



No. 109 2013. 1

(株) よかネット

も く じ

NETWORK

- 度重なる災害のなか、地域を、命を守るためにできること
— 災害時要援護者避難支援事業経過報告 — 2
- (特別寄稿) 列車にゆられて、心も揺らして
— 「へいちくで行く『列車でGo婚』」開催記 — 5
- 地方鉄道生き残りの鍵はどこにある? 9

見・聞・食

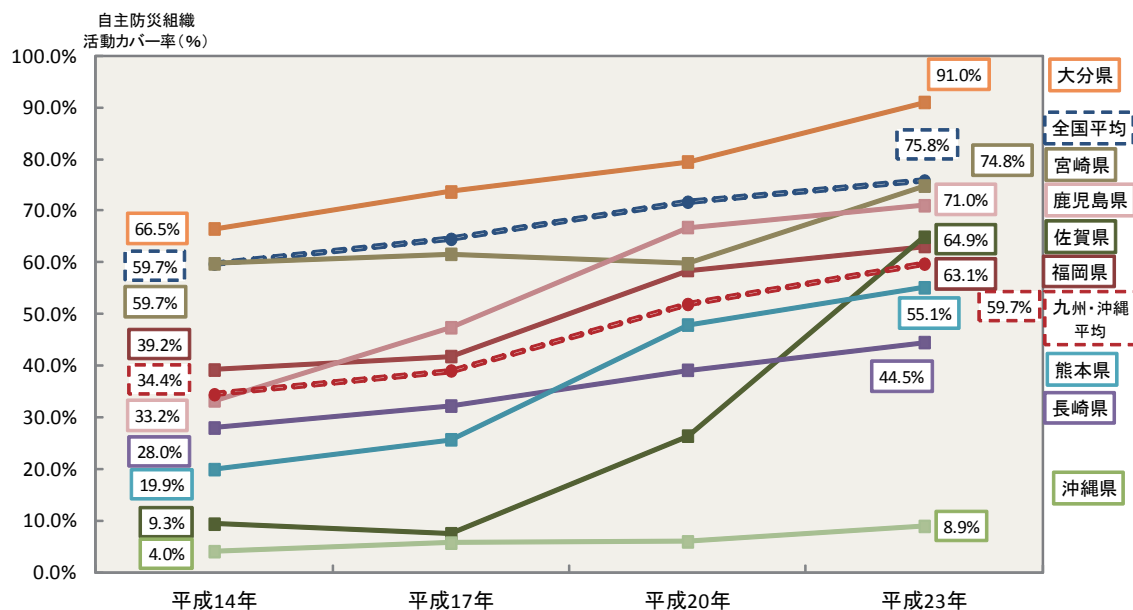
- 日本の地域の未来を先取りする、高知県の中山間地域対策 11
- 2012 年 日本焼酎学会 蔵巡り
～ 5 社のブレンド焼酎の「さつま島美人」とビール酵母等
による新商品開発に挑む小牧醸造(株)～ 14
- 農を通じた新しいコミュニティづくり「親農塾」の取り組み 17

近況

書評

- 幸福な田舎のつくりかた 24

●自主防災組織活動カバー率は近年上昇しているが、組織の体制や活動には差がみられる。



出典：消防庁「消防白書」、「消防防災・震災対策現況調査」

※自主防災組織カバー率＝自主防災組織が活動範囲とする世帯数÷住民基本台帳による総世帯数

「自主防災組織」という言葉は、昭和 34 年の伊勢湾台風の影響を受けて、初めて公的な文章の中に出てきます。それから 36 年後の平成 7 年 1 月の阪神淡路大震災以降、地域の防災組織の必要性はさらに高まりました。

平成 7 年の全国の自主防災組織カバー率は 43.8%でしたが、平成 23 年には 75.8%と高くなっています。平成 14 年以降の九州・沖縄の自主防災組織活動カバー率は全国平均と同じように伸びてはいるものの、全体平均を下回っています。

地域の現場で聞いてみても、①既に要援護者、支援者を決め、連絡体制を決めている②連絡体制をこれから決めたい③まだ組織体制もできていないなど、防災組織づくりの取り組みには差がみられます。東日本大震災、九州北部豪雨を経験して、「防災」について地域住民の気運が高まっているなか、地域に根付き、地域の情勢にあった自主的な活動を進めていくことが求められています。

度重なる災害のなか、地域を、命を守るために出来ること —災害時要援護者避難支援事業経過報告—

寺山 香

●災害が起こった時に、私達には何が出来るのだろうか

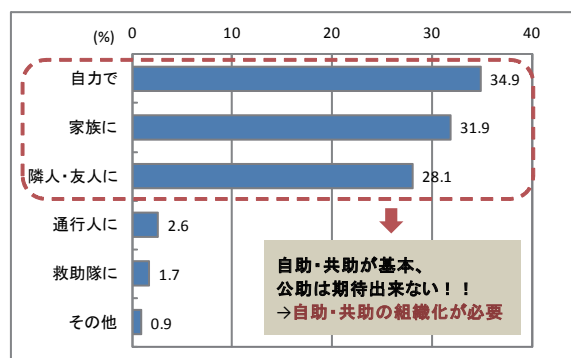
去年の7月上旬、九州北部を襲った大雨は、熊本、大分、福岡県南部などの広い地域に大きな爪痕を残しました。東日本大震災という未曾有の大災害が発生して以来、私達の身の回りでも防災という言葉が多く聞かれるようになりました。そのようななかで、実際に九州で起こった水害を目の当たりにし、自分は何が出来るだろうか、もしもっと大きな災害が起きた時にどのように行動を起こせばいいのだろうかと考えられた方も多いと思います。

阪神大震災において、建物の下敷きになるなど生き埋めや閉じこめられても助かった人は、「自力で」は34.9%、「家族に助けられた」31.9%、「友人・知人に助けられた」28.1%というように、6割の人が共助によって助かっています。そこで必要とされているのが、地域や自治会レベルでの共助の仕組みづくりなのです。

●充実してきた自主防災組織の活用のために

阪神大震災以降、市民の自主防災意識の高まりとともに、全国的に自主防災組織の結成が叫ばれてきました。(表紙参照)

自主防災組織とは自分の身は自分の努力によって生き埋めや閉じこめられた際の救助



出典：日本火災学会「1995年兵庫県南部地震における火災に関する調査報告書」

て守る（自助）とともに、普段から顔を合せている地域や近隣の人々が集まって、互いに協力し合いながら、防災活動を組織的に取り組むための組織のことです。

いつ、どこでどのような想定外の災害にあうかわからないなかで、国や都道府県、市町村の対応（公助）だけでは限界があり、市町村職員等による早期に実効性のある対策をとることが難しい場合において、「自分たちの地域は自分たちで守る」ことが求められています。

また、地域の安心・安全な暮らしへの関心や意識が高まることによって、自主防災活動が活性化するとともに、希薄になりつつある地域社会での地域コミュニティの活性化も期待されています。

そのため、自主防災組織は、災害時の避難支援体制づくりを行い、災害に対応できる活動の訓練が求められています。

●災害時要援護者とは

災害時要援護者とは、「災害時に適切な情報を把握し、身を守るために避難を行う、といった一連の行動をとるのに支援を要する方」の事をいいます。例えば一人暮らしの高齢者、障がい者、妊婦、外国人、たまたま旅行で訪れた観光客なども災害時には要援護者となる可能性があります。

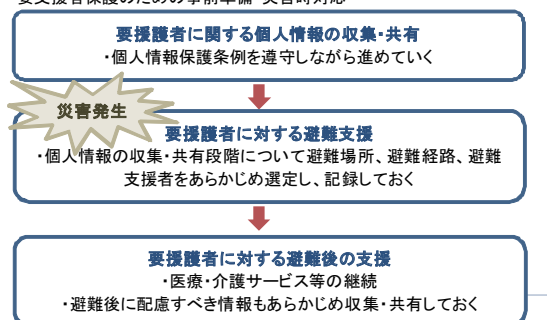
多くの方が救助、または支援などと聞くと、大きな担架やリヤカーを引いて寝たきりの老人を避難所まで運ぶ、といったようなイメージをしがちですが、そうではありません。まずは自分の命を守ることが最優先です。その中で、自分が出来る範囲で助ける、ということが大切なのです。例えば、避難所に避難する途中で近所の一人暮らしのお年寄りに声をかける、足が悪いのであれば一緒に車に乗って逃げる…といったことです。

災害時要援護者とは

災害時要援護者となりうる者の例

災害時要援護者(災害弱者) となりうる要因	災害時要援護者の例
情報伝達面	視聴覚障害者、外国人、子供等
行動面	視聴覚障害者、心身障害者、高齢者、病人、幼児等
地理不案内等の面	観光客、外国人、海岸・港湾工事現場での就労者等

要支援者保護のための事前準備・災害時対応



出典：山崎栄一先生発表資料より

こうした避難支援の方法を地域で情報共有し、常日頃から計画的に訓練することで、地域全体で「逃げ遅れなどで被害にあう人を一人でもなくす」という意識の醸成が重要となっています。

昨年の5月から、福岡県において、大分県の株式会社ワーキングルームと共同で災害時要援護者避難支援事業のお手伝いをしています。

今回の事業では、地域において災害時に助けが必要な人、助けに行く人を把握することで地域の避難体制の見直しや防災意識の向上を図っていきます。あわせて、地域住民の方々が自ら考え、共通認識をもつことで、地域の助け合い体制を構築することを目的としています。

今回の事業は、3つの流れで行っていました。

① 4地区による市町村職員研修会（2日間）

まずは市町村の防災・福祉担当者向けの研修会を開催しました。これは福岡県全ての市町村に呼びかけ、任意で参加していただき、今回の事業の位置づけの他、災害時要援護者に関する基礎知識や避難支援のノウハウ、ワークショップの運営手法を研修しました。

② 自主防災組織のリーダー向けの研修会（1日間）

福岡県内の自主防災組織のリーダーを対象にした研修会を行い、クロスロードやDIG（災害図上訓練）などの実際のワークショップのやり



お題に対して YES、NO の判断をしてもらう方を知っていただきました。

③ 各地区での住民向けワークショップ（3～4日間）

この事業では、福岡県下 19 市町村をモデルとし、自主防災組織を立ち上げている行政区（または校区等）を対象に、ワークショップ形式で、災害時要援護者の把握や避難ルートの確認、情報連絡体制づくりなど、災害時要援護者の避難支援体制づくりを行いました。

● どのようなワークショップが実際の地域において受け入れられるのか

今回、モデル地区で開催したワークショップの内容は、以下の通りです。

① クロスロード実習…災害の状況を想定し、YES・NO ゲームで意見を聞くことによりゲーム感覚で様々な状況を想定してもらいます。

この実習の特徴として、非常に曖昧な質問を投げかけているところにあります。曖昧な質問をすることで、参加者の自由な発想を聞くことができ、参加者に新たな気づきを与えることで想定外の災害に対する考え方を新たに見直してもらうことが出来ます。

② DIG（災害図上訓練）…地域の地図上に危険な場所、避難場所などを書き込んでもらい、最終的には要援護者の所在把握、避難支援者の確保といった内容を地域の人の情報をもとに追加していきます。ハザードマップをもとにして地図に記入していくため、地域の特性・特徴を得られるとともに、地域の人々が知っている最新の情報を得ることができます。また、災害時の要援護者の把握にあたって、台帳の作成、更新に



ハザードマップを見ながら、自分の地域の状況について地図上に落とし込みを行うも役立てることが出来ます。

③災害時の連絡体制を考える…災害時の連絡体制を考えた上で、その連絡体制で実行ができるのか伝言ゲームを通して確認をしてもらいます。

これらのワークショップを行ってもらうことで、改めて地域の現状や課題を参加者に見てもらえることが出来ました。また、住民の方々に災害時の共助の意識づけと、住民目線からみた災害時要援護者の把握を行うことができたのではないかと感じています。加えて、ワークショップで地域のコミュニケーションを図る、また普段からの記憶を活かしてより実践的な台帳を作ることにも可能となると思います。

●災害時において、個人情報はどう扱えばいいのか

災害時の要援護者を把握するにあたっては、各市町村において要援護者の状態などを記載した台帳の作成を目指しています。しかし、個人情報の問題もあり、各自主防災組織において、なかなか正確な台帳を作れない、台帳の中身を知らない、などといった問題点も挙げられました。

台帳づくりにおいて、要援護者の把握の方法は3つあります（右図参照）。現在多くの自治体で採用されている「手上げ方式」は統計上、要援護者の2割ほどしか把握できていない状況です。

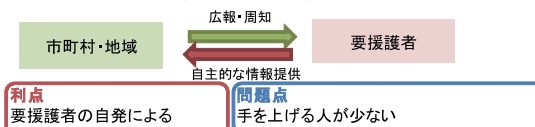
次に、同意方式が一番確実な方法ですが、戸別に同意をもらうとなると手間と時間がかかってしまいます。そこで関係機関共有方式を使う

要援護者情報の収集・共有方法

要援護者情報の収集・共有方法

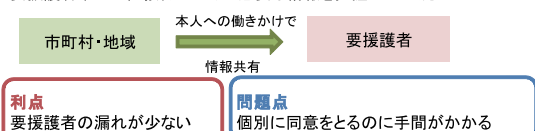
①手上げ方式

住民自ら名簿等への登録を希望した者の情報を収集する方法



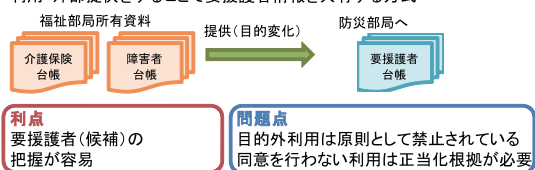
②同意方式

要援護者本人に直接働きかけて必要な情報を把握していく方式



③関係機関共有方式

市町村が持っている要援護者情報を要援護者から同意を得ずに、目的外利用・外部提供することで要援護者情報を共有する方式



ことになるのですが、個人情報保護の点からいうと本人の同意無しに日常的に情報を開示することはできません。

しかし、緊急かつやむを得ない場合、本人の同意を得なくても個人情報を利用することはできるのです。このような運用が可能であることを知っておけば、いざというときに多くの人を助けることにつながります。しかしこれはあくまで緊急時の対応であり、やはりきちんと同意をとったうえで住民と情報共有を行うことが望ましく、そのためには住民の皆さんの協力が必要不可欠であるということを実感しました。

●地域ごとに様々な問題を抱えている

実際に地域に入って活動を行うことで、様々な地域の問題が挙げられました。

- ・瞬間の判断の必要性…災害時において、また、川のそばの場合は「逃げるのか、逃げないのか」という判断を含め、個人個人が瞬間的に判断することが必要になること。
- ・災害時要援護者情報の取扱い…情報の収集を行っても管理・更新を行うことが難しい、情報漏えいが問題になる可能性があり、台帳の中身に関しても民生委員の方しか把握されていない場合などが多く、緊急時に活用できるのかが疑問視されること。
- ・避難支援の責任等…避難中に要援護者に何か



最後の発表では、他の班の方にも情報共有を行い、みんなで地域について考えてもらう

あった場合、責任は誰が負うのか。避難支援者に責任はないが、不安に感じている人は多いこと。

- ・人集めの方法…若い参加者が少ないため、イベントと合わせて開催するなどの開催時期・方法の検討と、広報の仕方について。
- ・地域の特性を考慮した災害想定…今回対象となった地域の多くが川沿いなどの水害想定地域ですが、地域住民の方には地震が起きた場合の意識づけを合わせて行うこと。
- ・避難所の問題…特に人口の多い地域において挙がっていた、自主防災組織に加入していないマンション住民との関係性や、ペットに関しての避難所の受け入れ体制、また水害などによって避難所までの道を確保できない場合、隣の地区の避難所の確保などが出来ているのかということ。

これ以外にも、モデル地区に選定されていない地域も多く、違った問題が出てくることも想定されます。

また、実際に災害が起こる中で少しの対応の遅れが大きな被害を招くこと、より一層地域での避難体制の確立の必要性が実感されました。

今回の事業においては、北部九州豪雨において被害にあった地域も含まれており、防災に対する気運が高まっています。

人口減、高齢化が進むなかで、人や情報、連絡体制の更新や今後を担う若者世代の参加の推進や避難所との協定など、活動の枠組みをどれだけつくっていけるかが課題となっています。

これまで、自主防災組織のモデルは、阪神大震災以降確立されてきた関西モデルが主流でした。今回の事業を受けて、いままでのやり方とは違った、水害や台風といった九州での災害に合わせた「九州モデル」を作っていくことが目標なのではないかと考えています。

そのための第一歩として、まずは地域ごとに問題を共有し、気楽に話し合える場づくりとして、ワークショップから始めてみてはいかがでしょうか。
(てらやま かおり)

(特別寄稿)

列車にゆられて、心も揺らして —「へいちくで行く『列車でGo婚』」 開催記—

伊藤 聡(よかネットOB)

久しぶりに寄稿させていただきます。現在、直方市で鉄工所を経営しつつ、地元のまちづくり活動をレジャーとしてやっている、よかネットOBの伊藤です。先日、11月18日(日)に平成筑豊鉄道に乗って婚活パーティーをする「へいちくで行く『列車でGo婚』」を行いましたので、その報告をします。

私が地元で活動しているのは、Dream Messengerという市民グループで、約3年半前に飲み会での話から生まれました。地元ではまちづくりに対して色々意見を言う人は多いのですが、何かを実行する人は少ない。そこで、まちづくりの企画・実行部隊を作ろうという発想から結成しました。キャッチコピー(?)は「直方発信のビックリドッキリ集団」。メンバーは結構流動的ではありますが現在10人ほど。私はその会の「代表」というニックネームになっています。なお、会議は必ず居酒屋で行います。

●これまでの活動

Dream Messengerが最初に行ったのはいわゆる「婚活パーティー」でした。我々アラフォー(アラウンド・フォーティー:40歳前後)世代で身近に独身の人が結構多いのが気になっていたこと、しかもイイ男・イイ女でも未婚が結構いること、若い人をまちなかに呼び出すような企画を立てたかったこと、そして初期投資があ

まり必要でなさそうだったこと。そういったことから、まずは婚活パーティーを開催してみることにしたのです。

婚活パーティーも、最初はスナックのパーティールーム、次は昼間に喫茶店で、ほかにもバーベキューやカラオケパーティー、まち歩きなど、毎回趣向を変えて年2～3回のペースで開催しました。

グループとしては婚活以外にも、商店街で不思議な写真の撮れるトリックアート空間を作ってみたり、コスプレでまちなかをパレードしたり（現代版の仮装行列）、アニソン（アニメソング）ライブを開いたり、積み木を高く積むチャレンジゲームをやったり、まちを楽しくにぎやかにすることなら何でもやっています。

●コラボが重要だ

活動に際して、私が当初から考えていたことのひとつが「コラボレーションが重要だ」ということでした。様々な人やグループとコラボすると、考え方も広がるし、ネットワークも広がります。次の展開に繋がりがやすくなり、いずれ大きな活動になっていく、そして周りから必要とされる存在になっていくに違いない、と思ったのです。

最近になって、我々の婚活パーティー参加者が定員割れするようになり、他の地域でも行政主導での婚活イベントも増え、そろそろ需要が頭打ちかな、と思い始めていたところへ舞い込んできたのが、平成筑豊鉄道（略称へいちく）からの「婚活列車をやりませんか」というオファーでした。

よかネットからの情報提供もあり、我々のようなただの市民グループに声をかけて頂いたのですが、こちらとしてはPRや信頼度向上の効果はかなり期待できそうだとということで、喜んで受けることにしました。ちょうど、これがDream Messengerの行う婚活パーティーの10回目にあたることになりました。

●参加は2倍以上の競争率に

企画会議を進め（もちろん居酒屋で）、開催時期、コース、内容などを詰め、開催1ヶ月半ほど前から参加者募集のPRに入りました。さ



『へいちくで行く 列車でGo婚活』のパンフレット

すがに平成筑豊鉄道のネームバリューは大きく、一介の市民団体の行うこれまでのPRとの差は歴然でした。メディアの取り上げ方、そして参加希望者の反応。企画自体の面白さも取り上げやすかったのだと思いますが、新聞記事としてまず紹介され、それをラジオやテレビが拾って紹介する、という連鎖がありました。

その結果、定員男女各15名ずつ計30名に対し、応募締め切り時点で申し込み者数が女性33名、男性34名と2倍以上の競争率になりました。参加者募集に苦勞してきた我々としては、当初「目指せ抽選」などと期待していたのですが、思った以上の反応でした。

年齢層は30歳～45歳で募集しましたが、30代前半は少なく、ほとんどがアラフォー世代でした。また筑豊地域に限らず、小倉、福岡、遠くは久留米や朝倉からの参加者もありました。

さらに、当日はテレビ取材も入ることになりましたが、プライバシーに関わる面が大きいため、参加者には撮影OKかどうかなど気を使ってもらうようにして頂きました。

●レトロ調「へいちく浪漫号」で発車

さて、当日の様子です。

コースは、①平成筑豊鉄道の直方駅に集合→②列車に乗って田川郡赤村の「源じいの森」で昼食→③赤駅に移動して「トロッコ列車」体験→④再び列車で直方に帰る、というものでした。

朝10時に集合し、開会式のあと列車に乗り込みました。列車は「へいちく浪漫号」という



男女 30 人が乗ったレトロ調の「へいちく浪漫号」レトロ調に塗装した車両です（通常運行もしています）。

行きの車内は 1 対 1 の自己紹介タイム。座席は 2 列シートにして窓側に女性が順番に座り、通路側に男性が座ります。3 分経ったらスタッフが合図をし、男性がひとつずつ席を移動します。それをローテーションで一周、今回だと 15 回繰り返す、全員とお話できるようにします。2 列シートだと二人の空間になって話しやすく、みなさん話も盛り上がったようです。

●「田川ホルモン鍋」を全員で調理

自己紹介が一回りしたところに「源じいの森」に到着。キャンプ場の一角に移動して、昼食は直前に小倉で行われた B 級グルメグランプリで 6 位に輝いた「田川ホルモン鍋」です。田川ホルモン喰楽歩の方々に協力頂き、指導してもらいながら全員で調理して食べました。

そのあと、キャンプ場でフリータイム。屋外の広いスペースでフリーとなるとどうなるのか心配していましたが、じきに 2 人、あるいは 3 ～ 4 人の組み合わせがあちこちに出来ていきました。

お気に入りの方とお話しできた方はいいのですが、やはり遠慮がちな方もおられたので、空いている方の所へ案内するなど、ちょっとコーディネート努力はさせてもらいました。

●幻の路線をトロッコ列車で走る

源じいの森を再度出発し、2 駅手前の赤駅に移動。そこでトロッコ列車に乗り換え、往復します。トロッコ列車は不定期に地元のパラディオグループが運行しており、この日は特別



旧油須原線を利用したトロッコ列車で、肩が触れあい盛り上がる

に走らせて頂きました。このトロッコ列車は、開通することのなかった旧国鉄の油須原線という幻の路線跡を活用して走らせているものです。小さな車両に男女交互の席順でぎゅうぎゅう詰めで乗り込み、肩も触れあってガタゴト揺られて、暗いトンネルにも入ったりしながら走りました。

赤駅から再び「へいちく浪漫号」に乗って、帰りの車内フリータイム。今度は 4 人掛けのボックス席に変更して雰囲気を変え、途中で地元のお菓子を配ったりして、和やかムードで帰ってきました。

●カップルの成立は…

直方駅に到着して、駅前のカフェで最後のマッチングタイム。自分のお気に入りの人を、順位をつけて 3 人までカードに記入し、提出してもらいます。それを裏でスタッフが集計し、ついにカップルの発表です。

「女性の何番と男性の何番」という風に 1 組ずつ順不同で発表し、カップルが成立したところまで続けます。結果は、5 組のカップルが成立しました。

中には一番若い 33 歳の女性と、一番年上の 47 歳男性の年の差 14 歳カップルもできました。分からないもんです。

カップルになった方には、へいちくきっぷ（1 日乗り放題＋沿線店舗の割引券付き）や、マッチング会場のカフェの特典チケットなど、次のデートの布石とまた筑豊に来てもらうための特典をプレゼントしました。



うち解けた後の帰りの列車は和やかな雰囲気。

●マッチング結果統計は男女の違いが明らか

ここで、マッチングの結果を詳しく見てみましょう。統計的に観察すると元コンサルの血が騒ぎます。

投票は1人につき3人まで指名出来ました。3人まで記入した人もいれば、1人しか指名しなかった人、あるいは無記入（指名なし）という場合もあります。

簡単に表にすると、次の通りです。

男性		女性	
3人記入	11票	3人記入	3票
2人記入	1票	2人記入	3票
1人記入	2票	1人記入	4票
無記入	1票	無記入	4票

今回はかなり典型的な例です。これを見ると、男女の違いがはっきり分かります。

まず、男性は大半が3人まで一杯いっぱい指名します（多分私も参加者ならそうするでしょう）。男性は本命に対してはもちろんですが、その他にも少しでも可能性があると思えば一応チャレンジします。そして1位と3位の差は、気持ちの中では大きくないと思われます。

男性で無記入が1票ありますが、「一緒に来た先輩を立てるため」という事情があったそうで、例外とします。ちなみにこの男性は女性からの票を最も集めた一番人気で、本人が指名すればほぼ間違いなくカップルになりました。

一方女性は、3人指名の人もいますが、1人単独指名や無記入が多くなっています。女性は、「この人でないとだめ」あるいは「この中には好み的人はいない」という判断をする割合が高いようです。つまり男性と違って、1位とそれ

以外の差が結構はっきりしている、という人が多いのではないかと思います。

今度は、指名された票数別に見てみましょう。

男性		女性	
7票指名	1人	7票指名	1人
3票指名	1人	4票指名	4人
2票指名	4人	3票指名	3人
1票指名	1人	2票指名	2人
指名なし	8人	1票指名	1人
		指名なし	3人

男性の方は1人あるいは数人に票が集中します。女性の方はある程度バラけます。もちろん、男性の指名した票の方が多いというのがありますが、1位票のみ取り出しても同じ傾向になります（かえって顕著かも知れません）。変な言い方ですが、一部の男性のハーレム状態になりやすいのです。

私がこれらの傾向に最初のパーティーで気付いたとき思ったのは「わあ、動物的～」ということでした（語弊があったらすみません）。子孫を残す、自分の遺伝子を残すという、生き物としての行動に傾向が似ていると思えるのです。男性はどうにかして自分の遺伝子を残そうとし、女性はより良い遺伝子を選ぼうとする。動物にもいろんな生態があるので、一概に例えるのはどうかとも思いますが、そのように見えます。もちろん悪いことではなく、ある意味自然なことなのかも知れません。

●婚活パーティーがなぜ求められているか

現代はお見合いを世話するような、世話焼きの親戚なども少なくなりました。世話する側もされる側もあまり深い介入を好まず、段々ドライになっている気がします。それは自由になった分、フォローの仕組みが弱まったことでもあります。その世話焼きおばさん・おじさんに代わるバックアップとして、独身者の出会いパーティーは存在できるのだと思います。また、人から紹介されるのではなく「自分で選んでいる」という意識を持てることが独身者の需要とマッチしているのでしょう。選びやすい「場」を提供している、とも言えます。

●遡れば、「個族化」研究もきっかけ

社会問題として未婚に関して意識を持ったのは、最近のことではありません。いろんな要素

はありましたが、思い返してみればよかネットに関わった2002年度のNIRA研究「個族化社会のネットワーク形成」で、単独世帯や未婚者の増加などについて広く議論したことも大きなきっかけであった気がします。そのときはまだ「婚活」なんて言っていませんでした。

今回の企画が好評だったため、「列車でGo 婚活」第2回の話が挙がっています。また何か面白い企画を考えようと思います。

(いとう さとし)

地方鉄道生き残りの鍵はどこにある？

山崎 裕行

5月に九州に戻って来て、もう半年以上が経過している。よかネット107号では、現在、弊社で経営改善に向けたアクションプログラム作りをお手伝いしている平成筑豊鉄道（以下、平筑）を取り上げた。今回、その業務の関係で、福井県にある「えちぜん鉄道株式会社」と、岐阜県にある「樽見鉄道株式会社」の2社に視察する機会を得た。

この視察から得られたことと、よかネット108号でご紹介した茨城県にある「ひたちなか海浜鉄道株式会社」のサマースクールから得られたこととを合わせて、表題について考えてみたい。この3社は、いずれも輸送人員の増加や営業収支の改善を実現している。

地方の鉄道事業者が置かれている状況は、非常に厳しいことは、よかネット107号でも触れた通りである。その理由はいくつか考えられ、そもそも国鉄の赤字路線を引き継いだ路線であることや、地方都市では少子・高齢化に伴う沿線の人口減少が都市部とは異なり激しいこと、また鉄道の運行本数が少なく、鉄道以外の他の公共交通機関も少ないことから、目的地までの利便性が悪く、どうしても自家用車中心の生活となってしまう。そのため、「利用者も少ないのだし、経営状況も厳しいなら廃止にしてはどうか」「バスに代替した方が市民の負担も軽くなるのではないか」という声もある。実際に、



職員の手作りによるチラシ（えちぜん鉄道）

その声に押されて廃止となった鉄道も存在する。これらの状況は全国共通であるが、各鉄道会社とも、創意工夫によって維持していこうと頑張っている。

●1つめの鍵 存続に向け全社員一丸となった取り組み

3社とも、経営トップの現場主義が徹底している。経営トップ自ら現場に出て、お客様の声はもちろんのこと、職員の声を聞き、改善事項があれば出来る限り対応されている。また、自社のイベントだけでなく、沿線の市町や住民の方が主催されるイベントなどにも積極的に顔を出し、情報発信するとともに一緒に汗を流している。経営トップ自らが先陣切って行動することで、職員の行動を引き出している。自分達で出来ることは自分達ですするという考えのもと、一人数役を兼務するとともに、各イベントの企画や案内チラシの作成、ツイッターやフェイスブックを通じた情報発信なども自前で行っている。少ない人数で会社を存続させていくために、お互いがお互いを支え合う関係がある。

●2つめの鍵 満足度の高いサービスの提供

「鉄道は利用してもらわなければ意味が無い」というのは、各社共通した考え方である。そのため、お客様は誰で、何処にいて、乗って頂くためにはどうしたらよいか、試行錯誤を重ねながら取り組んでいる。

えちぜん鉄道が他の鉄道会社に先駆けて取り組んでいる「アテンダント」は、乗車券販売、乗降補助、観光・乗り継ぎの案内などを行う職員である。このサービスでは沿線の高齢化や体の不自由な方も多い一方で、駅やホームの



根尾川沿いの渓谷美を活かし、紅葉列車を運行
(樽見鉄道)

バリアフリー設備が整っていない。43ある駅の半分以上が無人駅で切符の買い方、電車の乗り方が分からない。降りた後どこへ行けばいいかもわからず、非常に不親切ということを踏まえて導入したサービスである。導入当初は不要論もあったようだが、現在では、お客様から「電車内の雰囲気明るい」「いてくれて良かった」という声をいただくほど定着し、無くてはならない存在となっている。

「アテンダント」とまで言わなくても、満足度を高めるサービスとして、バスやJRなど他の公共交通との接続改善や、通勤・通学時間帯の増便、始発・終発のダイヤ見直しなどがある。これらの取り組みは、現在の利用状況に応じて行うのか、それとも新たな需要開拓と捉えて行うのかによって、その成果は、随分と異なってくる。

●3つめの鍵 定期外の利用者の取り込み

通勤・通学あるいは、通院や買い物の利用者がなかなか見込めない中で、如何に外から人を呼び込むか、つまり、観光等の利用増に力を注いでいる。地域の資源を活かして、その土地に応じた企画を地域住民、沿線市町、旅行業者などを巻き込みながら賢明に考え、実践している。樽見鉄道では、季節に応じて「しし鍋列車」や「葉膳列車」「紅葉列車」などのイベント列車を運行している。また、運転体験も初心者コースと上級者コースを用意し、沿線の商業施設と連携して取り組んでいる。えちぜん鉄道では、あわら温泉や永平寺などとタイアップした企画乗車券を積極的に売り出している。

●4つめの鍵 沿線住民・沿線自治体の支援

1番の鍵は、沿線住民・沿線自治体の支援だ

ろう。この支援なしでは、おそらく事業継続はあり得ない。えちぜん鉄道は、前身の京福電鉄が起こした2度の鉄道事故により、2年間鉄道が止まったところから再び走り出した鉄道である。なぜ、もう一度列車を走らせることができたのか。それは沿線住民の「鉄道が必要だ」という声と実際の行動（サポーターズクラブへの参加、ボランティアによる駅舎等の清掃・美化等）、それを受けての県・市町の財政的な面だけではなく、駅周辺の駐車場整備等も含めた支援があったからに他ならない。更に言えば、通勤や業務で、実際に利用するというのも大きい。往々にして、お金は出すけど、利用しないという声を聞く。しかし、鉄道は既述の通り「乗ってなんぼ」の世界である。利用することが不可欠だと思う。

その点で、視察の際に、たまたま乗り合わせたお客さんとの会話が強く印象に残っている。「目的地には車で行くことができる。でも、自分達が鉄道に乗らないと、無くなってしまう。だから、周りにも鉄道利用を呼びかけて、乗るようにしている」。

樽見鉄道は、営業収入の3割を占めていた貨物輸送が無くなる中で、減便や運賃上昇、職員数を削減しながら事業を継続している。その背景には、沿線の高等専門学校が樽見鉄道を応援するサイトを立ち上げ情報発信をしたり、独自にアンケート調査を行ったりという活動がある。もちろん、えちぜん鉄道と同様に沿線自治体の支援もある。

ひたちなか海浜鉄道も同様である。「おらがみなとてつどう 湊 鉄道応援団」という強力なサポーターの活動や沿線自治体による支援がある。

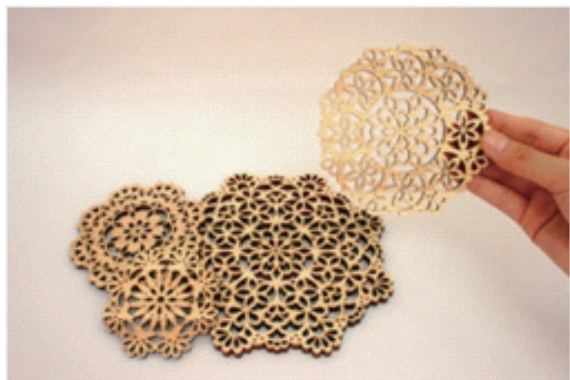
地方鉄道生き残りの鍵はどこにあるか。様々な鉄道会社の状況を知ること、「どうもこの辺りにありそうだ」というのは見えてきたような気がしている。誰かが鍵を回すのを見ているのではなく、見つけた鍵を一緒に回してくれる人がどれだけいるか。その意味で、誰もが直ぐにでも出来ることは、「実際に利用する」ことである。 (やまさき ひろゆき)

日本の地域の未来を先取りする、 高知県の中山間地域対策

原 啓介

よかネット 107 号で紹介した「佐賀にとろけるツアー」に参加された高知県内の地域活性化 NPO メンバー、県の観光担当職員や観光連盟、いの町の観光協会職員等、観光まちづくりに関わる方々高知県の方々からお誘いをいただき、10 月 6～8 日の 2 泊 3 日で高知の観光まちづくりを学ぶツアーに参加させてもらった。このツアーの中では、朝どれの「日戻り鰹」を求める県内外のお客さんと賑わう中土佐町・大正市場や、いの町での手漉き和紙づくりや仁淀川でのカヌー体験、高知市の日曜市やひろめ市場来訪など、様々なメニューがあったのだが、紙幅の関係もあるので、その中で高知県の中山間地域活性化の取組について紹介したい。

高知県は高齢化率が 28.8%で全国 3 位、平成 17 年から平成 22 年の 5 年間で人口減少率が 4%（約 5 万人減少）でこちらも 3 位と、全国的に見ても厳しい状況にある。国立社会保障・人口問題研究所が提供している将来人口推計データ（平成 22 年国勢調査をもとに推計）を見ると、高齢化率の全国平均値が高知県と同レベルになるのは平成 31 年であり、単純に高齢化率だけを見れば、高知県は全国より 10 年進んだ状況にある。その中でも中山間地域は特に疲弊が進んでいる。今回は、そうした中山間地域の一つである本山町でのまちづくりについて報告したい。



ばうむの主力商品である「もくレース」。社員の女性が趣味としていたレースのデザインを取り入れた木製コースターを作ったところ、大人気に

●足元の資源を使って事業化し、雇用を創出する民間発の取り組み

①ばうむ合同会社

高知県本山町は、平成 24 年住民基本台帳の人口が 3,889 人、高齢化率は 40.9%、四国山脈の中央部に位置し、約 9 割が急傾斜の山林で、集落・耕地は標高 250 m～740 m の間に点在している。その中間部を吉野川が東流する。

本山町に入って、まず「ばうむ合同会社」に向かった。案内していただいたのは、代表社員である藤川豊文さん。藤川さんは本山町で生まれ育ち、関東の建設会社に勤務した後、Uターンで本山町に戻り家業を継いだ。そして、平成 17 年に商工会青年部の有志でばうむ合同会社を立ち上げ、過疎化する地域における人材育成事業、地域資源を活用した新たな産業づくりに取り組んでおられる。具体的に、人材育成においては、慶応大学大学院経営管理研究科と連携し、インターネットを活用した双方向のテレビ会議システムを活用し、起業家育成講座を実施している。藤川さん曰く「変化の早い時代に対応すべく、小さく、機動力のある会社を 30 年後に 30 社立ち上げ、300 人雇用したい」。実際に、現在は小学校向けの机・椅子や「もくレース」という木工芸品の販売で、平成 23 年は 3000 万円を売り上げ、4 名を雇用している。また、近いうちに地元産米を活用した焼酎を取り扱う企業を立ち上げるそう。「100 年先、200 年先を見据えて、自然と共生できる、持続可能な産業をつくりたい。まずは林業を再構築したい。」とおっしゃっていた。



米米ハートにて、ツアー参加者と談笑する代表の真辺さん（右端）。服装も、表情も、話し方も、とても明るい方だった



集落活動センター汗見川にて。お話をお聞きしたのは、地元役場職員の大西千之さん、汗見川活性化推進委員会の山下文一会長

②米米ハート

その次に向かったのは、「米米ハート」という、米粉のパンを製造・販売するパン屋さんである。このお店は、本山町の真辺由香さんが代表を務める女性グループが運営しており、平成 21 年にオープンして今年で 4 年目。パン屋の他、米粉ケーキ専門店も平成 24 年 3 月にオープンした。2 店舗で正社員 5 名、パート 13 名を雇用している。代表の真辺さんは、底抜けに明るい女性で、ニコニコと笑いながら、米米ハート設立の経緯や職場の様子をお話してくれた。元々は森林組合の事務職員で、お菓子やパン作りは趣味だったそうだが、地元の JA 土佐れいほくが平成 21 年に、国の 6 次産業化の補助事業で米粉のブランド化に取り組み、米粉の製粉機を導入するのに合わせて森林組合を退職し、パンづくりを始められた。オープン当時の米粉パンのレパートリーは 70 種類だったのが、毎月新しいものを最低一個作っていたら、現在は 230 種類。私は「ナスの照り焼きバーガー」という珍しいパンを頂いたが、和風の味付けで、米粉のもっちりしたパンとよく合う。「オープンしたてのころ、病気にかかってしまって 2 年間闘病生活。一か八かで手術をして、今ではすっかり元気になりました。毎日が楽しくってしょうがないですよ」と語る真辺さん。笑顔が絶えない明るい職場だそうで、スタッフはすべて女性。

過疎化の中、雇用の方は限られており、家庭の事情を考慮しながら勤務時間を確保することは簡単なことでは無いが、農業や子育て、介護など、個々の事情に合わせてシフト可能な、女



手ぬぐいをかぶって「しばてんおどり」を踊りながら、献杯&返杯のおきゃく体験。高知の夜は長い

性にとって働きやすい職場環境をつくっている。真辺さんは「積極的に地元のものを使って、地元の女性が考えたメニューを親しんでもらうことで、地域と一緒に成長したい」とおっしゃっていた。藤川さんと同様、町の将来について危機感を持ちながらも、「地域のものを使って」「地域とともに」「地域に雇用を」という思いが言葉の端々から感じられた。

●行政の中山間地域支援の取り組み

①地域支援企画員

こうした、中山間地域の民間発の動きに対する行政のサポートとして、印象的であったのが、地域支援企画員と集落活動センターであった。高知県は平成 16 年から、地域づくり支援課内に「地域支援企画員」というチームを立ち上げた。県庁職員が地域支援企画員として各市町村に 1〜2 名ずつ派遣され、市町村の役場内にデスクを設け、週 5 日常駐するかたちで勤務している。この地域づくり支援課は約 60 名からなる体制であり、県と市町村の連絡調整のパイプ役を担うとともに、地域にあった取り組みを一緒に考え、活動していくキーマンとなっている。

今回の視察ツアー中に、中土佐町、いの町、本山町の地域支援企画員の方々とお会いしたが、皆さん地元の自治体職員や住民の方々と打ち解けて、共に活動しておられ、「まちづくりにより深く関わりたい県庁職員にとっては、天職です」と語る方もおられた。もちろん、支援員によって地域との相性や向き不向きはあるだろうが、この制度は総じて内外からの評価が高く、8 年目を迎え、県外からの視察も多いそうだ。

2012 年 日本焼酎学会 蔵巡り
～5社のブレンド焼酎の「さつま島美人」とビール酵母等による新商品開発に挑む小牧醸造㈱～

山田 龍雄

昨年の10月20～21日、日本焼酎学会（会長：豊田謙二氏）の会員13名で、鹿児島県出水郡長島町にある「さつま島美人」の長島研醸㈱と杉本酒造、薩摩郡さつま町にある小牧醸造㈱の3箇所を視察した。

以前から「さつま島美人」は、蔵元で別々に製造している焼酎を1箇所に集めてブレンドしていると聞いていたので、非常に興味があった。ブレンドした焼酎をどのようにして安定した品質の味にしているのかを知りたいと思っていた。また、日本焼酎学会メンバーとの焼酎を囲んでの焼酎談義も楽しみであったため、今回の蔵巡りに参加させていただいた。

【長島研醸㈱】

●5つの酒造場によるブレンド焼酎である「さつま島美人」

「さつま島美人」は、20数年前から仕事で鹿児島に行くたびに居酒屋や知人宅で飲んでいた焼酎であり、馴染みのある焼酎であった。ほのかに芋の香も芳ばしく、なかなか美味しい焼酎である。

この焼酎は、島内の5つの蔵元で別々に製造された原酒を長島研醸㈱という共同瓶詰工場に集められ、割り水をすることで、5種類（さつま島美人のアルコール度数の違うものを入れると7種類）の焼酎を造っている。

●長島研醸㈱設立と同時に統一銘柄の「さつま島美人」が誕生

長島研醸㈱は、昭和42年2月に設立された。設立の経緯としては、提供していただいた資料をそのまま抜粋させていただく。

- ・昭和38年に黒之瀬戸大橋建設期成会が発足し、昭和49年に黒之瀬戸大橋が完成。
- ・本土と長島をつなぐ橋ができることは、便利になる喜びの半面、島外メーカーからの攻勢を受ける事でもあり、「このまま単独で競争



長島研醸㈱の工場内を説明していただく

しても共倒れになる」という危機感から当時、出水郡内で最小規模（5社で1,000石＝一升瓶で10万本）であったものの、5社が協力して対応していくこととなった。

- ・段階的に準備を進め、長島研醸㈱の設立と同時に、それまで続けてきた各酒造所の銘柄を廃止し、グループの統一銘柄として「さつま島美人」が誕生した。

ちなみに鹿児島県内には協業組織としては下表に示す5件があるが、協業化と同時に製造場も一本化されている。長島研醸㈱のように製造元を残したまま、別会社として一箇所に集め、ブレンド～瓶詰～出荷を行うところは、芋焼酎では鹿児島県内でもここ1社のみである。

【5つの蔵元】

- | | |
|-----------|------------|
| ○宮内酒造合名会社 | ○宮乃露酒造株式会社 |
| ○長山酒造有限会社 | ○杉本酒造合資会社 |
| ○南州酒造合資会社 | |

●出荷先は県内が約7割

視察日があいにく土曜日だったため、工場での瓶詰め作業は休業中であったが、担当者の2名の方に対応していただいた。この工場では一日あたり2万2千本の瓶詰めが可能であり、現在、年間の課税移出量は約3万6千石（1升瓶で360万本）である。昭和40年ごろと比べると、その移出量は36倍の伸びとなっている。

もともと美味しい焼酎が、黒之瀬戸大橋の完成によって運送能力が飛躍的に拡大し、県内に広まったといえよう。説明をしていただいた代表の方も「芋などの原料の移送、製品の出荷は、これまで船で運んでいたのだが、この橋ができたことの効果は絶大であった」とおっしゃって



奥に見える白い建物はリサイクル瓶を洗浄するための施設

いた。その出荷先をみると、約 70%は県内であり、20%が九州管内、残り 10%が北海道から山口県という状況である。如何に地元にあわれている焼酎であるのかわかる。

●長島研醸(有)の代表の方々と意見交換により、
焼酎づくりの面白さを知る

製造元の一社である杉本酒造の工場の視察後は、1 時間ほど長島研醸(有)及び蔵元の代表の方々と話し合いをさせて頂いた。

この中で焼酎学会のメンバーからのいろいろな質問に対しても丁寧に答えいただいた。その主な質問と回答は下記のとおりである。

Q：均一の味を出すために、どのようにブレンドをしているのか？

A：「5 つの蔵にはそれぞれ蔵付き酵母があり、それぞれの蔵の味を造っている。この蔵毎に味をブレンドした方が味のバラツキが少なくなるようだ。ひとつの蔵では各年の気候、米や芋などの材料の状態によって、かえって味のブレが大きくなるのではないかな。意外な回答であったが、最後は工場のブレンダー担当の人が、味を確認し、寝かせる期間やブレンドの量を調整するなどして均一の味にしていくとのことである。最後は人の舌先が勝負というのは、この焼酎づくりの面白いところである。

Q：焼酎の出荷量も頭打ちになっているなか、営業はどのようにしているのか？

A：特に長島研醸(有)には、特に営業部というものではなく、これまでの卸店からの紹介で販売している。また、島民の方々がこよなく



熱心に話を聞き入っている日本焼酎学会のメンバー

島美人を愛してくださっており、広めてくれている。このようにロコミの影響が大きいのではないかなと思う。

Q：焼酎はどのくらい寝かせているのか？

A：最低でも半年は寝かせ、瓶詰めして半年寝かせて最低でも 1 年後に出荷するようにしている。焼酎には賞味期間というものはないが、できれば 1 年以内には飲んで頂きたい。

Q：白麹と黒麹を使用しているが、菌が混じり合って味が変わるなど、製造過程で支障はないか？

A：一定期間は空けて使用するようになっている。黒麹菌は、菌の形がとがっており、喉を痛めることが多かった。製（せい）麹（ぎく）が機械化されたことで、黒麹も使いやすくなった。

長島での視察後は、翌日の午前中に約束している小牧醸造視察のため、一路宮之城温泉へ向かった。

【小牧醸造(株)】

●創業 100 周年を記念しての新焼酎～「一尚（いっしょう）」～

小牧醸造(株)は創業 1909 年(明治 42 年)であり、今年で 104 年を迎える。

数年前に長男の一徳氏が社長に就任したことを契機に新たな焼酎づくりにチャレンジされている。ひとつは創業 100 周年を記念して 100 年前に使用していたといわれている江戸酵母を使った焼酎、もうひとつは 1 次仕込み時に使用する酵母（有機物に含まれる糖をアルコールと炭酸ガスに分解しながら、分裂・成長させるもの）にビール酵母を使った焼酎である。



小牧醸造では石蔵の中、甕で焼酎を貯蔵している

特にビール酵母を使用した焼酎は、炭酸割りで勧められて飲んでみたが、焼酎とは思えないスキッとした味であった。芋臭さを求める人には少し物足りないかもしれないが、焼酎を飲みづらいといった人にも抵抗なく飲める焼酎ではないかと思った。また、これまで焼酎に馴染みがなかった女性にも人気がでるのではないか感じた。ちなみにどちらの焼酎も「一尚」とネーミングしている。これは現社長である長男の小牧一徳氏の「一」と専務である弟の小牧尚徳氏の「尚」を合わせたものである。

小牧醸造(株)では、現在、「轟の露」「伊勢吉どん」「轟の露・黒」「小牧」「鴨神楽」「小牧古酒」「紅小牧」「一刻者（宝酒造(株)から販売）」の8種類を製造している。

●水害からの復活の歴史

提供して頂いた小牧醸造(株)のパンフレットに会社の沿革が記されている。これをみると昭和47年6月と7月に2回の水害、近年では平成18年の水害と、これまで3回の水害で罹災されている。昭和47年の水害では、休業を余儀なくされ、7年後の昭和54年に再開されている。平成18年の水害でも、工場や蔵は4m近く浸水し、多くの関係者の支えによって復活されたとのこと。

小牧醸造(株)の工場がある敷地横をゆったりと流れる川内川は穏やかであり、のどかな風景である。しかし、一端牙を剥いて暴れ回り、災害をもたらす自然の恐さを感じる次第である。

●丁寧、実直な焼酎づくりをしている小牧醸造

工場見学の前に、会議室で社長より、小牧醸造の焼酎づくりの特徴や焼酎づくりに対する心構えなどについてお話を伺った。

小牧醸造の沿革（パンフレットより）

- 1909年（明治42年）
初代 伊勢吉 37歳に仕込み用カメ80本
貯蔵用カメ70本、黒瀬杜氏1名、蔵子
3名で創業
- 1918年（大正7年）
宮之城町時吉12番地に移転
- 1957年（昭和32年10月22日）
小牧醸造合資会社 設立
初代 小牧伊勢吉 社長就任
- 1960年（昭和35年12月9日）
小牧登幾 社長就任（2代目）
- 1972年（昭和47年4月1日）
2代目 小牧伊勢吉 社長就任（3代目）
- 1972年（昭和47年6月）
大雨のため、水害罹災
- 1972年（昭和47年7月）
ダム放流による水害罹災
- 1979年（昭和54年）
醸造再開
- 2001年（平成13年1月10日）
商号変更。小牧醸造株式会社
- 2006年（平成18年7月23日）
ダム放流による水害罹災

小牧醸造の焼酎の特徴は①ほとんどがカメ仕込みであること、②濾過していない無濾過焼酎であることの2点であるが、その他、製造過程や貯蔵における工夫などについて詳しく教えていただいた。その主な内容は下記のとおりである。

（製造過程について）

- ・小牧醸造(株)では、兎に角丁寧に芋を洗っている。現場をみると芋の傷んでいる所をカットし、その後、丁寧にブラッシングしている。さらに変形した芋でブラッシングしても汚れが取れない場合は、さらにカットし、丁寧に水洗いしている。
- ・社長は、「当社は、通常より倍以上の時間をかけて芋を洗っているのではないかな。当社は、濾過をしていないが、原酒を寝かせている間には定期的に浮いてくる植物性の油などを丁寧に掬っている。また、この芋洗いの工程が、濾過しなくても臭みのない焼酎となっているのではないかな。」とおっしゃっていた。
- ・小牧醸造では、1次仕込みはカメ仕込みで製造し、2次仕込みはステンレス仕込みとカメ仕込みの2種類で行っている。

ブレのない味をつくるにはステンレス仕込みがよいが、目指した味に近づけるための仕込みとしてはカメ仕込みが良いとのこと。



兎に角丁寧な芋洗い。ブラッシングし、汚れを落としている

何故、カメ仕込みの方がよいのかという理由としては、①カメの方が対流がよい、②蔵の菌が付きやすいといったことがあるらしい。しかし、何故カメ仕込みが良いのかということの科学的な根拠については、たぶん基礎的な知識がないと理解不可能であろうと思った。

おそらく、カメ仕込みの方が個性があり、味わいのある焼酎が造れるということなのだろう。

(出荷量と原料の芋について)

- ・小牧醸造からの年間の焼酎の出荷量は600石(一升瓶換算で6万本)である(「一刻者」は含まず)
- ・原料の芋にもこだわっておられ、質の良い芋を手に入れるため、宮之城町の芋農家をはじめ、南大隅や南薩摩の方からも仕入れている。
- ・小牧醸造では、焼酎づくりは芋づくりから係わらないと心のこもった焼酎づくりができないということで、人づくりの一環として畑を借りて、従業員の皆さんが芋づくりに携わっている。

社長は、何度も「従業員一人ひとりが良い焼酎をつくっていくという意識をもって、それぞれの作業にあたっていくことが大事である。このことを少しづつ認識してもらうよう日々努めている」と繰り返されていた。美味しい焼酎を造るためには、これに携わる人のものづくりに対する意識が大切であることを教えていただいた。

また、社長は「焼酎は、その文化性や味からして世界に打って出ることができる酒である」と言われた。これには私も同感である。

「将来は自然農での芋づくりを目指したい。



1次仕込みと2次仕込みのカメが所狭しと並んでいく

通常の栽培方法での芋は、1週間で腐っていくが、自然農の芋は、腐らないで枯れていく」そうだ。将来、自然農の芋で造られた焼酎が商品化されるのが楽しみである。

(やまだ たつお)

農を通じた新しいコミュニティづくり 「親農塾」の取り組み

本田 正明

よかネット 107号で紹介したように、昨年は佐賀市富士町で「親農塾」という体験農業塾を行わせていただいた。以前、手伝っていた「糸島まるごと農学校」という取り組みを富士町でもやってみたいと私が企画を持ち込んだのがきっかけだった。

●盛んになった農業塾

富士町の地域づくりに取り組む INVIL の永田さんに、農家の木下さんを紹介してもらい、そこで農家見習いを始めていた児嶋さんと意気投合したのは2月初旬のこと。やるんだったら、1年間学べる講座をやろうということになり、5月の開校に向けて、大急ぎで準備を始めることになった。

プログラムを考えだして、全国に体験農業のプログラムが増えて充実していることに気づき、驚いた。稲刈り体験などの収穫体験イベントなどは以前から多かったが、練馬方式といわれるような農家が講師となって、期間をかけてきちんと野菜作りを教えるプログラムは5～6

親農塾の全 11 回のカリキュラム

日 程	概 要	
	午前の部(10:00~)	午後の部(13:00~)
1 5/20(日)	オリエンテーション	畝・マルチ・定植
2 6/3(日)	座学(土作り・苗作り) 講師: 木下 健一	種播き
3 6/17(日)	座学(病害虫・農薬) 講師: 木下 健一	支柱立て・誘引
4 7/8(日)	座学(有機農業) 講師: 田中 一平、才津 猛	管理作業・見学
5 7/22(日)	管理作業	バーベキュー(任意参加)
6 8/5(日)	管理作業	移住者見学
7 8/19(日)	管理作業	養鶏見学(小野寺 睦)
8 9/2(日)	座学(秋冬野菜の作付計画) 講師: 木下 健一	管理作業・収穫
9 9/23(日)	管理作業	収穫祭(任意参加)
10 10/14(日)	収穫・片付け	座学(料理・加工)
11 11/4(日)	収穫・片付け	オリエンテーション(終了式)

年前まではあまり見られなかった。しかし、この頃は市民農園や直売所でも農家が講師をする野菜づくり塾を開校していたり、体験農園プログラムを全国に展開する会社まで存在していた。ベビーブーム世代が退職しはじめ、マーケットも拡大したのかもしれない。

● SNS を通じて集まった参加者

富士町は福岡市からも佐賀市からも車で1時間ほどかかる。都市近郊とは言いがたい立地条件なので、どういう人たちを対象とするのか、来訪頻度の設定も悩みの種だった。車で通ってくるのも大変だし、ほ場管理をしてもらう農家の負担も考えないといけない。2週間ごとの作業で野菜の生育が早い夏場の管理がきちんとできるか不安だった。

参加者集めもなかなか進まなかった。自腹でフリーペーパーに広告を出したり、ツテをたどって新聞記事を書いてもらったりしたが、反応はあっても申し込みまでには及ばない。1回あたり3千円ぐらいの講座なのだが、年間一括で3万5千円を前払いというのは、決断するには勇気のいる金額だったと後に参加者から聞いた。最終的には9組14名の参加をいただいたが、そのほとんどがFacebookを通じての申し込みであった。今更ながら、SNSの広がり、影響力に驚かされた。

● 就農よりも農とのふれあい

「親農塾」では、ナスや落花生、ほうれん草などの10品目程度の野菜づくりをほ場で教えるだけでなく、土づくりや肥料、作付計画を教える座学も組んでいた。就農を目指す人に参加して欲しいと思っていたのだが、フタを開けて



午前中は座学で、土作りなどの基礎を学ぶ

みると、参加者の多くは初心者で、家族で農に触れ合いたいという人ばかりである。ターゲットを思いっきり外してしまったわけだ。慌てて座学の内容は、専門用語を極力なくし、わかりやすく平易な言葉で伝えようと工夫を重ねた。トークショーみたいな座学講座になったが、交流会の際にわかりやすく面白かったよと参加者から言っていたのでほっとした。

● 自然相手のスケジュール管理は大変

自然相手の取り組みなので、スケジュールの管理も思うようにいかない。晴天には恵まれたものの、気温が上がらず生育が進まなかったり、虫害にあつたりして全滅することもあった。批判を浴びるかなと思ったが、「農業の大変さがわかった」とか、「苦勞して育てた分、価値がある」などと好意的に受け止めてもらった。

ただ、参加者の期待が大きかったトマトとうもろこしの生育が悪く、ほとんど収穫できなかったのは残念だった。実のところ、終盤に綺麗なトマトができていたのだが、日程の関係で収穫適期を逃していた。ネットを通じて事前に情報提供して空いた日に収穫してもらっていただろうと思うと悔いが残った。

● 農を通じた交流の場

親農塾では、「富士町を第二のふるさと」と思ってもらえるように、参加者同士やスタッフとのコミュニケーションにも力を入れていた。町外から移住した人たちを訪問したり、一品持ち寄りの昼食会や収穫祭なども行った。参加者のほとんどがSNSで集まったこともあり、スタッフとの距離感が近い。知り合いのスタッフを介して参加者同士の仲が深まるのも早かった。家



トマトやナスの芽かき、誘引の実習

族と一緒に参加していた子どもたちも富士町にくるのを楽しみにしてくれていたようだ。昼食場所として自宅を提供してくれたり、参加者とも気さくに接していただいた木下さんのご家族の協力も大きかった。

また、参加者がみなFacebook をしていることもあり、ネット上でのコミュニケーションも活発だった。座学や農作業の様子などをビデオで公開したので、参加できなかった人の勉強や忘れた作業の復習にも役立ったようである。また、大量に採れたナスの料理の情報なども盛り上がった。

糸島のときは、参加人数は多かったが途中参加できなかった人がその後フェードアウトしていくこともあった。しかし、親農塾では「こんなに畑に来るとは思わなかった」という人がいたように、後半になってもリタイヤする人はいなかった。農作業だけでなく、こうした仲間とのコミュニケーションの愉しさが富士町までの距離感を縮めてくれたのだと思う。

●現場から見えてくる課題

今後の運営に向けての課題も多い。できるだけ農業の繁忙期をさけた日程で行ったのだが、それでも稲刈りの時期などは農家の負担が大きくなってしまった。息子などに経営を譲り、一線を退いた農家に講師をお願いすれば問題はなかったのかもしれないが、木下さんは40代の現役バリバリの農家である。しかし、若い農家だからこそ、新しい農業技術に詳しかったり、慣行農業や有機農業などのさまざまな農業のスタイルに柔軟に対応してくれたりとメリットも多かった。ただ、ほ場管理はもっとリスク分散



一品持ち寄り昼食会で、参加者の仲が深まったを図らなければいけないと感じた。

野菜の品目選びについてもそうだ。作るのが簡単な野菜ではなく、失敗しやすい野菜づくりを学べるようにしようとしたことで、管理が大変になった。2週間という間隔でもある程度の管理ができるようなミニトマトなど、作りやすい品種を選び、参加者の満足度を上げることも考えておく必要を感じた。

●1人より数人でやる方が愉しく長続きする

親農塾を通じて気付かされたのは、「農」を通じたコミュニケーションの愉しさだった。枝豆や落花生は共用の畑に植えていたので、収穫はみんなでワイワイ、おしゃべりしながら行った。人数が多いので作業も早い。農家は普段、孤独に農作業しているので、そういう場自体が羨ましいそうである。

採れた野菜についても、どんな料理がおいしかったなどでも話題に花が咲く。お酒の話題にも事欠かない。畑は日々変化をしているから、いろんな作業があり、無理やり集まっている感じもしない。座学講座を行わなくても、畑でのコミュニケーションを円滑に行えれば、盛り上がる農園がつくれそうである。

昨年は、親農塾以外にも2つの畑で、仲間と一緒に野菜づくりをしていた。同世代や年配の人たちという異なったグループだが、①農法にはこだわらない、②集まる日を決めておく（第2土曜とか）、③収穫をイベントとして楽しむ、ことが無理なく愉しく野菜づくりを続けられる秘訣のように思う。農園が新しい社交の場となるのも、そう遠くはないように思う。

(ほんだ まさあき)

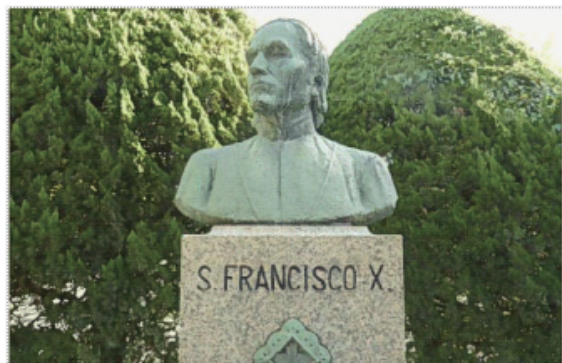
近 況

📖 昨年は何かとイベントが多い年でした

昨年度は、第20回都市住宅学会大会(鹿児島)、第35回全国町並みゼミ福岡大会、福岡県建築士会まちづくりコーディネーター養成セミナーなどのお手伝い、また個人的にはコミュニティ焼酎大会、日本焼酎学会蔵巡り、農業塾での野菜づくり、芋焼酎づくりプロジェクトの収穫祭、大学恩師の追悼集出版パーティの準備や参加などで何かとイベントで忙しく、例年に比べ時の過ぎるのが速く感じた1年でした。

11月末から12月にかけて行われた都市住宅学会では久しぶりにアカデミックな報告で刺激を受け、町並みゼミでは取組む人たちの熱い思いに触れることができました。一方、全国町並みゼミは、草の根的な活動から始まった会が35年間も継続され、全国から400人近い人が参加し、座談会、テーマ別分科会、シンポジウム、夜なべ談義など、3日間熱い議論が交わされました。今年は9月20～22日に倉敷を中心とした備中エリアでの町並みゼミが予定されており、是非、参加したいものです。

前述した大学恩師とは、小生が30数年前に大学時代に彫塑(デッサンや彫刻)や課外授業で夜の天文館の楽しみ方を教えていただいた先生であり、鹿児島市内のザビエル公園のザビエル像(歴史の教科書に掲載されている慈悲深い優しい顔と違って、海賊のような、彫りの深いたくましいイメージの顔)の作者でもある柳田 菖先生やなぎだしょうです。一昨年の3月に執り行われた柳田先生の13回忌を機に、お世話になった教え子などが先生との思い出や先生の記録を語り継ごうということで追悼集を出版することになり、その編集のお手伝いをさせていただきました。編集作業は少々大変ではありましたが、今となっては楽しい思い出です。また、昨年の11月17日には関係者が集まり、出版パーティを開催しました。パーティでは教え子や先生行き付けのお店のママたちを含め20数名が参集



海賊の親分をイメージして製作されたザビエル像し、楽しい会となりました。

柳田先生は、14年前に100歳で天寿を全うされた時には、「俺が死んだときには、京都で舞妓をあげて楽しんでもくれ」との粹な遺言を残されたため、教え子ら関係者30数名が京都に参集し、遺言を果たしました。3年後の17回忌では、教え子らが元気なうちに、再度、舞妓をあげて楽しんでもよいのではないかと思います次第です。

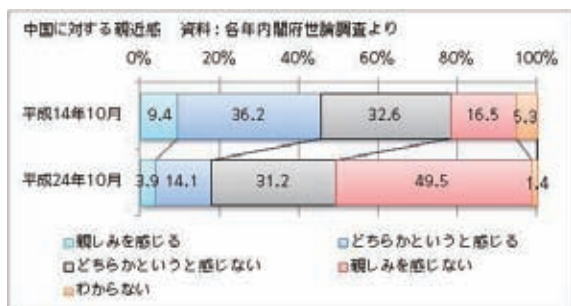
柳田菖先生やザビエル像に興味のある方は、追悼集が数冊残っています。ご連絡いただければ、お送りさせていただきます。(山田 龍雄)

📖 隣近所とのコミュニケーション

昨年は韓国や中国との間でいろいろな問題沙汰が起こった年であった。それほど簡単に解決する問題ではないと思うが、長い歴史と付き合いがある隣近所でもあり、良き隣人関係を築いていくことは大切と思う。小泉政権が誕生し、北朝鮮の拉致問題の解決が期待されていた当時、平成14年10月の世論調査結果をみると、中国に対する親近感、親しみを感ずるという人々が4割以上あり、親しみを感ずらないという人々とほぼ同比率であった。昨年の調査、平成24年10月の世論調査では8割以上の人々が親しみを感ずらない、親近感があるというのは2割以下という結果となった。

実は、この親近感の変化の傾向は、平成16年の世論調査頃から徐々に顕れていた。中国との国交正常化以後、経済成長に伴って昭和60年頃から多方面の交流も活発に行われるようになってはいたが、親しみを感ずるという比率は徐々に下がってきていた。

相手を知ることとは、何事においても出発点であり、我々の仕事でもいろいろな地域で、



様々な考えを持つ人たちとコミュニケーションを図ることは大変重要なことである。作業の期間が限られていても、まず地域を知ることから仕事は始まる。知れば知るほど面白いこともある。逆のことも当然出てくる。いずれにしても、相手や地域を知ることから始まり、仕事は徐々に進んでいくことになる。これは何も仕事に限ったことではなく、住んでいる隣近所との関係も、あるいは隣国との関係でも、コミュニケーションづくりは同様に重要なことと思う。

そういう意味で、中国や韓国などの隣国とは、長い付き合いがこれまでも続いてきたものの、経済的な付き合いを越えて、観光や文化の分野でたくさんの人たちが付き合えるようになった。今から、ようやく相手のことを知り始めている段階といえないだろうか。

今年の2・3月に、福岡の都心にある福岡女学院天神サテライトで、「五感で楽しむ中国文化」と題して、多彩なテーマによる講座が開催される。まさに市民レベルでの付き合い方を学ぶ場である。興味のある方は福岡女学院天神サテライト（092-715-2718）にお問い合わせください。（山辺 眞一）

農三昧

昨年は記事に書いた富士町の「親農塾」だけでなく、糸乗邸の庭の一部を改造して始めた農園や前原商工会青年部のメンバーの農園もあり、計3箇所ですいじりをしていました。

3つも農園をしていると、それぞれの土地柄の違いに気づきます。400mの標高がある富士町では、夏の気温が低いので、ナスやトマトの生育は遅く、なかなか収穫できない反面、レタスやほうれん草などの葉物野菜は早く収穫できます。よく聞く話ではあるのですが、糸島と富士町の農園は30分で行き来できる近さなので、

不思議な感じです。特に秋野菜は、平地と比べて高地は作付時期も早いので、親農塾で学んだことを復習を兼ねて糸島で実践するなんてこともできました。

毎週、山のように野菜を持って帰っていたので、最初は家族に喜ばれていましたが、そのうち漬物にしても余るからなんとかして！と怒られる始末。料理が得意ではないので、夏場は生野菜サラダ、冬は野菜鍋ばかりつくって消費していました。今年は、お弁当の副菜などに使える常備菜のレシピなんかを覚えて、プランナーらしく生産と消費が計画的に回るモデルを構築しようなどと企んでいます。（本田 正明）

第88回地域ゼミを開催しました

日経新聞によると、世界のムスリム（イスラム教徒）人口は2010年に16億人、2030年には22億人（世界人口の25%）に増加すると予想されている。その7割は経済的に成長著しく日本に近いアジア太平洋地域に在住しており、日本への観光客も今後増加することが予想される。しかしながらムスリムの方々は、イスラム教の厳しい戒律に則って飲食や観光を行うため、そのおもてなしは容易ではない。

そこで、地域ゼミ88回の講師として、日本で最も長くハラールビジネスに特化したサービスを提供されており、ハラール認証取得サポートやイスラム圏市場への販路開拓等を手がけておられる岡野英克氏をお招きし、九州の特産品や観光サービスはどうムスリムの方々に受け入れられているのか、そしてイスラム圏市場に進出する際に乗り越えなければならないハードル等についてお話を伺った。

以下、岡野さんのお話を列記する。

- ・ハラールとは、イスラム教において「許されたもの、行為」のこと。モノのみが対象ではなく、行為やライフスタイルも含んだ概念であり、イスラム教徒にとって口にすることを許された食物のことをハラール製品という。
- ・口にすることが許されない食品の代表的なものは、豚肉、アルコール。日本には醤油、みりんなど、微量のアルコール成分が含まれる調味料が多く、イスラム教徒にとって「危険

地帯」と認識されている。

- ・専門の認証機関の審査を通ったハラール製品には、「ハラール認証」というマークを付与することが許され、イスラム教徒にとって安全・安心が証明された商材となる。
- ・ハラール製品の市場は約 200 兆円、そのうち食品は 1/4 の 50 兆円程度であり、その他は化粧品、薬品、サービスなど。
- ・ハラールビジネスのモデルには①国内のイスラム教徒 10 万人をターゲットとしたビジネスである「ドメスティック型」、②品質や安全に評価の高い日本の商材とハラール認証の組み合わせで海外のイスラム市場に売り込む「アウトバウンド型」、③海外から日本へのイスラム教徒の来訪を容易にし、滞在時間を長くしてハラール商材を販売する「インバウンド型」の 3 つがある。
- ・九州には豊富な地域特産加工食品があり、豆腐、そうめん、柚子こしょうなど、実質的にハラールであるものも多いが、ハラールマークによって可視化されていない。
- ・イスラム教人口の多くを占める東南アジアから近く、利便性が高いが、ハラールメニューや祈祷室などのハラール環境が整備されていない。
- ・イスラム市場において日本製品の信頼性は高く、数百万円の費用をかけてハラール認証を取得し、インバウンド、アウトバウンドに乗り出せば、十分にチャンスはある。実際に日本のハラール食品をシンガポールの見本市に持って行って売ったところ、完売であった。

当日は、企業、自治体、大学生、インドネシアからの留学生等 15 名が参加し、様々な立場から活発な意見交換が行われた。私も含め「ハラールって何？」という方は多いと思うが、九州においても、東峰村の柚子こしょう、有田町の原田醤油店、唐津市の吉村商店のアジアン餃子等、イスラム市場を見据えて認証を取得したところも出てきている。大阪ではマレーシア人をターゲットにしたハラールツーリズムの動きも活発化しているようだ。今は個別企業の取組がほとんどであるが、地域一帯となってハラール市場

を見据えたアクションを起こしているところも出てくるかもしれない。ハラール市場に興味のある方は、福岡市において、日本初となるハラール商品の見本市が開催されるそうなので、覗いてみてはいかがだろうか。

「Japan Halal Forum & Expo 2013 in Fukuoka」

日時：2013 年 2 月 25 日（月）10:00 ～ 17:00

場所：アクロス福岡〈福岡県福岡市中央区天神一丁目 1 番 1 号〉

問い合わせ先：岡野総合法務事務所

okano_legal@yahoo.co.jp （原 啓介）

九州の鉄道の旅その 2 後藤寺線

今回は、田川後藤寺駅で平成筑豊鉄道と接続している JR 九州の後藤寺線を取り上げたい。

後藤寺線は、同じく JR 九州の福北ゆたか線（筑豊本線）の新飯塚駅と日田英彦山線の田川後藤寺駅とを結ぶ全長 13.3km、駅数 6 駅の短絡線である。朝夕は毎時 2 本、日中は毎時 1 本の列車が運行されており、距離は短くとも、とっておきの見所がある路線である。

列車は新飯塚駅を出発すると、しばらくは田園風景の中を進んでいく。上三緒、下鴨生、筑前庄内駅とのんびり揺られながら過ぎていく。私が乗車した時は、1 両編成の列車で、車内には 20 名くらいのお客さんが乗っていただろうか。この 3 駅周辺には住宅団地などもあるようだが、降りる人はそれほどなく、終点の田川後藤寺駅まで乗る人がほとんどであった。

筑前庄内を過ぎると、列車は急勾配の坂を、エンジン音を響かせながら、持てる力を振り絞って上っていく。線路の周りは木々に囲まれ、一気に雰囲気が変わる。そして、坂の頂上付近に近づいた時、第 1 の見所が現れる。入水トンネルである。後藤寺線唯一のトンネルであり、先日、某 TV 番組で後藤寺線が取り上げられた時にも紹介されたトンネルである。このトンネル自体は、それほどたいしたものではないと思う。ただ、乗ってみて、このトンネルが非常に印象に残っている。その理由を考えると、①トンネルが比較的長いこと、②トンネル内にカーブがあり、出入口からの光の差し込みが何とも言えない雰囲気を得られること、③トンネ

ルを出たところに思いも寄らない景色に出会えること、という3つありそうだ。某TV番組では、①、②について非常に熱く語られていた。神秘的という大げさかもしれないが、確かにグッと来るものがあった。一度、実際に乗って頂いて、皆さんの評価をお聞きしたいところである。

後藤寺線には、もう1つ見所がある。それが、トンネルを出て直ぐに出会うことが出来る景色である。線路の両サイドに、石灰岩の採掘工場が広がっており、工場のパイプが何本も線路上空を通っている。積み出しを待っている石灰の白い山も、なかなか見かけないものである。車内で1人キョロキョロと見渡していたが、いつも利用されている方は、どっしり座られたまま。ちょっぴり恥ずかしい気分であったが、はじめて乗る人は、必ず驚かれるのではないだろうか。列車は、トンネルを抜けると一気に下り、後藤寺の町中に入っていく。わずか20分の旅ではあるが、景色の変化を楽しめる路線である。

いつも何気なく乗っている鉄道も、ただ乗っているだけではもったいない。ちょっと目線を変えると新たな発見、感動が待っている。1人でも多くの方に、新たな発見、感動をしてもらいたい。ただ乗るだけの鉄道から楽しむ鉄道ということを意識して頂ければと思う。

日常生活を送る上で、楽しむ場はたくさんあるにこしたことはない。地方鉄道が生き残っていく源は、案外そういうところにあるような気がする。(山崎 裕行)

婚活ブームの中で未婚者の心境は複雑？

10月から12月にかけて何件か友人の結婚式がありました。どうやら自分の周りで「結婚ラッシュ」が始まったようです。

ここ何回かよかネット紙面上で取り上げている「九州の婚活事情」ですが、結婚していない女性、晩婚化が進むなかでも、やはり結婚式に出ると幸せな気分をおすそわけしてもらった気分で嬉しくなると同時にやる気が出ますね。

内閣府の国民生活白書に記載されている「結婚している人をみて幸せに感じるか」という調査(上図参照)によると、特に30代前後の女性(いわゆるアラサー)世代の女性が特に幸せに感じ

結婚している友人を見て幸せそうだと思いますか？

あてはまる		あてはまらない			
男性	女性	男性	女性		
18～19歳	51.2%	63.2%	18～19歳	48.8%	36.8%
20～24歳	59.8%	68.3%	20～24歳	40.2%	31.7%
25～29歳	64.6%	70.8%	25～29歳	35.4%	29.2%
30～34歳	70.0%	72.7%	30～34歳	30.0%	27.3%
35～39歳	64.6%	62.6%	35～39歳	35.4%	37.4%

内閣府 国民生活白書(平成17年調査)

ることが多い、とのこと。一方で30代後半の女性になると低くなり、男女が逆転してしまっています。やはり焦りか、相手の事情を知っているのか、現実が見えてしまうのでしょうか…。何だか悲しさを感じてしまいます。

なんだかリアルな話になってしまいました。結婚式の出席に関しては、よろこばしいことですし、何より二次会は出会いの場、という点を考えればドレスや髪型などの苦労も何のその。今週も寒空の下、ドレスの上にコートを着込んで出かけようと思います。(寺山 香)

「おせち」どうしてますか？

最近ネットでおせちを注文する人が増えているようですが、私も2年前(2011年)のお正月用に、初めてネットでおせちを注文しました。ネット上では、北海道や関東など全国の美味しいおせちがあり、せっかくなので九州以外のおせちがどんなものなのかと思い、東京のお店のおせちを注文しました。

結論から言うと「解凍に自信の無い方にはオススメできません」。冷凍で届いたので、冷蔵庫で長時間解凍したのですが、里芋はシャキシャキ、イクラはベチャっとなってしまう、正月なのにブルーな気持ちになりました。

翌年(2012年)は、大手スーパーで購入しましたが、里芋が里芋らしい食感である事に感謝し、美味しくいただきました。

今回(2013年)は、福岡市のカフェの洋風おせちを注文しました。写真で見るとキッシュや鴨のロースト、オムレツ、ピクルスなどが入っていて、とても美味しそうです。

今回おせちをネット等で探していると、農家レストランをやっているような所が作っているものもあって、その地域の食材を使っている魅力的でした。次回注文するおせちは、こういった「地域が詰まったおせち」を注文してみたいと思いました。(佐伯 明日香)



幸福な田舎の つくりかた

金丸 弘美

学芸出版社

表紙を飾るおばちゃんの様子がこの本の全てを物語っている。

著者の金丸さんは佐賀県唐津市の出身で、最初にお会いしたのは、平成18年に平戸・松浦地域の特産品開発の人材研修の講師をお願いした時である。きっかけは、平成17年に佐賀県の地域の食文化の発信のためのネットワーク「オリザジャポニカクラブ」を立ち上げられ、唐津の学校や地元での食育や地産地消の取り組みをされていることを知ってからである。

金丸さんは食環境ジャーナリストとして、全国各地の食をテーマとした地域活動取材し全国に発信していくというだけでなく、地域の伝統的な料理、農業から漁業など食に関わる様々な人たちとの交流を通じて、地域の人たちが自ら活力を生み出すための企画や事業の支援にも取り組んでおられる。

今回の著書では、これまでの全国の実践的な事例のなかから、3つのテーマをもとに9件の取り組みが紹介されている。

1つは、「ないもの探しから、あるもの磨きへ」の事例2件、山形県鶴岡市の在来作物の見直しをきっかけとした取り組み、熊本県阿蘇市の阿蘇一宮門前町商店街の取り組みである。

2つめは、「ローカルを発信する、ユニークさが共感を呼ぶ」の事例3件、山口県萩市の「道の駅萩シーマーと」、高知県の四万十市「四万十ドラマ」と「県庁おもてなし課」。

そして、農業、観光を通じた「人と人をつなぐ、農村と都市をつなぐ」の事例4件、愛媛県今治市の直売所「さいさいきて屋」、島根県雲南市「JA雲南」、群馬県昭和村「野菜くらぶ」、長野県飯

田市「南信州観光公社」、以上の9地域が紹介されている。

冒頭にも触れられているが、従来のやり方を脱しながら、地元の人が地域の豊かさを自ら発見し、地域の財産として、これを生かしてきたプロセスに焦点が当てられている。

そこには必ずといって良いほど、人と人との出会いがあり、地域の気づきや、足元を見直すというプロセスがある。これは取り上げられた地域だけの特殊解ということでは決して無く、全国どんな地域でもその可能性を持っているはずである。そのことを伝え、そういうノウハウを少しでも習得してもらいたいという著者金丸さんの思いが伝わってくる本である。

(山辺 眞一)

お知らせ

 四国遍路を歩いた時の写真や説明を100枚以上載せたHPを開設。道・宿・食事・接待などなど・・・是非ご覧ください。

<http://otikoboreryu.jp/> (糸乗 貞喜)

 例年は1月4日から平常営業とさせていただいておりましたが、今年は1月7日(月)からとさせていただきます。

本年もどうぞ宜しくお願い申し上げます。

(よかネット所員一同)

よかネット No. 109 2013. 1

(編集・発行)

(株)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)

(株)地域計画建築研究所

本社 京都事務所 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

(株)地域計画・名古屋