまったらもったいない。木下氏に続き、どぶろくづくりを行ってくれる人を探すと同時に、地域の活性化のために、新たな「矢」をうつことができないか。そんな思いから、三股町商工会が動いた。木下氏のどぶろくづくりが軌道に乗り始めていた2006年、中小企業庁の「地域資源∞全国展開プロジェクト（小規模事業者新事業全国展開支援事



←よかも④や「みまた④どぶろくセット」

商工会が通販で売り出している「みまたんよかもんふるさと便ギフト」では、木下氏のどぶろくと地元産の米、やまめの昆布巻きのセット商品を購入できる。一箱で三股町の味覚を堪能できるようになっている。

出典)よかも④やパンフレット

↑どぶろく「百姓の微笑み」

木下氏、桑畑氏が苦心の末につくりだした三股町産のどぶろく。

普通の日本酒よりもアルコール度数は低く、女性にも飲みやすいと人気である。原料に古代米を利用した「赤いどぶろく」と紅白セットで買って帰る方も多いと。

出典)三股町商工会 HP (2010/03/31 参照) <http://www.miya-shoko.or.jp/mimata/>



地域人材ネット
登録者

百姓屋

きしたゆきはる
木下行春 氏(左)
くわはたまさひろ
桑畑雅博 氏(右)



どぶろくづくりのパイオニアのお二人。パイタリ
ティあふれる木下氏と、酒造メーカーで勤め上
げた桑畑氏のコンビがあってこそ取り組みは
成功したといえるだろう。今日も二人は朝の5
時から麴の仕込みを行う。

「どぶろくをもっと知ってもらいたいです」

Q. どぶろくをつくり始めるまでにどんな苦労がありましたか？

(木下氏) 桑畑さんに加わってもらうまでは、どうすれば良いのか、本当に苦労の連続でした。特区といっても、南九州では初の取り組み。許可を受ける私達も、許可をする税務署も手探りでした。許可に当たっては、他にも保健所への手続きがあり、役場に手助けしてもらいながら、許可を得ることができました。許可を得た後も、好き勝手にどぶろくをつくるわけにはいかず、酒税の関係で毎年の税務署とのやりとりなどの手間がかかる手続き等は大手の酒造会社と同じ内容のものを全部こなさないといけないので、一人だったら途中で挫折していたと思います。どぶろくづくりの勘所を押さえるまでには苦労しました。製品として出すまでには東北地方のどぶろく特区に行ってみて、味の参考にしたりして、普通の日本酒でなくて甘酒の雰囲気に近い、フルーティな三股町独自のどぶろくに作り上げていきました。アルコール度数も控えめにして、高齢者の方や女性にも飲みやすいどぶろくにしたのが特徴です。どぶろくについては、現在も、愛飲者のご意見を踏まえながら、改良を重ねています。(桑畑氏) 最初、どぶろく特区のことを新聞で読んだとき、「だ

れがどぶろくなんてつくるのかな」と思っていました。木下さんが町役場の方と連れ立って会いにこられたときは驚きました。昔から三股の地域活動にも参加しており、自分がどぶろくづくりに協力することで、三股町が元気になるなら、地域に対するご奉公になるかな、と思い、一緒にどぶろくづくりをすることになりました。私もずっと焼酎メーカーで働いていましたが、どぶろくに関しては素人だったので、木下さんの熱心さに惹かれ、切磋琢磨して取り組みれば良いものができると思い、協力することにしました。

Q. 今後の展望について教えてください。

(木下氏) 地域でお菓子屋さんがどぶろくを使った製品をつくってくれていることもあり、徐々に浸透してきています。私としてもいろいろな人にどぶろくを知ってほしいという気持ちは大きいので、積極的に外に出るようにしています。現在は月に1回づつ「どぶろくを飲む会」を宮崎市内のホテルで実施したり、どぶろくを飲む居酒屋をやはり宮崎市内にオープンさせたりといろいろ取り組んでいるんですよ。町全体の活性化のためにも、まずは、町内の人たちに「どぶろく」をもっと知ってもらいたいです。自分一人ですることには限界がありますし、周りの理解や応援があれば、もっと、やりがいが出てきます。さらには、自分の他にも三股町内でどぶろくづくりを行う人が続いて欲しいです。自分の経験やノウハウは隠さずどんどん提供します。

業)¹⁾」を契機として、商工会が主催する、どぶろくを活用した特産品開発のためのプロジェクト会議「どぶろく特区を活用した三股町全国PR大作戦」が開催された。どぶろくづくりが「お酒づくり」から「地域づくり」にステップアップした瞬間である。

プロジェクト会議の

全面バックアップによる新商品の検討

プロジェクト会議の動きは迅速だった。7月に会議を起ち上げ、加工食品などの開発の可能性を探り、町内へのアンケートなどを実施、9月には試作品の開発に取りかかっている。

このように取り組みが迅速に進められた理由について、商工会のやましたもりおか山下盛親氏は語る。

「どぶろくに着目するちょうど一年前に、三股町の産品で何か名物をつくれないうか検討する『地場産品部会』を商工会のなかで立ち上げていました。みんなでアイデアを出し合うという土壌ができていたことが、取り組みの滑り出しがうまくいった一因だと思います。また、国の補助事業を使っている関係で、中間報告の日程などの関係上、取り組みを前進させる必要があったのも、スピード感をもって取り組みが進んだ理由の一つといえます。」

地場産品部会メンバーが各主体の役割分担を決めた。商品開発を手がける担当、パッケージを考える担当など、参加者の一人一人に役割をつけて組織だって考える仕組みを作ったほか、商品開発のコンサルタントに力を借りるなど、町内外の力を結集して試作品づくりは進められていった。

試作品の完成と、東京への売り出し

その後、10月にはイメージ戦略の検討やパッケージ部会の会合なども開き、試作品はほぼ完成した。試作品は、まんじゅう、チョコレート、アイスクリーム、パウンドケーキなど、約40品目にも及ぶ。

翌月の11月には、全国商工会連合会主催の展示商談会「全国ふるさと見本市」へ出品することになる。

見本市に出品したのは、皮にもろみを練り込み、中のあんにもどぶろくを用いた「どぶろく大福」、やまめの卵をどぶろくで漬け込んだ「黄金いくら」、みそかつ、パウンドケーキなどいずれもどぶろくの風味が生きる自信の一品ばかりだ。全国123商工会が参加する中、人気アンケートで好評を得て、通販業者や大手スーパー、居酒屋などから「取り扱いたい」という問い合わせが相次いだ。あくまで「試作品」との位置づけであり、加工品づくりを手がけるのも家族経営的な町の事業者が多く、大規模な納品に対応できないことなどから、どぶろく製品の東京進出には直結しなかったものの、見本市での成功は今後の製品化にむけて大きな自信につながったという。

1) 2006年創設の経済産業省と中小企業庁の補助事業。地域の事業者が商工会・商工会議所等と協力して行う様々な取り組みに対する資金支援や全国的な商談などによるマッチング支援を行う。



↑どぶろくチーズケーキ、どぶろくプリン

柿木氏の自信作のチーズケーキとプリンは、試行錯誤の末の自信作だ。チーズケーキはホールで買っても 600 円という信じられない安さで、洗練された香りが特徴。一方でプリンのほうは、「酒」の風味が強調された仕上がりになっている。



ケーキハウス レディ
かきのきこうき
柿木講記 氏



商工会の山下氏と親交があった柿木氏は、どぶろくづくりをしたいがためにお菓子屋に進出した。フィールドは町内に留まらず、はるばる宮崎市まで出て自信作のお菓子を提供する。

「『外に向けた発信』が重要ですね」

Q. どぶろく加工品をつくるようになったきっかけは？

取り組み初年度に、商工会の山下氏から、どぶろくを利用した加工品づくりについて教えてもらい、検討に参加したのがきっかけです。はじめて「どぶろく」と聞いたときから、とても魅力的な素材だと思っています。他のお菓子作りをたたくで「どぶろく一本」でお菓子作りをしていけるかなとも思いましたが、さすがにそれは難しいようです(笑)。初めのころは、チーズケーキ、スイートポテト、プリン の 3 本立てでメニューを考えていました。いざ作ってみると、スイートポテトはサツマイモの風味が強く、オーブンで焼く関係上、どぶろくの香りが飛んでしまうので、今はチーズケーキとプリン の 2 つに絞って販売しています。自分の店で売っているほかに、「よかもや」で販売しています。両方とも好評で、わざわざ他の県からチーズケーキを買いに来る方もいますよ。高齢の方は、昔自分の家でどぶろくをつくっていた方も多いようで、懐かしく思っ て声をかけてこられる方も多いです。一方で宮崎県は焼酎文化圏ですので、若い人にはどぶろく自体の認知度が低いですね。一度でも試食すると、みんなお菓子を買ってくれるのですが。

Q. 今後の展開について考えていることは？

やはり三股町の方だけをターゲットにしても限界があると思います。

いかに「外に向けて発信するか」が重要ですね。「よかもや」だけの販売でも限界があるので、宮崎県庁の付近に売りにいったりもしています。

三股町の個別の業者はそれぞれ規模が大きくないので、商工会や町や県などで、特産品をまとめて周知してくれる場があれば、知名度も上がって、売り上げも伸びると思います。また、「どぶろくのまち」を広めて行くためにも、木下さんの他にもどぶろくをつくる人が出てきて欲しいですね。自分も条件さえ満たせれば、挑戦したいです。



出典)三股町商工会 HP
(2010/03/31 参照)
<http://www.miya-shoko.or.jp/mimata/>

↑どぶろく大福

数あるどぶろく加工品の中でも、一押しの一品が「お菓子のさどびら」のどぶろく大福だ。木下氏のどぶろくを餡にねりこみ、甘さ控えめにつくってある。口コミで評判が広がった結果、今では町の外はもちろん、他県から車で購入しに来る常連客や東京からお取り寄せするファンも少なくないとか。



(有)お菓子のさどびら
さどびらすみのり
佐土平澄則 氏



取り組みの初期から加工品づくりに参加しており、全国ふるさと見本市に出した大福は高い評価を得た。メーカーからは大規模展開を進められながらも「背伸びをして、無理な投資やこだわりの味を落とすはなかった。」と語る。

「三股町をみんなで盛りあげていきたいです」

Q. 今の味を生み出すまでの苦労を教えてください。

どぶろくでパウンドケーキとか、誰でも思いつくものは作りたくないという自負心もあったので、大福に至るまでは色々と試行錯誤しました。他のお菓子作りも手を抜けないので、深夜やお店が休みの日に研究しました。どぶろく大福のコンセプトは「大人の太福」で、ちょっとアルコールが強めになっています。でも、運転に影響があるような量ではありません。この辺のバランスも研究所などに調査をお願いしながら調整しました。たくさん食べ過ぎない限り、お酒に弱い方でなければ、運転に影響はないと思いますが、できれば、ご自宅でゆっくり食べていただきたいと思います。どぶろくの風味を生かすために、あんこの代わりにホワイトチョコレートを使うなど、いろいろやってみた結果、満足いくものがつくれました。大福は冷凍して保存していますが、半解凍くらいが一番おいしいんじゃないかって思います。冷凍したのは、全国の方に「できたて」の味を楽しんでもらうため、作りたての状態でも冷凍保存しました。解凍することによって、どぶろくの香りがふわっとして、限りなく作りたてに近い味わいとなります。

Q. 今後の展開について考えていることは？

東京の大手スーパーから「どぶろく大福を置かせてほしい」といわれたこともあります。ありがたい話とは思いますが、何しろうちの家族4人で作っているだけなのでとても大量供給できないのでお断りさせてもらっています。

商機とみて、生産ラインの増加や機械化を勧める人もありましたが、どぶろくは1本1本手づくりなので、時期によってはもちろん、同じ時期に作られたものでも味が違う。そこを分量や配合を調整して、出来る限り「いつものどぶろく大福」にしていくためには、大量生産や機械化はできない。あくまでも、「味」にこだわりたいんです。

他の特区で作られているどぶろくも飲んでみましたが、やっぱり三股町のどぶろくがいちばん香りがいいですね。地元の名産品で愛着心があるからかもしれないけど、本職の酒造りの人たちが造ったお酒よりも香りがいいですね。これからも三股町をみんなで盛り上げようかなって思いながら頑張ってます。

町全体の取り組みへ

「どぶろくづくり」から「どぶろく製品づくり」へ広がった三股町の取り組みは、「地域ブランド開発」へ発展しつつある。

三股町では「三股の・・・」を「三股ん・・・」と言葉遣いするところから、「地域資源∞全国展開プロジェクト」で取組んだ三股町のイメージづくりとして「㊤」のロゴマークを制作し、商品のパッケージ等に使用するとともに、3月24日にはマスコミ等関係者を集め、町長が㊤の町宣言を行った。「㊤のまち」には「ん」のつくまち→「運」のつくまちとして、三股町の特産品を購入すれば、「運」がつく、というキャッチフレーズである。

2009年には、JR三股駅の駅舎をJR九州から購入・改修し、「みまた㊤えき」と名づけた交流拠点施設として整備、まちづくりの拠点としている。また駅前に、観光と特産品の集約・発信施設として、「よかも㊤や」をオープンさせた。「よかも㊤や」は、「みまたんよかもん協同組合」を運営者とし、どぶろくを使った加工品や畜産加工品、地元の「アトリエロード」で作られた窯の陶器、木工品、新鮮な野菜などが並んでおり、三股

町の農林商工業振興の起爆剤になることが期待されている。

また、よかも㊤やでは、町内外に向けて、三股町のイベントや特産品について周知するホームページも開設している。

〔よかも㊤やブログ
<http://ameblo.jp/yokamonya/>〕

また、三股町観光協会では、2009年7月より「みまた㊤よかも㊤ツアー」を実施し、三股町に昔からある伝統工芸を初め、三股町の自然・歴史・文化などを、市民を初め多くの人に体感してもらう活動を展開している。

「みまた㊤よかも㊤ツアー」の第6回にはどぶろくをテーマにし、そば打ち体験などとセットで打ち出した。

杜氏の桑畑氏による醸造プロセスの解説やどぶろくの試飲、どぶろく加工品の試食など、どぶろくづくりのツアーは参加者に好評であり、鹿児島市、さつま町などから訪れた参加者からは「飲みやすい」「最高だった」という声が聞かれたという。



←↑三股町コミュニティ拠点施設「みまた㊤えき」無人駅である JR 三股駅の駅舎を町が買い取り、交流拠点施設に改装した。地元出身の写真家の個展をおこなったり、地域の小学校の自由研究の発表の場になったりと、コミュニティの拠点として活発に利用されている。駅としても利用されているため、乗降客が立ち寄るのには絶好の立地条件である。

↓㊤のロゴマーク町の特産品のパッケージ等に活用されている。



出典)三股町資料


2005年にどぶろくから始まった取り組みは、こうして広がりを見せ、どぶろくを使った加工品の開発、地域の資源を紹介するツアーや農林商工

業の要となる施設の設置など、地域の活性化といえるレベルにまで高まってきている。

Voice

三股商工会

やましたもりちか
山下盛親 氏



地場産品部会の部会長を務める山下氏は、どぶろくを起爆剤に地域全体がよい方向へ回りだすことへの思いを熱く語る。そんな彼は普段は陶芸家として「紫麓窯」を運営し、焼き物づくりを通して「ん」の町三股をアピールしている。

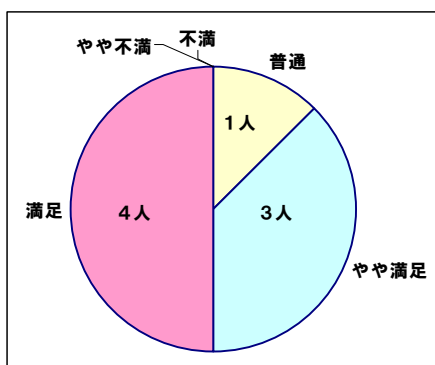
「町全体でPRしていくことが重要」

Q. 取り組みを進めるうえで苦労されていることは何ですか？

三股町で観光に取り組むうえでのネックは宿泊する場所がない点にあると思います。せっかくどぶろくがあっても、地元で泊まれないとなるとどうしても滞在してもらえないし、町でどぶろくを飲ませる居酒屋も出てこない。また、町でどぶろくづくりをしているのが木下さん一人であるのも、やむを得ないことではあるのですが悩みどころといえます。そういった背景もあって、最近ではどぶろくだけを前面に押し出すのではなく、もっと町全体で三股町をPRしていく必要があると感じて、取り組みを発展させてきました。

Q. 地域の取り組みとして何をされていますか？

代表的なのが「㊦」のロゴです。元々あった町の特産品もどぶろくも全部包含した「町のブランド」として位置づけています。具体的には、焼き物と染め物と、木工などが主力商品ですね。既存の商品をブラッシュアップしたり新製品を作り出したり、「㊦」のロゴで宮崎発、三股発を全国、地方に売り込んでいこうとしています。丁度ロゴが出来てから1年目で、だんだん形が見えてきているところです。今は殆どの製品を「よかも㊦や」で購入できますし、個々の事業者の努力で町の外の店にも進出しています。本当は空港などで売り出したりしたいと思っはいるのですが、本格的な体制作りは今後の課題ですね。



→みまた㊦よかも㊦ツアー

三股町観光協会が主催する「みまた㊦よかも㊦ツアー」(2009年度は6回開催)では、そば打ち、山歩きなど気軽にグリーンツーリズムを体験できる。

2009年の10月に行われた第6回目どぶろく見学・そば打ち体験ツアーでは、杜氏の桑畑氏の解説、どぶろくの試飲などのメニューが組まれた。後に行ったアンケートでは、参加者の殆どが『どぶろく見学』に満足したと回答している。

出典)三股町資料、三股町 HP(2010/03/31 参照)

http://www.town.mimata.miyazaki.jp/modules/contents1/index.php?content_id=77

第6回みまた㊦よかも㊦ツアー

どぶろく見学・そば打ち体験 ツアー開催!

日本最南端、九州初「どぶろく特区」

どぶろくのまち 三股町




「おいしいどぶろくを飲みたい」といわれるが、中道の芋に漬物、20年ほどは永久保存が可能な、三股町は九州初となる「どぶろく特区」が実現した。

各回、どぶろく製造元「芋は道地百姓」にて、どぶろくの製造現場見学、特産品「どぶろく大福」「どぶろくソフト」「みまた㊦アイスケーキ」の試飲、「そば打ち」体験が行われる予定です。また、お土産「みまた㊦」も販売されます。お申し込みは、お電話またはお申し込みください。

日程: 10月25日(日)

10時15分～15時00分

料金: 2,000円(朝食・バス代を含む) 定員: 30人

申込先: 三股町観光協会事務局(三股町桜通東田原町1)

☎0986-52-1111 ☎0986-52-4944 ☎0986-52-4944

申込締切: 10月22日(木)

10時頃に到着後にお迎えのバスが待ち合わせ、ぜひご利用ください。行き帰りにご利用の電車がありません。お見送りに伺いさせていただきます。町外・県外の方も、ぜひご参加ください! どぶろく大福

当日は「みまた㊦駅前よかも㊦市」開催! 10時～15時

「みまた㊦」の試飲ももちろん! 幼児割引あり。三股町産物「よかも㊦」も販売!

↓「㊦」のロゴの入ったぐい飲み
町のキーパーソン山下氏の窯で作られたぐい飲みには、「㊦」のロゴがちりばめられている。お値段も手ごろで人気商品のひとつだ。よかも㊦やで購入可能。



↑カレー専門店「トブカ」
カレー専門店「トブカ」では、「㊦」のロゴを前面に出して宣伝に活用している。また同店ではデザートにどぶろくジェラートを食べることが出来る。辛いカレーの後に甘くて冷たいジェラートの組み合わせは人気メニューのひとつである。



カレー専門店「トブカ」
とりまるまさひこ
鳥丸政彦 氏



カレー店を営む鳥丸氏も、どぶろく加工品づくりに当初から取り組んでいるひとりである。商品に「㊦」のロゴを積極的に活用して三股町のアピールを行う。

「町内で頑張っている人の姿を見てもらいたいですね」

Q. 取り組みを進めるうえで、ジェラートを選ばれた理由は？

ジェラート以外にも様々なものを試しました。カツのなかにどぶろくを埋め込む「どぶろくカツ」も開発しましたが、一番人気があるのが、ジェラートですね。

もともと、ジェラートを製造していましたが、これにどぶろくを入れてみようと考えました。商工会の東京での商談会に私も行きました。何社からかお声がけをいただいたのですが、商工会による「試作品」との位置づけでしたので、商談会の際には成約できませんでした。ただ、年度が替わるまで熱心に声をかけてくれた会社があり、そこと契約を結ぶことになりました。

もともと、地域貢献のためにはじめた事業なので、商品の説明のところには、必ず三股町の紹介も入れてもらうようにしています。三股町の知名度アップにいくらかでも貢献できたのでは、と思います。

Q. 取り組まれているうえで課題はありますか？

やはり、地域活性化の起爆剤としてどぶろくを導入したので、木下氏一人に依存しているのが、申し訳ないと思っています。どぶろく製造の免許がもっと容易に取れば、町全体でも「どぶろくつくってみよう」とか「どぶろく加工品も」というつながりになっていく。私もできればどぶろくをつくってみたいくらいです。

後は、ブームで注目されているときには多くの人々が来ますが、その後も地道に着実に地域のために取り組んでいるので、町内で頑張っている人たちの姿も多くの人に見てもらいたいですね。特に地域活性化の視察に来られた他の商工会や地方公共団体や国の人などには何度も来てもらって、色々意見交換したい。そのことによって、お互いに解決すべき課題がみつかったり、新しいアイデアが生まれたりするのではないかと思います。

取り組みのポイント

構造改革特区制度の活用

「人口2万人前後の町ということもあり、お互いの「顔が見える関係」が維持できている。」と三股町役場の総務企画課新地^{しんちひろし}浩氏が語るように、役場が地元のキーパーソンと日ごろから地域の様々な人材と関係を持っていたことが今回の取り組みの成功要因のひとつであった。

町の自立した運営にあたり、財政状況が厳しい中、「予算をつぎこむより人をつぎこむ」考えのもと、地域への思いをもった人たちがお互いに「何をすべきか」「何をしなければならないか」を日々考えていたからこそ、宮崎県の構造改革特区申請時に該当20市町村の中で唯一「どぶろく特区」として立候補し、経済産業省の事業も有効活用するなど、「チャンスとタイミングを逃がさないまちづくり」に取り組むことができたものといえる。これには、様々な分野の個々の人たちの思いと、それを連携調整する潤滑油としての役割の人がいるからこそである。これまで、町役場及び商工会の様な組織が調整役としての機能を果たしてきたところであるが、今後も一層の取り組みが期待されている。

考える姿勢と体制を持つ商工会の参画 (即断、即対応)

商工会のなかに「地場産品部会」という、新製品づくりを検討する場が整っていたことは、三股町において、スピーディにどぶろく加工品づくりが進められた理由の一つである。

「特区認定され、商工会で議論していくなかで物産館を整備、活用していこうという良い流れが出来た。」と新地氏は語る。どぶろくに引っ張られる形で、商工会が元気になってきている。どぶろくが全てを解決するわけではないが、地域が動き始める良いきっかけになったといえるのではないか。

地域全体で取り組むイメージ戦略

どぶろくづくりを広げることが簡単ではない中で、いかに地域全体の取り組みにひろげていくのか。ここでも知恵が光る。「㊦の町みまた」を宣言することで、町自体のイメージ向上・認知度アップだけでなく、どぶろくに関わりが少ない人も含めて、地域全体が取り組める流れを作り出しているのだ。

㊦のロゴについては、2008年に商標登録した。どぶろくで知名度を高めた「三股ブランド」として、どぶろくを利用していない商品でも商工会に登録した人ならば誰でも自由に使えるようにしている。これにより、どぶろくで生まれた活気を、地域全体の取り組みに広げていく流れが出来た。そうした商品の中には、宮崎県のアンテナショップに置かれている品も多いという。

今後の展望

三股町のブランド化にむけて

人気のあるどぶろく加工品は、現在でも町内の菓子屋などで製造が続けられており、中には県外から商品を買いにやってくる常連客がつくなど成功している店もでてきている。しかし「試作品の段階で出されたアイデアの中で、まだ日の目を見ていない製品がたくさんある。」と山下氏は語る。これらの商品については、開発されたものの、現在は流通していないものもある。また、現在も製造されているものの、より多くの人を知ることができれば、もっと、売り上げが伸びる可能性を秘めているものもある。「どぶろくのまち」、「㊦のつくまち」としての町の知名度を上げること、「よかも㊦や」を中心として、観光も農産商工業も行政も民間も連携し、「三股町」を発信していくことが重要である。

また、木下氏以外にどぶろくづくりをできる人が地域にいないため、「どぶろく」の味や売り出

し方などの広がり、地域住民への浸透と理解の向上につながっていない部分が課題とされている。木下氏に続くどぶろくづくりを行う人をいかに発掘し、育成し、町全体で応援していく体制を構築できるかが課題になっている。

これらの課題はあるものの、課題が発生する度

に常に新しいアイデアを生み出す協議の場、地域への思いが強い人たちの情熱、それらの「ひと」と「ひと」をつなぐ労苦をいとわない「人」など、「モノ」と「カネ」よりも「ヒト」を重視しつつ、「背伸びをしない地域づくり」に引き続き取り組み、広げていくことが重要である。