

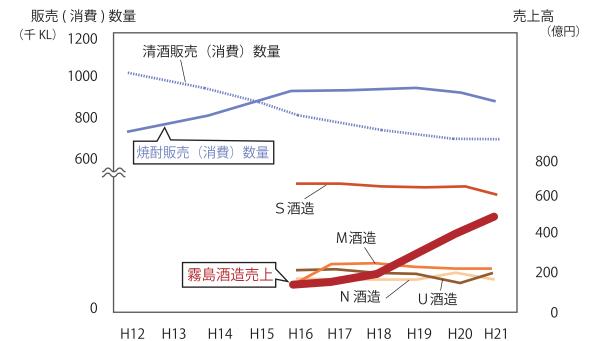
No. 103 2011. 7

(株) よかネット

		$U \setminus U$	
ΝE	TWORK		
	NPO と農業法人で明るいむらづくりを目指す ~5年間で移住者 70 人の地区~		2
	「地域の足」として走り続ける集落運営型コミュニティバス ~しもつま福祉バスの取り組み~		5
	地域資源を活用した内発的な産業育成を考える ~富士町情報化ビレッジ形成プロジェクトの現状~		8
	遠賀町れんげ菜の花プロジェクト活動報告②		
	JSURP 福岡支部総会と玄海原発		13
見・	聞・食		
	焼酎消費量が頭打ちのなか、 何故、霧島酒造だけが大躍進しているのか?		
	消えた塩サンマ		
近況			
	椎葉村の人たちとの 20 年余の交流 人もうけの原点は、土地柄・人柄にあり さつまおごじょの心得 丸峰の婦人心得百箇条		24 25
	豊臣秀頼と真田幸村の「薩摩落ち」の話		26

●焼酎ブームが落ち着きをみせるなか、霧島酒造が躍進!!

平成 15 年に焼酎の販売 (消費) 数量が清酒を超え、増加傾向にあった焼酎販売 (消費) 数量が、平成 19 年以降頭打ちとなりつつある。各焼酎メーカーが現状維持を保つなか、霧島酒造の販売売上高が伸び続けている。平成 16 年には主要メーカー 4 位だった霧島酒造は主力商品である「黒霧島」(平成 10 年販売)の全国展開により、売上高は5年間で 2.4 倍に増加している。 (本文 14 頁参照)



注: 酒類については販売(消費)数量、メーカーについては売上高を算出している。 メーカー別売上高は平成16年からの公表となっている。

資料:「国税庁統計年報書」国税庁

「焼酎メーカー売上高ランキング」帝国データバンク

NPOと農業法人で明るいむらづくりを目指す ~5年間で移住者70人の地区~

山田 龍雄

今から、2年前ぐらいに所員から「都城に凄い集落がありますよ。5年間で70人ぐらいが I ターン、Uターンしていますよ」との報告を受けた。しかし、入手した正応寺地区のまちづくりの資料を見ても、なぜこの地区に人が住み着くのか全くわからなかった。私なりには、自治会長などが住まいや仕事の斡旋など、かなり積極的に動き回っているのではないかと勝手に想像していたのだが、実際は、まったく想像と違っていた。

これは、やはり実際に現地に行って話を聞く しかないと思い、会社の所員5名で5月の連休 前に日帰りで、正応寺地区の石井和郎理事長を 訪問した。

正応寺地区は、都城市の中心市街地から南東約5kmのところにあって、車で15分ほどの丘陵地に位置している。現在、世帯数は166戸、人口520人の集落であり、専業農家と兼業農家がそれぞれ約50戸、非農家が約70戸であり、農業では露地野菜と和牛飼育が盛んな土地柄である。

●きっかけは他の地区からの「ものもちが良いなあ」のことば

今でこそ、正応寺地区は人口が増加している 地区へと変貌したものの、平成6年頃には道路 沿いの草木や屋敷木が伸び放題であり、非常に



街なかから車で15分ぐらい南側に位置する正応寺地区

暗いイメージの地区であったらしい。暗くて小学生らが歩くのにも怖いと感じるようなところも多々あったとのこと。

正応寺地区は、このように 50 年間全く変わらない地区であったということから、他の地区の人たちから「正応寺は、ものもちが良いなあ」などと少しからかわれるようなことを言われていた。そこで、平成7年に石井さんが地区の公民館館長を引き受けるにあたって、この地区の暗いイメージを払拭するため「明るいむらづくり」をスローガンに伸び放題の屋敷木や道路沿いの雑草を伐採する運動から始められる。

また、毎日、石井さんは地区内を2回ほど回って、何気ない地区の人との会話から悩みや不安を吸い上げていった。これが石井館長と地区住民との信頼環境の礎になったのではないかと考えられる。

さらに地区のまとまりをつくるため、次のような正応寺のむらづくりの心意気というものを 掲げられている。

①は、まさに行政に頼りすぎない村づくりをし

- ①自分たちで考え、自分たちで出来ることは 自分たちでやる
- ②1歩、2歩、先を考えた先取り行動する
- ③公民館員全員が地域活動に参加する



熱心に地区のまちづくりを語る石井理事長

ようという心意気であり、②は、石井さんをはじめ地区住民の方々の覚悟が感じられる。

この心意気と石井さんのリーダーシップのもと に明るい村づくりが着実に進んだように思う。

●田園空間博整備事業の採択をうけ、ハードとソフト事業を進める

平成12年に市の方から農水省所管の「田園 空間整備事業」の推薦の打診があった。この事 業の目的は「農村の有する豊かな自然、伝統文 化等の多面的機能を再評価し、伝統的な農業施 設や美しい農村景観等の保全、復元等を行うと ともに、これらを結ぶ田園散策のための道(フッ トパス)等の整備を行い、魅力ある田園づくり による都市と農村の共生、地域の活性化の推進 に資すること」ということ。この事業の創設当 時は、地元の合意形成が必要なことから当該 事業を引き受ける集落が少なかったとのことも あったらしい。しかし、この事業は正応寺地区 が、これから目指そうとしていたことに一致し ていたことから、いち早く手をあげ、これを機 会にむらづくりを一歩でも二歩でも進めようと 考えた。

この田園空間整備事業では、総合的なむらづくりの柱や事業を決めるために、外部の人も 入れたワークショップを行った。このワークショップで地区住民の夢(柱)を3つ掲げ、さらに、この3つの柱ごとに具体的な事業計画をあげ、事業化している。

- ①やっさごんだの見える風景復原(ごんだ) 柿の復活
- ②農家伝承の家の復原
- ③六ケ村城展望台取り付け道路の整備

"ごんだ柿"は、この地方に昔からあった柿であり、かつて島津藩が参勤交代をしたときに、権太有(ごんだゆう)という武士が江戸の柿種を持って帰ってきたとういう言い伝えがある柿のことである。

昭和30年代まで正応寺地区一帯はごんだ柿の一大生産地であったが、ほ場整備による柿の木の伐採や高齢化等によって昭和40年代には生産が途絶えてしまっていた。そこで、この地

域の特産品であった"ごんだ柿"を復活させようと、平成16年には休耕地などを活用し、住民参加のもとに1,000本の柿の植樹を行った。

(農家伝承の家の復原)

村づくりの拠点が必要とのことから、「農家 伝承の家」の建設を行う。地域にあった古い民 家を移築し、田園空間整備事業で復原する。

現在は、農産品の加工販売、各種イベント、研修の場として広く活用されている。

(六ケ村城展望台取り付け道路の整備)

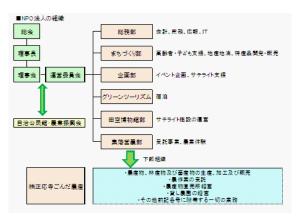
正応寺の裏山にある城跡で、ここから市街地が一望できる眺望スポットがあることから、ここへのアクセス通路と遊歩道の整備を行った。 展望台に続く遊歩道は、住民参加の手づくりで行った。

正応寺地区では、この展望台への取り付け道路だけではなく、平成8年から平成20年にかけて、市への陳情や他の補助金等も活用しながら、地区の幹線道路の整備を進めていった。現地に行くと、地区内の幹線道路がよく整備されているのがわかる。また道路沿いの法面などにツツジやあじさいなどの花があちこちに植栽されており、住民主体で手入れされているのがわかる。ほんの2時間程度の滞在であったが、地区を車で見て回って思ったのは、ここは鄙びた里というより環境の整った郊外住宅地といった印象を受けた。

●外部応援団の組織づくり

ここのむらづくりの最大の特徴は、平成18年5月に有志による地区活動の組織「(NPO) 正応寺ごんだの会」を立ち上げたことである。現在、会員は、正会員50名、サテライト会員200名となっている。会員の半分、サテライト会員の2/3が地区外の人がであり、外部の応援が貴重な戦力となっている。また、NPO理事10名のうち、4名が地区外の人というのも、このNPO組織の特徴をよく表している。サテライト会員には農業者をはじめ、工芸、木工、手芸、郷土史家など多彩なメンバーが加盟している。石井理事長は、「村づくりは外の応援がないとダメです。外の人の知恵やアイデアでヒントが出てきて、次の事業につながっていくんですよ」と

NPO法人「正応寺ごんだの会」の組織体制



いわれた。

さらに NPO 法人ではできない仕事を補完する組織として平成 19年4月に、農業法人「㈱正応寺ごんだ農産」を立ち上げる。この株式会社の大きな目的は、地区内の耕地荒廃解消と農業を通しての地域活性化にある。NPO 法人では農地の利用権設定ができないことから、NPO 法人「正応寺ごんだの会」の集落営農部会を別組織としたのが実態のようだ。この会社では、現在、直売所などへの農産物の販売、休耕地を借りての「ごんだ柿」の植え付け、柿酢などの加工事業などの多面的な事業を行っている。

●立地条件と環境の良さが多くの人を引きつける

「なぜ、この地区に5年間で約70人もの人が Iターン、Uターンしてくるのか」の理由が何 であるのかを探りたいと思っていた。しかも、 移住者の半分程度 17 世帯が 30 ~ 40 代の若い 世帯なのである。これを石井理事長に尋ねると 「この地区でいろいろな取り組みをしていると マスコミが取り上げてくれたのが大きなPR効 果になった。また、移住をする人たちは、各地 を歩き回って住みよいところを探している。こ こでは、これまでの村づくりの取り組みで、道 路も広くて環境が良いこともあるが、市街地に も近く、車でジャスコまで8分、街なかまで15 分と非常に立地条件がよいことが大きいのでは ないか。移住希望の人が地区内を回ると、地区 内の人が気楽に挨拶されるのも、馴染みやすい のかもしれない」とのこと。

"ジャスコまで8分"という理事長の言葉こそ、 この地区が若い世帯にも人気がある理由の一つ



休耕地に"ごんだ柿"の植え付けであろうと思われる。

移住希望の人たちは、石井さんのところにも 話を聞きに来るらしく、石井さんの「夢のある 村づくり」の話を聞けば、この地への移住に心 傾くのではないか。また、外部のサテライト会 員の人たちのネットワークからも移住者が来て いるのではないかとも考えられる。

意外にも、この地区では空き家の斡旋などは全く行政は関与しておらず、民間ベースで行われている。既に地元不動産屋に空き家登録をされた物件から、移住希望者が空き家を借りたり、買ったり、または空き地に新居を建てるケースもあるとのこと。

まさに、この地区は立地条件の良さと地区環境とまとまりの良さも含めて、我が国の新たな 田園集落地区のモデルの一つではないかと思う。

我が国の農漁村地域のなかでも①街なかまで 車で10~15分ほどの距離、②集落内の幹線道 路がある程度整っている、③コミュニティがま とまっている、④美しい環境づくりを目指して いるなど、同じような立地条件と心意気のとこ ろであれば、この地区のようにU・J・Iター ン者を受け入れられる素地があるのではないか と感じた。

●これからは収益事業へと展開

これからの地区づくりの方向性をお聞きすると、「NPOや株式会社を立ち上げと、これまで活動を行ってきたが、実際の仕事に係わった人への日当の支払いはできても、理事長や会社役員の報酬は今のところ十分ではない。組織の継続

性を考えると、㈱正応寺ごんだ農産での農産物販売や柿酢の加工品づくりなどを軌道にのせ、 もっと収益をあげる必要がある。」とのこと。

これからは、石井理事長が言われるように収益事業の展開を図り、より豊かで元気な地域をつくっていってもらいたいと思う。一方で、都市住民の移住によって集落景観になじまない住

宅が建つことで、地区の雰囲気が壊れないよう なルールづくりも必要ではないかと思った。

地区全体で取り組んできた新たな田園集落地 区のモデルとして、これから正応寺地区がどう なっていくのか注目していきたい。

(やまだ たつお)

「地域の足」として走り続ける集落 運営型コミュニティバス ~しもつま福祉バスの取り組み~

本田 正明

「あら、古野(仮) さん、ひさしぶりやんね」 「今日は病院ね?お互い歳は取りたくなかね~。 もう81歳よ」

「まだまだ若いもん」

「運転手さん、もうちょい待ってね。乗るのに 時間かかるけん。悪かね~」

「よかよ~。飴ば、もろうたけん、後で食べんね」「あら、ありがと~」

筑後市の"しもつま福祉バス"で、交わされた 会話のひとコマである。運転手も乗客も顔なじみ ばかり。バスといっても10人乗りのワゴン車な ので、まるで家族の送り迎えのような雰囲気だ。 ヨソ者の私は、目立ってしまうので、すぐに何人 かに「取材ですか」と聞かれた。筑後市には、こ うしたコミュニティバスが2つの地域で運行して いる。事業の運営管理や運転手も地元の人で行う 集落運営型のコミュニティバスだ。

下妻校区は7つの行政区からなる人口1,758人、550世帯の集落であり、高齢化率は30%を超えている(H23.3時点)。しもつま福祉バス運営協議会事務局長の松竹氏に、設立の経緯をうかがうと、「筑後市コミュニティ自動車資料」というよくまとまった資料をいただいた。この資料をもとに年表風に整理すると、右表のようになる。(右図に掲載)堀川バスの休止をきっかけに、コミュニティバスの本格運行にたどり着くまで、実に10年近くの歳月がかかっている。興味深いのは、アンケート結果が芳しくないも

のの、バス運営協議会準備会を立ち上げている ことだ。「よく実施に踏み切りましたね」と事 情を伺うと「行政区長さんがえらかったんです」 といわれた。

筑後市からは自動車のリース代(保険、車検等費用含む)と運営費(運転手報酬、燃料代など)の2分の1の補助があるものの、残りの運営費と運転手の確保を自前で行わなければいけなかった。そこで資金面の応援団として「しもつま福祉バスを走らせる会」を立ち上げ、資金作りを行っている。バスの運転手も地域住民の中から希望者

しもつま福祉バスの設立経緯

・平成6年12月	下妻地区を53年間運行していた堀
	川バスが休止
・平成7年3月	公共交通確保に関する請願書が市
	議会で採択
	(署名1,521人)
・平成8年1月	請願を受け、旧路線を活用した3ヶ
	月間の試行運転を実施
	(63日間運行、利用者2,144人、一
	日平均34人)
・平成9年	試行の結果を受け、堀川バスの運
	行再開を検討
	年間1,387万円程度の市補助金は困
	難という結論となり、再開は断念
	市内全域で福祉タクシー(80歳以
	上高齢者、重度身体障害者が対
	象)を実施
平成14年	市長が、「市が自動車を貸与する
	から、地元で運行しないか」と提
	案
	下妻校区行政区長会が校区内各種
	団体に呼びかけ、コミュニティ自
	動車問題意見交換会を開催
・平成15年1月	下妻校区コミュニティ自動車運行
1 // 1 - / - / - / - / - / - / - / - / -	に関する住民アンケートを実施
	(531世帯中428世帯が回答。回答
	率80.6%)
平成15年2月	利用希望は少なかったものの、地
1 /4/410 1 = / 3	域役員の積極的な姿勢により、
	「しもつま福祉バス運営協議会準
	備会」を設立
平成15年5月	しもつま福祉バス運営協議会の発
1 // 1 - / - / - / - / - / - / - / - / -	足。バスの愛称を「みどり号」と
	決定
平成15年7月	試行運転開始
・平成16年	本格運行開始
1 14/4 1 0 1	/T*TH AZ 13 170 7H

しもつま福祉バスの利用状況



が見つかっているが、このあたりも行政区長さん が声かけをしてくれたそうである。

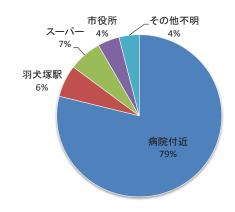
「なぜ、寄付型のバス運行にしたのでしょうか」と伺うと、「現在バスの利用者は年間延べ4,000人くらいです。年間費用が120万円ぐらいかかるので、受益者負担にすると1回あたり300円になります。受益者負担にすると、どうしても赤字の際に、継続するかどうかの問題が出てきます。堀川バスの時と一緒です。それよりもっと地域や住民が継続的に支えるカタチにしたかったんです。それと、運賃を有料にすると道路運送法の許可が必要です。法人格もいりますし、手続きも増えるので」ということだった。

●バス運行を続けられる体制づくり

高齢化の状況などから、下妻校区を山奥の農村と想像されるかもしれないが、矢部川流域の水田地帯の広がる平坦な場所だ。九州新幹線の筑後船小屋駅がすぐそばに開業したこともあり、道路環境も整っている。ただ、スーパーなどが立地する市街地までおよそ 4km あり、歩くと1時間はかかる微妙な距離がネックになっている。

「タクシーでいけば1回1,500円。夜だと2,000円ぐらいの距離です。地域の人が誰でも無料で安心して乗れるバスにしたかったので、個人会費も2,000円にして、できるだけ負担にならないようにしました」といいながら、事務局長は「しもつま福祉バスを走らせる会」の平成22年の出納帳をみせてくれた。個人会員は181人で会費は362,000円ほど。寄付金は119件で531,000円となっていた。寄付金は、7行政区からの寄付金とその他の寄付となっている。

降車場所の内訳(H21)



「個人会員にならなくても下妻校区の住民は誰でも無料でバスに乗れます。会員のメリットは領収書の発行ぐらいですが、みなさん主旨を理解して協力してくれています。やはり、駅から遠い集落や行政区長が熱心な地区からの寄付が多いです」

「寄付のその他というのは、ほとんど地元の病院です。実はバスの利用実績のデータをもとに、『あなたのところにこれだけ利用者がいます』と、寄付のお願いにいっているんです。筑後市の病院には、送迎バスを行っているところはないので、協力してもらえています」とのこと。改めて出納帳をみると、利用者の多い病院は2万円ほど寄付を行っている。市立病院も寄付していた。

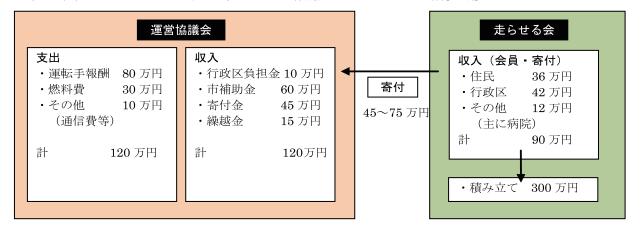
行政区としては義務的に寄付を払っているが、個人については自発性に任せてあるのが、とても面白い。駅から遠い行政区の個人会員が多いのも、バスの必要性を感じるからだろう。

受益者負担ではないが、とても理にかなった しくみだと思った。また、病院という受益者に は、きちんと寄付をお願いしている。こうした 取り組みの積み重ねで、「しもつま福祉バスを 走らせる会」には300万円ほどの積み立てがで きている。バス運営協議会への寄付が年45~ 75万円なので、資金面では、寄付金がなくなっ ても4~5年くらいはバス運行が継続できるよ うになっている。

●住民の要望はとりあえずやってみる

しもつま福祉バスの運行は、月水木金の週4 日間である。運転手が4人いるので、曜日ごと しもつま福祉バス運営スキーム(2009年をベースに作成)

※ラウンドした数字を用いている



に担当が決まっている。一日の運行は行き2便、 帰り2便の4便。一番遅い便でも13時半には 終点に着くようになっている。帰りを3便で運 行したこともあったそうだが、利用が少ないの でなくなったそうだ。

「バスルートについても、協議会で意見が出 れば、とりあえずルートに組み込んで運行して みます。利用が少なければ止めるということを 繰り返しています。これまで5回は変更したで しょうか。現在のルートでは山本内科と平木医 院のそばを通っていますが、これも利用者の要 望でルート化されたものなんです」とバスの ルート図を見ながら説明していただいた。「と りあえずやってみる」という姿勢に共感してい ると、「ただ、ここに『みどり号は、安全運行 のため、運行コースを外れての運行はしません。 みどり号は、タクシーではありませんので個々 の利用者の方の要望を全て満たすことは困難で す』と書いてあるでしょう。そうではない実態 があるんですよ」とチラシを指しながら、渋い 顔で言われた。運転手も乗客も地元の知り合い なので、「ちょっと寄ってくれんね」といった 要望も多いみたいだ。それはそれで仕方ないの ではと思っていると、「ルートをはずれると時 間に遅れるので、遅れを取り戻そうとすると事 故の原因になりかねません。事故が一番怖いで すから」といわれた。大きな事故があれば、運 行が途絶え兼ねないので、事故要因となるもの を一番心配しているわけだ。実はしもつま福祉 バスは一度、自損事故を起こしている。大した 事故ではなかったが、この事故を契機に、「筑 後市コミュニティ自動車貸与事業実施規定」の中に、事故報告の義務と損害賠償については補 償限度額を超えるものについては、地域と市が 協議して定めるという規定が盛り込まれた。

「最後は市が補償してくれるという規定のおかげで、運転手が安心して運行できるようになりました」という事務局長の話を聞きながら、安全、安心で快適なバス運行を行うための気配りや配慮の深さには、ただ敬服するばかりだった。バスの運転手についても、昨年から概ね72歳という定年制を導入している。

「概ねとしているのは、運転手が確保できないとバスの運行に支障が出ますので。幸い後任の運転手が見つかりましたので、今年の3月に1人引退していただきました。一度お願いすると、辞めてもらうというのは、タイミングもなかなか難しいんです。でも、この定年制によって、運転手についても一つのサイクルができたかなと思っています」

資金面や安全面だけでなく、人材面のフォローも抜かりはなかった。

●地域への愛着が生む地域力

事務局長は、質問すれば、すぐに資料を出して説明してくれる実に手際のいい人だ。最初の 挨拶の際、現在病院の理事をしていると聞いた ので、てっきりお医者さんだと思っていた。

「もともとは行政職員なんです。バス運行の 構想をつくるときは、仕事として関わっていた んですが、今は住民としてですね」とのこと。

下妻校区にある事務局長宅の隣にバスの駐車 場を借りていて、毎日、運転手がカギを受け取



しもつま福祉バス「みどり号」

りに来るそうだ。このあたりは、住民ならでは の取り組みだ。バスの管理をここまで合理化し ているとは思わなかった。

「行政の職員が事務局にも関わっています。 走らせる会の経理担当も行政職員です。」とい われるように、目に見えないところで、行政も きちんと支援している。

事務局長や運転手、乗客と話しながら、それ

地域資源を活用した

内発的な産業育成を考える 〜富士町情報化ビレッジ形成 プロジェクトの現状〜

原 啓介

●農業の付加価値増大と観光振興が課題

佐賀市富士町(以下富士町)は、北は福岡市に接しており、面積の8割を森林が占める山間地の過疎地域である。平成20年の人口は約4,500人(高齢化率3割)とピーク時の半分以下となっており、それにともなって事業所も減少している。

そうした過疎地域において、町民の所得向上や交流人口の増加を目標とした「情報化ビレッジ形成プロジェクト」が始まって、1年9カ月が過ぎた。弊社は佐賀県情報課より、同プロジェクトの全体管理を受託しており、今年度末に事業が終了する。また、事業の推進のために、緊急雇用事業で4名を雇用し、「ふじねっと」というチームを組織し、これまで町内でパソコンやソーシャルメディアの使い方講座、情報化シンポジウム、12回のモニターツアー、特産品のオンライン販売などを行ってきた。



車窓からは麦秋の風景が広がっていた

ぞれが地域へ愛着を持っていることを強く感じた。地域を大切に思い、真摯な対応をみんなで考えると、こうした取り組みが生まれるのかもしれない。7年以上に渡り、コミュニティバスの運行を継続できている背景には、こうした地域力があるように感じた。

(ほんだ まさあき)

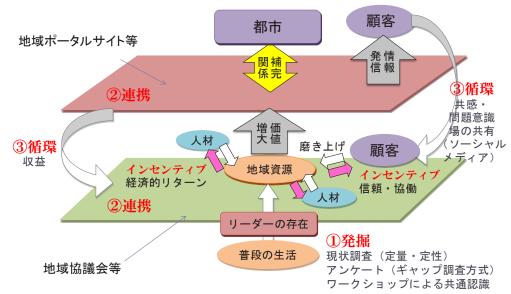
そして6月1日に、富士町情報化ビレッジ形成プロジェクトの成果を、事業終了後も継続するべく、新法人を立ち上げた。その法人の名前は「株式会社インビル」。インビルとは、Information Network Village、すなわち情報化ビレッジの略称である。社長は、ふじねっとのチームリーダー、永田靖智さんが務め、私も経営陣の端くれとして社外からサポートさせていただく予定である。

●事業目標:農家の所得を60万円向上、プラットフォームの運営者の雇用創出(4名)

(㈱インビルが行う事業は、特産品開発ならびに観光商品開発、そして、地域住民への ICT 面のサポート、地域密着のシンクタンク事業である。これらの事業を展開することにより、参画していただける住民の方々の豊かさ(所得やにぎわい)を向上させることと、中山間地における雇用を創出することを目標としている。メインターゲットとしては福岡都市圏・佐賀市内の40~60代女性を想定している。

中核事業のうち、特産品開発については『健康・簡便・安心』の志向性を持つ女性に対し、 地域の高齢者手づくりの「山菜の煮物」の真空 パック商品を販売する。また、観光商品開発事

発掘、連携、循環のサイクル



業に関しては、健康・美容を前面に出した着地 型観光に取り組む。全国各地の事例を見ると、 韓国情報化村事業(よかネット 98 号参照)や 馬路村の柚子関連商品のように、地域の名前を 冠した特産品を販売することで地域の認知度が 向上し、観光客の増加に成功した、あるいは逆 に地域に観光客を呼び込み、土地柄、人柄を知っ てもらった上で、継続的に物品を販売するなど、 特産品と観光の相乗効果の創出に成功した地域 はいくつもある。富士町においても、二つの中 核事業を並行させることで、相乗効果を創り出 したい。

●町に入って2年、周囲の反応が変わってきた

町に入って2年足らず。当初は地元住民から活動への疑問、苦情等々色々言われ、心を痛めることもあった(よかネット99号参照)が、足繁く地域に通い、コミュニケーションをする中で信頼関係が生まれ、今では「残ってもらわんば困る」「協力しちゃーけん、頑張ろうや」などと温かい声をいただくようになった。また、地域の高齢者の方々とチームを組んで事業に取り組む体制をつくることができ、地域協議会の事務局や、JAから主力商品の米のブランド化を委託されるなど、地域内での連携が生まれている

●情報化ビレッジの推進は、発掘、連携、循環の プロセスを回すサイクル

富士町において情報化ビレッジの地域経営モデルを検討し、一部実施を試みた結果、情報化ビレッジの運営・推進には、以下の3つの段階が存在すると考えている。第一段階の地域資源の「発掘」に関しては、求心力と危機感のあるリーダーの存在が重要。例えば「葉っぱビジネス」で有名な上勝町では横石さんがそれにあたる。富士町では前支所長と永田さんである。特に短期間で効果を出すことが求められる事業においては、地域内に既にネットワークを持ったリーダーが周囲を巻き込んでいかなければ、なかなかコトは動かない。

そして、第二段階の「連携」においては、地域資源に対して、外部の専門家や地域内の他産業の連携などにより、地域資源をビジネス化する動きをつくる。この段階では、当初は経済的なインセンティブは働かないので、参加のモチベーションは信頼・共感といった心理的なインセンティブとなるが、ここでもリーダーの果たす役割が大きかった。富士町では、支所にお願いして立ち上げて頂いた地域協議会や各種勉強会等に、主要な利害関係者の方々に出席して頂き、地域内の連携を図った。また、ふじねっとのメンバーが取材や講座等で地域の方々とふれあい、信頼関係を構築するにつれ、活動に参加していただける方々が増えてきている。加えて、コミュニケーションのプラットフォームで



4月の事務所びらきの様子。富士支所内から北山ダム湖畔の元うどん屋に、事務所を移動しました。

ある地域ポータルサイト(ブログ、ツイッター、 facebook)を活用して都市住民や顧客に地域資 源の魅力を伝えている。

さらに、その後第三段階として、例えば森林や農村の維持保全、健康改善等の価値感に共鳴した顧客が、地域に外部者としての気づきを与えてくれたり、実際に磨き上げの主体として参加する、「循環」の段階になる。富士町は、今この段階である。一部、ツイッターでイノシシの害についてつぶやくと、イノシシを嗜好する顧客属性に関する情報や、加工法を2時間、延べ40件以上のコメントでアドバイスをくれるということなどがあった。

また、facebook 内に富士町の facebook ページ (公開) と、富士町の活性化ページ (非公開) があり、いずれも 40 名程度のメンバーがいる。特に後者のコミュニティは、佐賀県最高情報統括官 (CIO) をはじめとした情報課の方々も参加され、まちの活性化について活発に意見交換をしており、6月には古湯温泉の旅館でオフ会を開き、将来的なイベント開催についての企画を検討している。

地域資源を活用した事業化プロセスがもし上 手く回りだせば収益が生まれる。そうすれば、協力者も協力したいといった気持ちになるとと もに、配当や謝礼といった経済的インセンティ ブを実現することが可能になる。また、次の資 源を磨き上げる(事業化する)ための原資を得 ることができるのではと考えているが、まだ富 士町はこの段階には到達していない。

現在、国土交通省が「国土の長期展望」を取

りまとめ中であるが、その中間発表では、2050 年までに人口が3000万人以上減少、三大都市 圏への相対的な人口集中が進み、国土の大部分 は過疎になるという予測がなされている。公共 事業や企業誘致等の外部からの投資も限られる 中で、過疎地域の将来は厳しい。自らの地域資 源を見つめ直し、それを求める顧客を捜し出し、 事業化する仕組みを如何につくりあげるか。引 き続きチャレンジしていきたい。

(はら けいすけ)

遠賀町れんげ菜の花プロジェクト 活動報告②

本田 正明、吉田 史乃、蛭子 由佳

101 号に書いたように、遠賀町でブランド化のお手伝いをしている。プロジェクトの大きな柱は、れんげ菜の花米のリニューアルと菜種油づくりとその派生商品づくりである。役場内に、ブランド化調整会議という組織をつくり、農協や普及センター、農家の方々と一緒にプロジェクトに取り組んでいる。昨年度は、れんげ菜の花米のリニューアルを中心に行った。正直言って、米のブランド化というのは大変である。ポイントは以下の3つである。

- ①味に差が出にくい
- ②量が売れない
- ③生産の統一基準がつくりにくい

①は、遠賀町は平地であり、寒暖の差があったり、山付きの土地があるわけではないので、味の特徴を出しにくい。「遠賀町産」というだけでは、一度は地元の消費者に買ってもらえるかもしれないが、リピートしてもらいにくい。

②は、米の消費量自体が減っていて、なかなか米を食べてもらえない。安全安心をウリにして、手間ひまかけてつくるので、ちょっと値段設定も高くなる。高齢世帯は買ってくれるが量が少ない。ファミリー層や大口顧客は、安さ優先でコストが合わない。

③営農組合や大規模農家などは、土づくりや 肥料などで、独自の取り組みをすでに行ってい る。また、地域ごとで水はけなどの土壌条件な ども異なって、生産の統一基準がつくりにくい。 遠賀町では、農家全体の利益を拡大しようと ブランド化に取り組んでいるのに、特色を出そ うとすれば、米の生産基準が厳しくなり、農家 が限定され、販売量は少なくなるという矛盾し た内容になりかねず、苦労を重ねている状況で ある。

方向性としては、このままの米作りでは、じり貧になるので、まずは少量生産でもいいから、 最低限の栽培基準を作り、できたものを地元消費者に買ってもらえるように道筋をつけるというものだ。

「農家から直接買ったお米はおいしい」というのはよく聞く話である。そうした「農家の顔の見える環境」をパッケージづくりやWEBなどを通じて取り組んでいる。

栽培基準づくりや販路開拓など、抱える課題は多いが、まずは昨年度の取り組みをご報告したい。 (ほんだ まさあき)

●地元にはいって、一緒にブランドデザインを するという、新しいカタチ

平成22年11月より「遠賀町の農産物ブランド化」の仕事として「れんげ・菜の花米」のパッケージデザインを進行しています。今回のプロジェクトでは地元に入って、一緒にブランドデザインをするという姿勢が大きなポイントとなり、大切な地元消費者の声を聞く貴重な体験をすることができました。

(ワークショップへの道のり)

最初に「れんげ・菜の花」のお米作りの良さを、 分かりやすく伝えるためにストーリー作りを行いました。景観やエコの面から「れんげ・菜の 花」が循環するイメージをつくり、いよいよパッケージデザインを作る段階になって「どういう お客を対象にしましょうか?」と当プロジェクトの仲間に相談したところ、「ワークショップ〈 以下WS〉、をして地元の意見をいろいろ聞いてみたら?」と突然の提案がありました。

WSなどの言葉を聞くのも、もちろん主催するのも初めてでしたので、そもそもWSって?ファシリテーター?と分からない言葉ばかりでしたが、同じプロジェクトの仲間にゼロからW



婦人会とのWSの様子

Sのことを教わり、こうして「地元のみんなで考えるお米のパッケージWS」を開催する事になりました。振り返るとここがターニングポイントでした。

(知られていないという現状)

WSでは、さまざまな世代の意見を聞こうと子育て世代1グループと年配の女性2グループの3グループと、それぞれのグループごとに分けて行いました。

1回目のWSで皆さんに、「れんげ・菜の花米って知ってますか?」と聞いたところ、ほとんどの方が「れんげ・菜の花米」を知らない、食べたかどうかわからない、お米屋さんで見たことない、という驚愕の事実が分かりました。リニューアルと思っていましたが、それよりもまずはお米のことを新たに知ってもらうということが先かなと実感しました。

2回目のWSでは、地元の方が思い描く遠賀町のイメージからお米のネーミングやキャッチコピーなどを考えてもらいました。お米のイメージカラーについて意見を伺ったところ年代別に傾向が違っていました。たとえば50~70代の女性は鮮やかで分かりやすい「紅色」を好む傾向がありました。また20~30代の子育て世代はピンクや黄色などかわいい雰囲気が人気のようでした。

3回目のWSではそれまでの意見に基づいて デザインした8案のパッケージを皆さんのもと に提示しました。皆さんの思っているイメージ 通りか、『親しみやすさ』や『新しさ』・『オリ ジナリティ』を感じてもらえるかなとかなり心 配しました。



1案:ハンコ風でごつごつ したイメージとレトロ感が 若い女性や男性に人気。



2案:れんげ畑の写真を使 いストレートにイメージを 分かりやすく伝える案で年 配の女性に人気。



3案:「太陽をたっぷり浴び 4案:れんげの緑肥のお米、 て育ったお米」という意見「花から生まれたお米」を からのびのびと育ったお米 キーワードにれんげのピン でできた太陽をイメージし て作りました。これも年配 さやオリジナリティを意識 の女性に人気。



クをイメージした色で新し して制作。子育て世代や男 性に人気。

上記写真はWSの結果、人気の4案です。

結果はそれぞれの年代にあった、予想通りの 評価をいただけたので、デザイナーの想いは通 じたと安心し、嬉しい気持ちになりました。今 後は今回の結果を生かしつつ、地元の皆さんに 長く愛されるデザインを目指したいと思います。 (「取り組みに共感してもらう」 それが 「評価に結 びつくり

WSではどのグループからも、栽培基準や安 全なのか?安心なのか?など、中身のお米の事 をよく聞かれました。「食」の事、「お米」の事 を消費者も深く、広く勉強されている事を実感 しました。WSで感じたことはやはり『最終的 には中身』ということ。売り場では毎日、消費 者が真剣にモノを選んでいます。生産者の取り 組みや姿勢が問われる時代だと感じました。こ のパッケージWSの取り組みは生産者の真剣な 想いを消費者に伝えるための、「生産者と消費 者をつなぐパッケージ」また「地元のみんなで 作った地元オリジナルパッケージ」という様々



遠賀町の食と農を紹介する「おんがめし」トップページ なコミュニケーションと共感を生む貴重な取り 組みだと感じました。 (よしだ しの)

●目指すは、遠賀町の食を通して、人と人がつな がる WEB サイト

ホームページ「おんがめし」は、北九州・遠 賀郡地区で、今後「れんげ菜の花米」の顧客開 拓をするため 20 ~ 40 代の女性をターゲットと し、制作しています。

「遠賀町の食と農についてもっと知って楽し んでもらおう」をコンセプトに、農家さんの仕 事や人柄に触れることで、「この農家さんが作っ たお米や野菜が食べたい!」「面倒だった食材 選びや料理が楽しい」と毎日の食事を丁寧に選 び、楽しめるようになってくれたら、という思 いで、制作をしています。

主な内容は以下の3つです。

- ①農家さんの仕事の様子や農業に対する熱い思 いを紹介する「遠賀の人びと」
 - 農家さんに、農業で味わう喜びや楽しさ、苦 労話を聞き、季節の作物とともに、毎月1~ 2人ずつ農家さんを紹介しています。
- ②子どもたちに地元で獲れる野菜のことについ て楽しく学んでもらう「遠賀の野菜教室」 遠賀町の子どもたちに遠賀町で獲れるお米や 野菜のことについて興味を持ってもらえるよ う、作物の「名前の由来」や「品種」「栽培方法」 「栄養」などを遠賀町立図書館のキャラク ター、ウッディ君が教えてくれるという内容



地元の旬の野菜を使った料理を紹介する「おんがめ しレシピ」

です。

③地元の人が教えてくれる料理レシピを紹介する「おんがめしレシピ」

毎月1回、地元で獲れる旬の食材を使った料理を、遠賀町のおかあさんに教わり、掲載しています。

特に力を入れているのは、「おんがめしレシピ」です。料理を教えてくれる方たちは、50~70代の女性が中心の財団法人日本食生活協会の遠賀町食生活推進委員の皆さんです。地域住民に健康でバランスの良い食事をしてもらうため、小学校の部活動で子どもたちに料理指導をしたり、毎日買物にいけないお年寄りのためにおはぎ作りをするなど、活発な活動をされています。しかし、20~40代の女性には、なかなか活動に参加してもらえないことが悩みだと話されていました。

一方、若い子育で中の女性も料理のレシピや知識への関心は強いようですが、参加は難しいと思っていることが分かりました。そこで、この両者がつながるきっかけ作りができればという思いで、「おんがめしレシピ」のサイト作りに取り組んでいます。遠賀町のお母さんは、とっても元気!相槌を打つ暇もないほど、次々に話の種が撒かれます。プロジェクトが終わる1年後には、料理の知識だけでなく、おしゃべりも鍛えられそうです。

(ブログ、twitter によるアクセス数拡大へ)

また、4月4日のホームページオープンと合わせて、「おんがめしブログ」にて、イベント・グルメ情報や「れんげ菜の花米」ブランド化推進プロジェクトの活動の様子、農家さん情報な



遠賀町の食生活改善推進委員の皆さん「おんがぁちゃん」

どを発信しています。中でも、一番人気があったページは、「お米のパッケージを地元の人と考えるワークショップ」だったことから、「れんげ菜の花米」のリニューアル化に対する関心が強いことが分かりました。また、イベント・グルメ情報は、週末後はアクセス数がよく伸びる傾向があります。グルメ情報で引きつけ、ブログ・twitterからホームページへのアクセス数を増やしていきたいと考えています。

プロジェクト期間は、残り1年間です。今後は地元の方にWEB企画チームの募集の呼び掛けをし、地元の人と人がつながり、「おんがめし」を通じて情報発信ができる、そして遠賀町の人の思いや考えがたくさん詰まったホームページを目指していきたいです。

(えびす ゆか)

JSURP 福岡支部総会と玄海原発

本田 正明

6月4日にNPO法人日本都市計画家協会福岡支部総会を開催した。その中で、東日本大震災の被災集落の支援を行っている当協会理事の大和田清隆氏に「東日本大震災とまちづくり」と題し、講演いただいた。当日は会員のみならず九州大学の学生など、30人を超える参加があった。

大和田氏は、阪神淡路大震災での被災をきっかけとして、これまで防災まちづくりに取り組まれている。福島県いわき市に実家があり、ご両親が被災されたことから、東日本大震災の被災集落の支援にも関わられている。支援ボラン



講師の大和田氏

ティアの取り組みが忙しい中、わざわざ福岡ま で、来ていただいた。

講演では、津波の高さの定義やエネルギーの 特徴、防潮堤の役割など、震災以前の基礎的な ことから、明治29年の三陸津波の経験から、 高台移転を行い、ほとんど被害を受けなかった 釜石市の吉浜集落の話や、沿岸集落の被災状況 を岩手、宮城、福島の特徴ごとに説明していた だいた。

高台移転を試みた集落は数多くあるものの、 時間の経過で津波の恐ろしさが忘れられ、再び 海岸沿いの居住が行われている実態を聞き、防 災まちづくりの難しさを感じた。

最後に「震災のときは生きてください。死んでしまうと本当に迷惑をかけるから。死なないことが一番の貢献です」と言われていたことが、現地で支援に関わる人の切実な意見として印象に残った。

次の日は、講師の大和田さんと一緒に玄海原発の見学に訪れた。原寸大の原子炉の模型があり、案内ガイドが熱心に福島原発の現状を踏まえながら説明をしてくれる。参加者も取水口の場所を確認したり、原発の海面からの高さや補助電源の場所を聞くなど、非常に熱心だ。ウランのペレットが小石ぐらいしかないことにも驚いた。施設を訪れてはじめて原子力発電所というものをリアルに感じることができた。福岡都市圏住民は、中国から黄砂の風向きを考えると、他人事ではない。一度自分の目で、原発の現状を確かめておくことをオススメしたい。

最後に、昼食を兼ねて呼子に寄ったのだが、 「港に家がある!もう東北では、こうした漁村 風景を見られないんだよね」という大和田さんの言葉に、東北の人たちが抱える心の傷の一端をみる思いだった。震災の影響がほとんどなく、記憶も薄れゆく中、今、自分にできることを考えさせられる良い機会だった。

(ほんだ まさあき)

焼酎消費量が頭打ちのなか、何故、 霧島酒造だけが大躍進しているのか?

山田 龍雄

4月末に都城市志比田に本社を構える霧島酒 造の工場見学に行く機会があった。

霧島酒造の工場では、生産過程にそって順序よく見学ができる。1次仕込み、2次仕込み、瓶詰めなどの生産ポイント毎にビデオ放映と案内看板が整備され、ガラス窓から工場内部の様子がのぞけるようになっている。見学者にとって焼酎づくりの行程が、非常に分かりやすく理解できる仕掛けとなっている。また、この日、案内していただいた営業本部の稲森恵美子さんの要領のよい説明とサービスのよさが、さらに理解度をアップさせてくれた。

工場見学後、稲森さんに1時間程度、霧島酒造のなりたちや生産体制などの概要をお話ししていただいた。霧島酒造は、ここ数年、焼酎全体の販売消費数量(以下「販売量」)が停滞している中で、なんと5年間で販売額2.4倍の成長をみせている。また、霧島酒造では別敷地に第2工場を建設中であり、これからの需要に対応できるよう生産体制を整えつつある。

最後に、工場の隣接地にある霧島創業記念館 (創業者の江夏吉助によって建てられた社屋を 移築、復原したもの)を見学したあと、地ビー ルの醸造所とレストラン・売店が一体となった 施設「霧の蔵ブルワリー」でショッピングと食 事をして楽しんだ。

各施設とも新しく、お洒落であり、観光客が十分満足できる設備とサービスを兼ね備えている。この工場見学と霧の蔵ブルワリーが一体となった空間を「霧島ファクトリーガーデン」という。ここには年間約60万人が来場しており、



左にみえる茶色の建物が工場見学の入口

都城市最大の観光拠点ともなっている。

今回、霧島酒造の躍進の理由を探るにあたって、昭和50年以降から焼酎の販売量が伸びてきた概要について述べてみたい。

●美味しい焼酎の開発とともに焼酎の売上げは伸 びる

(白波の福岡進出~第1次ブーム)

私が大学生時代、40年近く前に初めて飲んだ 焼酎は、兎に角臭かった。新入生コンパのとき には、どんぶり一杯の焼酎を飲まされ、辟易し た想い出しかない。この時期の昭和45年~50 年代、焼酎は鹿児島から福岡市場へ進出しはじ め、特に薩摩酒造の「さつま白波」ブームであっ た。焼酎業界では、この時期が第1次焼酎ブー ムといわれている。

(昭和50年代後半から昭和60年代前半~主に麦焼酎が東京市場へ~第2次ブーム)

その後、私が福岡で働き始めた昭和57~58年ごろ、焼酎に飲み慣れてきたこともあったが、事務所で初めて飲んだ「伊佐美(甲斐商店)」は、お湯割りにするとほのかな芋の香が甘く、大学時代に飲んだ焼酎よりも格段に美味しく感じた。

昭和55年以降は、各メーカーの材料選別の 厳格化、ろ過技術や減圧蒸留法などの技術開発 が積極的に展開され始め、焼酎(甲乙とも)は 右肩あがりで販売量を伸ばし続けている。

特に、大分の麦焼酎「いいちこ(三和酒類)」や「二階堂(二階堂酒造)」は、当時大分県知事であった平松知事などのトップセールスなどによって東京市場をターゲットとして売上げを伸ばしている。



地ビール醸造所、売店、レストランが入っている「霧 の蔵ブルワリー」

昭和55年から昭和60年の5年間に販売量は238千KLから593千KLと約2.5倍に伸びており、この時期を第2次ブームという。

ついに昭和58年には焼酎(甲類と乙類の計)の販売量は「ウイスキー」を抜いている。

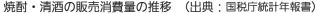
(第2次ブームの背景には魔法瓶の普及が大きかった)

昭和50年代に焼酎販売量が伸びた背景には、 魔法瓶の普及があるということを鹿児島の知人 に聞いたことがある。その知人によると「家庭 で焼酎を飲むのは結構、面倒だった。水と焼酎 を割ったものを火にかけて温まりぐあいを確か めて親父にださないといけなかった。魔法瓶が 出たことで、手軽に自分好みの焼酎をつくるこ とできるようになったことが大きかった」との こと。この時期に白波(薩摩酒造)を"ロク・ ヨンのお湯割"のキャッチフレーズで売り出し たのと一致している。ちなみに魔法瓶の出荷台 数の推移をみると昭和38年(9,793千台)から 昭和48年(22,877千台)にかけて2.3倍と、 昭和40年代後半から昭和50年代にかけて全国 に普及しており、第2次焼酎ブームの時期と重 なる。

(平成に入ってからのこだわり焼酎や大手総合酒類メーカー等の参入)

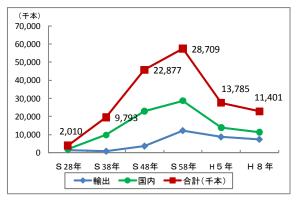
平成4年ごろだった思う。ある小料理屋で初めて「森伊蔵(森伊蔵酒蔵、昭和63年発売)」を飲んだ。これまでの芋臭さがなく、癖のない味であったことを覚えている。

私は、少し芋臭さが残る味が好きなので、非 常に飲みやすいが、個人的には物足りないと感





魔法瓶の出荷台数の推移 (出典:全国魔法瓶光学組合)



じていた。しかしながら、この上品で口当たり のよい焼酎が東京市場で芋焼酎ブームをつくる。

このころから「魔王(白玉酒造)」「村尾(川 内酒造)」など各メーカーとも、こだわり焼酎 を造り始める。その後、焼酎業界は、ウイスキー との酒税類の格差を是正するために実施された 3回の増税(平成9年、10年、12年実施)も克 服し、宝酒造などの大手焼酎甲類メーカーや大 手総合酒類メーカーの参入、90年代に入って韓 国の眞露などの海外の甲類焼酎の輸入拡大など によって、マーケットを広げ、平成15年には 清酒の販売量を追い越すまでになっている。

7~8年前に福岡でも「こだわり焼酎」を看板とした「屋台」も出てきて、お湯割り一杯600円に驚いたことがあった。東京でブームになると地方が迷惑することを実感したのは、この頃からであった。しかしながら、平成19年をピークに焼酎販売量は頭打ちになってきている。

今回、焼酎販売量が頭打ちになってきている

中で、なぜ霧島酒造が躍進しているかについて 稲森さんの話しと提供していただいた資料など から考えてみた。

●平成 10 年の「黒霧島」発売による急成長

霧島酒造は、明治30年代に川東江夏商店として開店し、元々は米や肥料、その他雑貨等の小売業から始められたという。焼酎は、明治34年ごろから蔵元から仕入れて販売していたのであるが、大正5年に自前で焼酎の製造をはじめている。

最初のころの焼酎づくりでは、鹿児島笠沙町の黒瀬杜氏などに依頼し、醸造していたのであるが、霧島酒造では昭和30年代には杜氏制を廃止し、焼酎づくりの機械化を進めている。これには2代目社長の江夏順吉氏が元々理系の出身であり、積極的に技術導入を図ったことが大きい。昭和38年には1日当たり100石(一升瓶換算で1万本)の生産工場を建設し、さらに昭和42年には1日当たり400石(一升瓶換算~4万本)に増強している。この昭和30年~40年代に霧島酒造が家内工業から装置産業へと転換した時代であったといえよう。

平成10年には、黒麹を使用した「黒霧島」を発売し、翌11年には全国販売をしている。 品質の良さと営業活動とが相まって平成14~ 15年頃から徐々に全国的に人気がでてきたという。現在、霧島酒造では芋焼酎以外にも麦焼酎、 そば焼酎、米焼酎も製造しているが、焼酎販売額の約8割が「黒霧島」であり、圧倒的なシェアを誇っている。

霧島酒造の躍進の背景には、焼酎づくりの機

九州から東北までカバーしている営業拠点



械化による技術革新、IS014001 (環境マネジメントシステムに関する国際標準化機構による規格) や IS09001 (同、品質マネジメントシステム) などの管理や環境技術の導入などのチャレンジ 精神を発揮していた点に加えて、やはり地道な営業開拓があげられるのではないかと思う。

現在、全国に支店4箇所、営業拠点である駐在7箇所を配置しており、各エリア担当の営業マンが問屋や小売店などを回っているという。

余談であるが、3年前に (NPO) 都市計画家協会主催による「全国まちづくりの会」が川崎市で催された。最終日の懇親会の2次会に川崎市内の居酒屋に行き、イモ焼酎を頼むと「黒霧島」が出てきた。霧島酒造の営業力の強さを感じた次第である。

●地域を大切にする企業風土

霧島酒造では南九州産さつまいもを 100%使 用しており、そのうち4割が都城産の芋である。

霧島酒造の場合、契約栽培ではなく、全量を 農協、青果業者、肥料店、米商、酒店、商社、 農業法人から買い付けている。

また、霧島酒造では県内及び市内のイベントに対して様々な支援をしており、地域を大切にする企業風土が根付いている。特にハッピは600枚用意してあり、地域のイベントでは無料で貸し出している。イベントが重なると足りなくなるらしい。しかし、なんといっても地域の人を600人近く雇用(社員390人、製造期臨時雇用200人)しているのが最大の地域貢献といえよう。

霧島酒造が支援しているイベント

- ◆県内の大型イベント支援 宮崎国際音楽祭、フラワーフェスタ、リコーカッ プ、ダンロップフェニックストーナメント、国際 青島太平洋マラソン大会
- ◆地域や公民館が開始するまつりの支援 伝統的まつり(御田祭、六月堂等)、敬老会、 花火大会
- ◆文化祭や発表会等の支援 学校の文化祭、音楽愛好会の演奏会や発表会 発明コンクール
- ◆スポーツイベントの支援 少年スポーツ大会、ソフトボール大会、ボーリン グ大会、野球大会、ゴルフ大会、バレーボール大 会
- ◆ハッピの無料貸出 まつりやイベント、運動会など →年間 100 件以上貸出

さらに全国規模のイベントとして、平成12年より女流王将戦を霧島ファクトリーガーデン内にある「霧島創業記念館」内で開催されていおり、JBV(ビーチバレー)ツアーでは霧島酒造オープンも開催している。

●各種団体との共同研究による新たな商品開発

霧島酒造では、宮崎大学と焼酎粕飼料を使った牛や豚の飼育研究、あるいは九州沖縄農業研究センターと、センターが育種した新品種のムラサキマサリを使った焼酎の新製品開発、焼酎粕を使ったパン製造を行っている。ちなみにこのムラサキマサリで開発された焼酎が「赤霧島」である。ムラサキマサリには他の芋よりポリフェノールが多く含まれているため、健康にはよさそうな焼酎である。

このように霧島酒造は、各種団体と共同研究 に取り組み、焼酎の食品加工面での可能性を広 げている点でも注目される。

●4つの"力"の総合力がもたらした急成長

霧島酒造では、海外進出にも力を入れており、 中国、マレーシア、タイ、シンガポール、ベトナムなどのアジアをはじめ、アメリカやヨーロッパなどの日本料理店や現地日本人向けに輸出しており、今後は、さらに海外市場へとマーケットを広げる予定である。

このように、霧島酒造が地域を大切にする企

業として、ここまで躍進した理由を考えると、 次ような4つの"力"が総合的に結びついた結 果ではないかと思う。

①技術革新力

焼酎業界ではいち早く焼酎製造の機械化を進め、「黒霧島」という主力商品を開発し、また、 需要に応じた生産体制を装備したこと。

②営業力

なんといっても全国に営業拠点を構え、販売ルートを確立しており、日夜営業マンが問屋 や小売店などへ営業していること。

③ P R 力

初期の黒霧島のコマーシャルは、鮎川誠などのエキセントリックな映像を使い、「何だこれは?」「新しいものが出た」というインパクトを与えた。そして、普及期に入り、万人受けする現在のCMで、市場を広げた、という話があるという。

今、TV放映されている「黒霧島」のコマーシャルは、九州各地の郷土料理と組み合わせたもので、非常に食欲をそそるものであり、インパクトがある。これは、最近つくられたのではなく、昭和62年から宮崎県内のCMで宮崎の「うまいもの」シリーズで放映してきたものを九州版へ拡大したものである。また、前述に紹介したように全国的なイベントの主催も含めて、「霧島酒造」のPR力は高い。

④地域との共存共栄力

南九州産のさつまいも100%使用、地域の各種イベントへの支援、市の観光産業へ貢献、地域雇用などによって、地域からも愛される企業となっている。このことは、一企業を超え、地場産業として、地域との共存共栄の関係を築いているのではないかと思う。

このままの勢いが続けば、いずれ本格焼酎メーカーの中でトップになるのではないかと思われる。今後とも、霧島酒造は焼酎業界をリードする企業として、どのような戦略をもって焼酎の販売量を伸ばし、焼酎文化を築いていくのか目が離せない。 (やまだ たつお)(参考資料)

①社会関係資料 第 12 巻 2007 年 3 月

「地域ブランドと産業振興~本格焼酎産業と地域ブランドづくり~中野 元氏著

- ②南のくにの焼酎文化:豊田謙二氏
- ③霧島酒造の説明資料~品質をときめきに~

第19回よかネットパーティ報告

寺山 香

5月7日、毎年恒例のよかネットパーティを開催しました。19回目の今回は、今までの参加者持ち寄り型から趣向をかえ、原点回帰の意味も込めて、所員が各地域を回ってうまい、応援したいと思ったものを準備させていただきました。

●持ち寄り制から準備制へ

品物を所員が用意する、という企画は第5回 よかネットパーティ以来の試みであったため、 所内では不安の声があがることもありました が、過去の出品リストや今まで回ってきた地域 の食を探し求め、何とか40種類ほど集めるこ とができました。なかには賞味期限や発送等の 問題から思うようにお出しできないものもあり ましたが、様々な地域の美味しいものを出すこ とができたのではないでしょうか。下記に代表 的な出品物をご紹介します。

代表的な出品物

- ・伊佐の猪/鹿児島県伊佐市
- ・ドロさま素麺/長崎県外海
- ・茶々饅/上陽町 (グラウンドワーク福岡提供)
- ・キクイモの粕漬け/佐賀県富士町
- ・かすてら饅頭『炭坑節』/福岡県大牟田市
- ・はま姫/福岡県宗像市

(はまゆうワークセンター宗像提供)

- ·遠賀合鴨薫製/福岡県遠賀町
- ・水イカの一夜干し/長崎五島市
- ・手作りキムチ/よかネット社員手作り
- ·素素人/福岡県八女市 etc…

ゴールデンウィークの中日の開催となったため、参加者が少なくなることが予想されたのですが、予想に反し、参加者は83名と、初参加の方も含め、多くの方に来ていただくことがで



今年も"ひともうけ"に花がさきました きました。

用意させていただいた品物は当日写真撮影を 行い、説明書きといっしょに壁新聞に掲載しま した。

仕事上、主に九州の特産品が多かったのですが、「東日本を応援しよう」ということで、東 北のお酒やおつまみなども用意しました。

●評判は上々、特設コーナーも盛り上がりました。

今回は、テーブルに2つの特設コーナーを作りました。1つ目は、行橋市のみそだれおでんのコーナーです。実際におでんをつくる器具を持ち込んで頂いて、実際に振る舞って頂きました。皆さんからはかなり評判だったようですが、所員はほとんど食べることができませんでした。

2つ目は佐賀県富士町のコーナー。ここは去年好評だったおにぎりもすぐに売り切れてしまったようで、おにぎりを食べ逃した分、後半に出した「ド・ロさま素麺」をおかわりされていました。加えて、通販で販売している「富士から便」の新しい新商品のPRも一緒に行いました。

所員の手作りの品物も好評で、山田の燻製は 大皿3枚分が売り切れ、キムチもキュウリ、大 根、白菜の3種類を用意し、白菜の時期は過ぎ ていたのですがおいしいと好評でした。

●持ち込み料理も加わり、テーブルは華やかに

様々な方から料理の反応をいただきましたが、社員がおすすめの品を集めているため、片寄っているところもあったようです。魚料理が足りないなどのご指摘もいただきました。つく





みそだれおで んの PR 効 果 は抜群でした

づく消えた塩サンマ(次項山田の記事参照)が 悔やまれます…来年のリベンジを楽しみにした いと思います!

当日は各商品を提供していただいた方からも 商品やイベントのPRをしていただきました。

今回はこちらが事前に用意するため、参加者の持参の気苦労もなく参加しやすかったのではないかと思います。しかし、毎年おなじみの品物や紹介したいものを持ってこられる方も20数名いらっしゃったため、テーブルの上は例年以上に種類も多くなり、華やかな感じが見受けられました。

社員にとっても、品物を事前に用意できたため、当日にホストとして"ひともうけ"をする時間をつくることができたことに加え、パーティが終わったあとで話を聞きながら「えー、それ食べてない…」と後悔するという毎年おなじみになりつつあった光景もほとんど見られなかったようです。

1992年から毎年開催しているパーティですが、来年は20回目と、節目の年を迎えます。すでに会場は予約済み、何か企画も行えればと考えておりますので、まだ先の話ではありますが、皆さんのご参加をおまちしております。

(てらやま かおり)

消えた塩サンマ

山田 龍雄

昨年の11月、平戸市根獅子まちづくり振興協議会主催の「都市と農村との交流事業」に参加したおり、朝倉を拠点に「こども自然塾」をボランティアで行っておられる平田昌之氏が、段ボールを使ってチキン燻製を作っておられた。

その出来上がったチキン燻製は、塩と胡椒がほどよくきいていて美味であった。段ボールであれば、持ち運びも楽だし、私が長年やっていたベニヤ板を使った燻製よりも簡単にできるだろうと思った。これが勘違いのはじまりである。

今回のよかネットパーティは、この段ボール 燻製にチャレンジしようと思った。

●塩サンマの燻製は特に美味しいとの一言

私としても、はじめての段ボール燻製づくりなので、食材の下ごしらえの方法、塩漬けや燻製の時間、塩抜きの方法など、不安な点が多々



上から吊した燻製の食材(チキン、豚ブロック、 塩サンマ、蒲鉾、チーズ)



やっと燻製開始の準備が整った状態の段ボール

あった。そこで、図々しくも平田氏に連絡を取り、そのポイントを習いに自宅にお伺いした。

平田さんには①チキンに塩を多めに擦り込むこと。②翌日に水洗いしたあと、80 C°のお湯に2~3回上下運動して塩抜きする。③網もぶら下げて、プロセスチーズや蒲鉾も載せるとよい。④市販の燻製チップではなく、乾燥した桜木でないと良い香りがつかない。⑤塩サンマの燻製は美味であるなど、丁寧にアドバイスをしていただいくとともに、3回分ぐらいの桜の木をいただいた。

●塩サンマが消えたわけ?

私は、福岡でのマンション暮らしなので、燻製づくりは妻の実家(添田町一の宮)の裏庭でやらせていただいた。まず、段ボールを組み立て、下ごしらえの材料を針金で、段ボールの上に置いた竹の棒に吊す。この作業は、針金を段ボールの上に開けた穴に通すわけだが、作業は中腰でやらねばならず、結構手間取ってしまった。次に携帯のコンロで熾した炭と、少し燻らせた桜の木を、30 cm四方の缶(市販の煎餅の空き缶)の中に入れて、段ボールの中に入れ、やっと燻製のスタートとなった。火加減と煙の出具合をみながら1時間ぐらい経つと、段ボールのすき間から結構、煙が立ち上ってきたので、一安心。あと3時間近くは燻らないといけない。

久しぶりの実家の玄関前の通路部分が、木の葉で散らかっていたので、実家を使わせていただいたお礼も兼ねて、掃除をしようと思いつく。 庭箒ではわきはじめると、燻製のことをすっか



写真上部に見える携帯用のカマドで再チャレンジ して出来上がった燻製

り忘れてしまっていた。20~30分後に気づいて裏庭に行くと、なんと段ボールが炎上しているではないか。すぐに段ボールを倒し、バケツに水を入れ、火消し作業となった。このため、サンマやチーズなど柔らかな食材は再起不能となってしまった。豚肉ブロック、チキン、蒲鉾の一部は、焼けた灰を洗い流し、裏庭に置いてあった携帯用カマドを急きょ、燻製箱に改造し、燻製づくりを再チャレンジした。ここから2.5時間ぐらいで、なんとか燻製が出来上がった。終了時間は午後5時半を過ぎていた。朝から座ったり、立ったりの7時間以上の作業は、翌日には足腰のあちこちに筋肉痛を発症させていた。

これが塩サンマが消えたいきさつであり、顛末である。本当に悔やまれる燻製づくりであっ

た。その後、2日間、冷蔵庫で寝かせたチキンと豚肉ブロックの燻製は、身も引き締まり、やや塩辛さはあったものの、サクラの香ばしさが染みつき、美味しくできあがっていた。

5月7日に開催した「よかネットパーティ」には、今回、かろうじて再生した燻製を提供させていただいたところ、ほとんど食べ尽くされていた。塩サンマ燻製は消えてしまったが、参加された皆さんには喜んでいただけたかと思うと、本当に苦労した甲斐があったというものである。

今年、秋サンマが出る頃には、今回の失敗に めげずに塩サンマ燻製に再チャレンジしたいと 思っている。もし、上手く出来上がりましたら、 ご報告したいと思う。 (やまだ たつお)

近 況

翻椎葉村の人たちとの 20 年余の交流 人もうけの原点は、土地柄・人柄にあり

●民宿"焼き畑"の椎葉クニ子さん

椎葉との付き合いのキーマンは黒木勝実さんだ。最初に黒木さんと出会ったのは1990年に、西日本新聞が「九州連合議会」という企画をして、その議員に私も加えていただいたからである。九州の7県から4人ずつの議員を選んで、九州国の議会を作って「将来像」を考えようという企画だっ

た。従って、九州の各県から4人ずつの方と一緒 になった。

私は関西人だから「福岡県の代表というのは不 味いのではないですか」といったのだが、「いや、 いろいろな人間がいた方がいいのですよ」と西日 本新聞の記者の方がいった。どうも県庁の久保さ んの推薦らしかった。そんなわけで、関西人の「人 もうけ」が推葉の人にたどり着いた。

それ以来、黒木さんとの付き合いが続いていて、 その間に民宿「焼畑」を紹介していただいて泊まりに行って、椎葉秀行・クニ子さん夫妻に会った (1994年9月下旬)。その時のご馳走を私が書き



③

- ①たくさんの種類の山菜の天ぷら ②鯨肉と馬刺し
- ③テーブルに並びきれないほどの料理が並んだ。
- ④わくど汁(蕎麦団子のみそ汁) わくどとは蛙の意味で、茹でている 時の蕎麦の様子が似ていることから
- ⑤前日風邪を引いていたクニ子さん も翌日はお元気になっていた

<椎葉の方々の山のおごちそうメニュー概要>

○とうふ・こんにゃく類

- ・樫の実とうふ・・・・樫の実を砕いて水でさらしアクを何度 も抜き、白っぽい粉が残るので、それを葛か寒天で固め たもの。そのものの香りや味に目立った特徴はないが、 ユズを絞り醤油でたべる。
- ・手づくりコンニャク・・・・刺身で食べた。醤油か酢味噌でいただく。
- ・黒豆の枝豆・・・・今年、丹波黒を播いたが椎葉村では不良 となり、できたものはごく僅か。しかし、実になったも のは大粒でよいものが採れた。塩ゆでした。
- ・菜豆腐・・・・豆腐を型に入れるときに山菜を入れて固める。 この日は芹か何か。春先のものがキレイ。昔は割ったと きに菜がつながっている形状から「ひきわり」といわれた。

○肉料理

- ・鹿の刺身・・・・鹿のロース肉をスライス。タマネギを薄く 切って水でさらし、水気を切って皿に敷く。その上に鹿 肉をのせる。ショウガ醤油で食べる。
- ・鹿肉のみそ漬け・・・・細かく切った鹿肉の生を味噌に漬けて数日置き、焼いて刻んだ椎茸や山菜やゴマ、山椒などと和えて食べる。酒のつまみに最適。

○煮物

- ・竹の子と里芋の塩ゆで・・・・ 里芋の風味で、竹の子のような形で一株に鈴なりでずらずら採れる。塩ゆでして皮付きのまま出す。
- ・干し竹の子の煮付け・・・・ 水で戻して、しょうゆ味で炊き 込んだもの。歯ごたえがあって美味しい。

残している。それを引用する。(これは今回の写真の説明が大儀なので代用する気分だ)。

秀行さんに焼畑へ連れて行っていただいて、焼畑の方法などを聞いた。周囲の山々のことも聞いた。

夕食は山の幸のオンパレードだった。焼魚(ヤマメハナオクラ)、煮しめ(クロタケ・人参・里芋)、刺身(地鶏たたき・カラシナ)、焼き豆腐、三杯酢(ユズとベビーコーン・ゼンマイ・タケノコ・茗荷・ウド)、天ぷら(茄子・唐芋・しそ・ピーマン・椎茸・やさいまめ・モロヘイヤ・人参のかき揚げ・よもぎ)、こんにゃく、蕎麦の団子汁などなど。これをクニ子さんが、一つひとつ材料から調理の仕方まで説明して下さったとき、あわててメモしたもので少々抜け落ちていると思う。

● "土風緑の会"また、黒木さんひきいる椎葉の 「土風緑の会」の人たちが、10余人で私の家に 来てくれた。(2001年12月)

そのメンバーは夫婦連れ、お一人かで、7~8

- ・竹の子キムチ・・・・ 茹でた竹の子をキムチで和えたもの。歯ごたえがあって美味しい。
- ・野菜の煮染め・・・・こんにゃく、里芋、椎茸などを出汁で煮たもの。うすく上品な醤油味仕立て。この日は重箱に キレイに詰め込まれた煮染めを頂いた。

○漬け物

- ・かりかり梅・・・・梅干しの一種。梅の酢漬け。
- ・豆腐の味噌漬け・・・・とうふを味噌に漬け込んで数ヶ月 置いたもの。食べるときに味噌を落して、薄く切って 食べる。この日のはとても美味しいものだったが、お 土産の加工品は味が相当染みわたっていて辛くなって いた。
- ・豆腐のシソ漬け・・・・味噌漬けと並んで、シソの葉の塩漬けの中にとうふを漬け込んだもの。
 - ・椎茸の塩焼き・・・・椎葉村から持ってこられた大きな椎茸を焼いて塩をふりかけた。

○ご飯もの・汁

- ・香り米のおにぎり・・・・ $1 \sim 2$ 割香り米を米に混ぜて炊き、塩おにぎりを握ったもの。食欲をそそる香り米特有の穀物の香りがあって美味い。
- ・あさり汁 ・・・・ これは糸島産

○飲み物

- ・どぶろく・・・・ 土風緑の会の由来でもあり、寒仕込みしたものは非常に美味しい。ドブロクはいつでも作れるのだが、土着の味は昔からのやり方で、麹菌が安定している「寒中」に仕込んだものがよい。村の中には名人級が大勢いる。
- ・ひえ焼酎・・・・お湯割、水割り、ロックでいただいた。

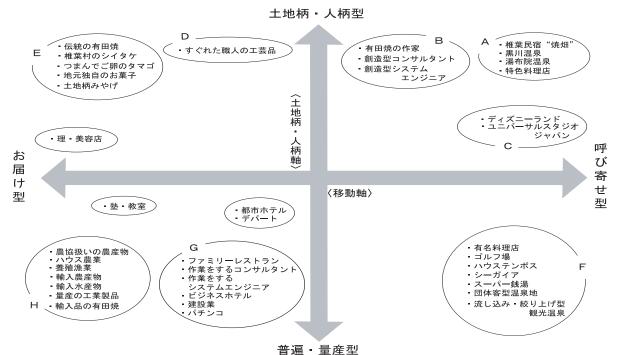
世帯だったと思う。「大勢で泊まりに行ってもいいか」という問いに、私は「それぞれの家の、日頃食べている田舎料理を持ってきてくれ」という注文をつけた。当日大量のご馳走を持ってきていただいて、糸島近辺にいる10余人の友人も集まってきて、楽しい交流になった。(メニューについては上記している)

●地域経営の柱探しをどうするか

翌日の朝、「これからの椎葉のような"過疎山村の農業は、どうしたらいいか"について話せ」といわれて、ボードに画きながらはなした。それが次の図(23頁)だ。

この時の話は、「椎葉で大量生産型のものを作るのは無理だ」ということだった。つまり、土地柄・人柄を生かしたもので勝負をする意外にない。図で云うとAゾーンとEゾーンである。たとえば、民宿焼き畑のクニ子さんの所を例にとると、これほどアクセスの悪いところはない。しかしこれほど「人もうけのネタ」の豊富なところはない。ま

地域経営の柱探しモデル図



【地域経営の柱さがしモデル図】

「土地柄・人柄軸」は分かりやすいと思うが、「移動軸」について少し説明をする。 「呼び寄せ型」はその土地に魅力があるタイプで出前はできない(観光など)。 一方「お届け型」は消費者の多いところへ立地する(都市型サービス業など)か、消費地に売りにいくもの。この図の上部右側のAのあたりは土地柄・人柄を前面に出したサービス業、Bはモノ的要素が少し出てくる。左側のE・Dあたりは、優れた職人芸のモノや、百姓根性でつくられた農産品など。Cは都市型サービス業。左下のゾーンは高度成長期の花形産業で、モノつくり産業。

ず①自然が豊かなこと、②自然豊かな食べ物がある、③鳥の鳴き声などが身近だ、④住んでいる人の人柄がよい、などがある。またそこから、「椎葉づきあい」が発生する。⑤椎葉を知っている、⑥行ったことがある、⑦知っている人がいる、⑧神楽も見た、などがキッカケになって、付き合いが発生する。

なにかの話の途次に、椎葉の話が出たりすると、だんだんとその話にはまって、「椎葉友達」になってしまう。つまり、情報が土地柄・人柄に特化していると、それを共有することが親近感の元になる。どこにでもあるというような、普遍性がないが故にひろがりをもっている。従って、椎葉という地名は、交流ネタとしての、優れた多層性をそなえているのである。

●飯田豆腐店の超豪華な御飯

民宿焼き畑で朝ご飯を食べ、近所を歩いたり、 クニ子さんから話を聞いたりした後で、椎葉の中 心部に降りてきた。

"昼ご飯をどんなところで食べるか"は、椎葉

に行く前からの重大事項であった。その前提は、 クニ子さん所の食事は十分に担保があったので、 その感覚を打ち消すような昼御飯にしたくなかっ たのである。私は飯田おばあちゃんの豆腐屋には 2度行っている。最初は07年の秋、ついで09年 の11月、栂尾神社の神楽の参加した折の行き帰 りに立ち寄った。一晩神楽を見て、翌日の帰りの 昼頃に立ち寄って、メシまでご馳走になった。そ の時の昼食(といっても強引に押しかけたような 感じで戴いた)が気に入っていたので、頼んでみ ようという気になった。

この店との付き合いは 07 年の秋からだ。菜豆腐のことを聞いて回っていて紹介された。菜豆腐の話を聞いて、買って帰ろうとしたら、いろいろ漬け物や味噌などをもらった。みんな美味かった。宅急便で送ってもらえるので、「よかネットパーティー」に送るように頼んだ。飯田さんはずっと以前から、全国に宅急便で届けている。私の「地域モデル図」で云うと、Eのゾーンに当たる。

今回の帰りの昼食は「そこに頼んでみよう」と



私が思って電話をした。上記の写真がそれだ。もちろん全員に大好評で、「どこでも食べられるものではない」と、大喜びだった。今回は、事前に「昼食」としてお願いしていたので、かなりオーバーなぐらいに用意をしてくれていた。とにかく私の好きな「低級高品質=やすくて本物の品質を持ったもの」で、これほど贅沢なものはない。

禁さつまおごじょの心得 丸峰の婦人心得百箇条

明治時代に鹿児島では婦人の手による「婦人心 得百箇条」なる物がつくられてあって「男を立て て、男の機嫌を取れ…」などといったことが、書 かれてあります。

私の生まれ故郷の鹿児島県南大隅町丸峰集落にも「婦人心得百箇条」があります。百箇条全て紹介したいところですが、抜粋して一部を紹介します。

- 1 人事を言はぬこと
- 2 荒い言葉づかいをせぬこと
- 3 子供の前では言葉をつつしむこと
- 13 毎日料理は滋養を考へて変化をあらせること
- 22 お客を愉快に思はせて立たせること
- 27 常に老人を親切にいたわること
- 43 アクビを人に見せぬこと
- 50後れて入って来る人を一々振り返って見ないこと
- 60 集会などに出たときは自分から前に出ること
- 82 明日の仕事は前の晩に話合っておくこと
- 84 共同の仕事には自分の利害を言はぬこと
- 91 子供には自分で出来ることは自分でさせること
- 95 夫のきげんをとるけいこをすること

①煮染め

- ②パーティでもおなじみ椎葉の菜豆腐
- ③次々と並べられる料理に大満足で あった。
- ④こんにゃくもできたて
- ⑤飯田豆腐店は、菜豆腐を売る小さな 店で食堂ではない。

「椎葉ブランド」は高級 (値が高い) ではないが、本物のものがあり、人柄があり土地柄が楽しめる。 今年の秋=11月最終の土・日曜ぐらいに椎葉神楽を見て、椎葉の田舎料理を食べに行く方は紹介します。(糸乘のブログ「オチコボレ流」にも椎葉のことを書いています)

(糸乘 貞喜)

99 隣の安眠を妨げぬこと

100 自分の思っていることは、人中で話の出来るけいこをすること

※その当時ならではの、奇妙な全文が知りたい方は、ご連絡ください。

100年前のものなので、全項のなかには奇妙な項目が所々ありますが、現在も通用する事項も結構あり、自分(家庭)に置き換えてみても、はずかしながら出来ていないことや気配りが足りないことがたくさん含まれています。

この百箇条は、今から約100年前にあたる大正2年、丸峰婦人会が創設されたころに、近くの小学校に奉職していた森永栄二先生を囲んで、みんなで昔から言い伝えられたものを出し合いながら、幾晩もかけてつくりあげたようです。それで、当時の婦人会は、模範的な集落として、他市町村からの視察が絶えず、多くの表彰をうけているということから、熱心に取り組んでいたと想像されます。

100年経った現在の丸峰集落は、よかネット no79 「5年前から、地域の人を繋いできた集落 内放送—鹿児島県南大隅町丸峰地区—」 (ホームページアドレス: http://www.yokanet.com/pdf/backnumber/no79.pdf) に書いたように、今でも年中行事が盛んで、集落内有線放送での毎朝夕のお知らせ、毎朝の子供会の朝読みなど、町内でも屈指のまとまりのある集落です。このまとまりのある集落の背景には他にもいろいろなことがあると思いますが、この「婦人心得百箇条」や集落の女性たちが、集落の社会秩序の維持に果たした役割は大きいと感じています。

が小値賀に行ってきました

アイランドツーリズム、観光まちづくり産業で うまくやっている地域として、数年前からよく「小 値賀(おぢか)」の名をよく耳にします。小値賀は、 長崎の五島列島の北の17の島々からなる人口約 3,000人(高齢化率約43%)の島です。佐世保か ら高速船で1.5時間、フェリーで3時間、福岡か ら航路で5時間かかります。

待ち合わせ時間の4時になると、受入民家さんが待ち合わせのフェリーターミナルまで迎えに来られました。今回受け入れて頂いたのは、末永一郎さん。当初の立ち上げメンバーのうちの1人で、漁師さんです。

お茶をしながら話をした後、風呂に入って、のんびりしていると、夜ご飯の支度が始まりました。 夜ご飯は、もちろん魚介です。想像以上に、テーブルに乗り切らないくらいの皿が並びます。

季節や日によって差はあるとのことですが、今回は運よくサザエ、イセエビ、赤ナマコ、煮つけ、刺身(カワハギの肝を醤油に溶かして食べる)、 鯛茶づけ、自慢の海鮮サラダ等でした。このもてなしの凄さには、圧倒させられました。

翌朝は5時起きで漁に出ます。60分くらい波



民泊の夜ご飯

昔からの男尊女卑のイメージを未だに持たれる 鹿児島ですが、実は建前で、合理的なさつまおご じょのしたたかな戦略にはめられていたのかもし れません。

この百箇条をみながら、集落の長老のおばあ ちゃんたちと、若いお母さんたちと一緒になって 「新・婦人心得百箇条」を創っていこうと思って いますので、興味のある方はお声掛け下さい。

(雪丸 久徳)

に揺られて「さし網漁」の見学をして、港に帰ってきたら魚を網から外して、採れたての魚をその場で捌いて味噌汁をつくります。魚の網外し体験は慣れない自分たちにとってはすごく難しく、辛いものでしたが、少しやるだけでよかったのでちょうどよかったです。

そうしていると、奥さんがおにぎりを作ってきて、その場でシートを広げて、朝ごはんです。そこでも、サザエの壺焼きが、一人7,8個、食べきれないほど出てきました。

その後、一旦家に帰って横になってのんびりして、10 時半になったらフェリーターミナルに送り届けて頂きました。フェリー出港前にまた見送りに来て頂き、お別れの時間まで少しお話しました。久しぶりに帰ってきた親戚みたいに温かいもてなしをうけ、別れ際は少し名残惜しい気分になりました。フェリーが島を離れてからも、見えなくなるまでずっと手を振っていると、またいつか小値賀に来よう、という気持ちになりました。

一度、小値賀に足を運んでみてください。 (アイランドツーリズムについての詳細は次号で報告したいと思います。)

(雪丸 久徳)



漁業体験出発の様子

🗱 豊臣秀頼と真田幸村の「薩摩落ち」の話

豊臣秀吉の息子の豊臣秀頼は、歴史上、大阪での死が正伝として伝えられていますが、大坂夏の陣(元和元年:1815年)に敗れ、豊臣秀頼と真田(幸村)信繁ら一行20人が、薩摩に逃れてきたという伝説が鹿児島にあります。

尾崎さん(職彩工房たくみ代表、よかネットOB)が信州松代に行って真田幸村のことをいろいろ調べてみたそうですが、薩摩にて生き延びたという説は確かに根強いという話が書かれているとのことでした。

「薩摩落ち」伝説は、鹿児島市谷山に「豊臣秀頼の墓」があることや、雪が降らない薩摩半島の南にある頴娃町の雪丸(南九州市頴娃町大字牧之内字雪丸)に真田幸村が住んでいた伝説があること、これらが発端となっています。また、先日、私の故郷の南大隅に帰ったときに、お隣の錦江町にも、豊臣秀頼と真田幸村一族の落人の伝説があるという、たいへん興味深い話がでてきました。

南大隅歴史研究会会長の松元勇治さんによると、豊臣秀頼と真田幸村ら一行が薩摩に逃れてきたため、島津家は一行をひとまず「大根占」(現在の錦江町)に送り、一行はここで何年か暮らしたとのことです。秀頼の「隠れ里」になったのは、切り立った岸壁に囲まれた鳥ノ巣山の中腹にある「落し」(おとし)と呼ばれる地区で、「落し」地区の代々の落司家では、毎年旧正月に、鹿児島市谷山の「秀頼の墓」に参るのが習わしだそうです。

一方、真田幸村は、ここからさらに山奥に数百 mのところにある「遊喜浦」(ゆきのうら)という地区に住んでいたそうです。昔の人たちは「ユキムラ」と呼んでいたそうですが、「遊喜浦」と



秀頼の墓と伝えられる卒塔婆 (画)田良島 昭

呼ぶようになったとのことです。

実際に鳥ノ巣山に行ってみると、驚いたことに、真田稲荷神社があり、豊臣家の守り本尊だったお稲荷様(現存)が落司家の氏神として祭られています。

他の異説と異なり、他にも記録や伝承が鹿児島県内各地に多く残っています。薩摩落ち伝説はあり得ないといった話もありますが、仮に、昔の人のつくり話だとしてもとてもユニークだと思います。昔の人から、これからの時代に、この地で生きる人たちへの贈り物かもしれません。 (雪丸 久徳)





真田稲荷神社。奥は薄暗く不気味だが、気を感じる。

-編集後記 -----

探 暖かくなり、イベントなどで外に行く機会が 多くなりました。そのおかげか、今回はネタが 多く編集の方も苦戦しました。中にはお蔵いり になった記事も…次号には掲載したいと思いま すので、楽しみにお待ちください。(て)

よかネット No. 103 2011.7

(編集・発行)

㈱よかネット

〒810-0802 福岡市博多区中洲中島町3番8号 福岡パールビル8階

TEL 092-283-2121 FAX 092-283-2128

http://www.yokanet.com

mail:info@yokanet.com

(ネットワーク会社)

㈱地域計画建築研究所

本社 京都事務所

㈱地域計画・名古屋

TEL 075-221-5132

大阪事務所

TEL 06-6942-5732

東京事務所

TEL 03-3288-0240

名古屋事務所

TEL 052-202-1411