

# 川が見える、顔が見える、四万十川式ネットワークづくり

株式会社 四万十ドラマ

代表取締役専務 畦地 履正



## 〔情報誌「RIVER」〕

株式会社四万十ドラマは、四万十川の中流域にある大正町、十和村、西土佐村という旧三町村が出資をして設立した株式会社です。平成6年から事業を始めまして、ちょうど今年12年目に入ったところです。資本金が1,200万円で、従業員は現在6名に増えています。

主な事業として、四万十川のいろいろな情報を発信するというツールとし「RIVER」という情報誌を発刊していきまして、全国から会員を募って発送しています。現在登録会員は1,000人ぐらいで、その中の300人ぐらいから会費3,000円をいただいて、発送しています。四万十川の名前ばかりが先行していますので、何か違った角度のものを紹介したいということで、とにかく人にスポットを当てて、この情報誌は発刊をしています。

それから、会員の方に年何回か四万十川へ来ていただいて全国交流会を開催しています。その中で、地元で得た技術や知恵を教えて上げましょうということで、「四万十川自然の学校」という体験学校を開いています。今グリーンツーリズムやエコツーリズムが注目されていますが、私たちは10年前からこういうことをやっていました。地元の人が先生になって、参加した会員にアユの釣り方とか、エビの取り方とか、山の中へ入って木の名前とかを教えています。

ネットワークを展開するために会員制度は大切な事業ですが、主になるのはやはり物産販売です。現在は従業員も増えていますが、去年まではたった二人で四万十ドラマを運営していました。二人で約1億円の物産を販売していました。商品開発したものや、もともとあったものに付加価値をつけながら販売しています。四季折々いろいろなものがありますが、ちょうど今はクリの季節です。四万十のクリということで全国のいろいろな菓子屋がうちのクリを使った菓子をつくりたいということで注文があります。四万十という名前をつけただけでいろいろな菓子屋に使っていただくようになりました。今北海道から山梨、静岡、千葉の菓子屋が四万十のクリを使ったフェアを開催しています。四万十といえばほかにもアユ、エビ、そういうものが代表的なものですが、他にもいろいろなものを手掛けています。

## 【“四万十のひのき風呂”についてビデオで紹介する】

### 〔商品開発と主力商品について〕

平成9年、地元の木工職人の芝宏<sup>しばひろし</sup>氏と“四万十のひのき風呂”という商品を開発しました。四万十地方はヒノキの木がいっぱいあるけども林業は木が安いとか、売れないとかでなかなか難しい面や問題がありま



### 四万十のひのき風呂

出展：<http://www.joho-kochi.or.jp/shimanto-tennen/>

す。ヒノキは製材工場で柱を取った後に端材がでます。端材はチップやタキギになるだけです。だったら、捨てているものをちょっと商品化してみようというのが、この発想のもとです。端材を10センチ四方ぐらいに切って、横も全部面取りし、ヒノキの油をつけたものに“四万十のひのき風呂”という焼き印を押し、その下に名前や会社名を入れました。この田舎では当たり前のおいしが、都会ではやはり香りが良いということで重宝がられて、企業のノベルティーに使いたいとか、「RIVER」の会員からは結婚式の引き出物に使いたいとかの注文があり、トータルで50万枚を超えるヒット商品になっています。

一つできるとおもしろいもので、いろいろなものができました。第2弾が“つぼ押し棒”です。足の裏とか、手のひらとか、肩とかを押す棒です。これも端材利用ですね。それからヒノキ関係で最近つくったのは“ヒノキ踏み”です。青竹踏みのヒノキ版です。これは通販と四万十ドラマでしか売っていません。卸し先には卸していません。通信販売の雑誌では2,500円で売られています。通販用は2,500円ですが、四万十ドラマに買いに来てもらった人には1,500円で売っています。

最初の“四万十ひのき風呂”は袋入でしたが、“四万十ヒノキバス”はビン入りです。別に変ったことはしていません。最初の“四万十ひのき風呂”をス

ティック状にしてヒノキバスと焼き印を押ししました。ちょっとした発想で一つの切り口ができれば、こういうふうなバリエーションが出来ます。こういう展開が出来るところが我が社の強みだと思っています。

ただ商品を作るだけではなくて、作ってくれる地元の人とのコミュニケーションも大切です。私は十和村の出身で、平成6年に第三セクターとして設立された四万十ドラマに採用されました。みんなから1年か2年つぶれるだろうと言われました。第三セクターが成功した事例はその当時から本当に少なかったのです。しかしそれが私にとってはバネになりました。

最初に四万十ドラマがしたのは、人を知ることでした。私はそれまで農協にいましたので、地元の十和だけは大体組合員の名前と顔が一致しますが、隣の町村へ行くともう分かりません。3町村でも全部回ると一日位かかりますが、人を知らないとな勝負にならないということで、とにかく半年は人と会い、どのような取り組みをしているのかを調査しました。その時に、木工に取り組んでいるグループが十和、大正、西土佐に数グループあることを知りました。地元銀行からいきなり“四万十のひのき風呂”10万枚の注文があった時も、全部手づくりですから10万枚作るのは大変な作業ですが、納期は3、4ヶ月ありましたので、3つのグループに振り分けて作ってもらいました。最初に調査をしたことが生きて、出来上がったのが“四万十のひのき風呂”です。

あと、ヒノキ以外のお風呂関係では、“アロエ風呂”があります。平成6年に四万十ドラマができたのと同じ時に、3町村がアロエの会社を誘致しました。群馬に本社がある「四万十アロエ」という会社で、アロエの葉を搾って健康飲料として売っていました。当初は順調に売っていましたが、ある日売れなくなりました。売れなくなったら葉が残ってしまいます。残った葉をどうしようということになって、その葉をスライスして、乾燥させて、それをお風呂に入れましょうということをつくったのが“農家のアロエ風呂”です。これも毎年5千袋から1万袋ぐらい売れています。これも

アロエが売れなくなって、窮地の策で開発した商品ですが、ぼちぼち売れている商品です。

### 【“十和錦” についてビデオで紹介する】

高知では有名な香り米の“十和錦”<sup>とうわにしき</sup>も主力商品の一つです。それだけを食べたいという人もいますが、やはり関東や関西では、においがきつ過ぎてちょっと食べられないという声がすごく聞こえてきました。そこで四万十ドラマの商品のパッケージやチラシのデザインを手掛けているデザイナーの<sup>きこた</sup>迫田氏に相談すると、80グラムの小袋に分けるという新しい売り方の提案がありました。二、三合のお米に一袋入れると香りが良くなっておいしくなったと評判になりヒット商品になりました。一袋が80グラム入りで200円ですので、おみやげには安いです。今この香り米は、四国的高速道路のサービスエリアで売っています。新米がないので今は置いていませんが、おみやげにちょうど良いということで、サービスエリアから注文があります。一袋200円だったら、1,000円で5つ買って5人に配れるということです。おみやげが5つも配れるのだから安いです。でも実はこれ、日本一高い米になります。80グラム200円ですから30キロで計算すると7万5千円になります。そういうからくりです。そういう付加価値をつけると、少しでも生産者の米を高く買い取ることが出来ます。ちなみにこれを売ろうと思えば多分10万袋ぐらい売れると思いますが、生産量がそ



かおり米

出展：<http://www.joho-kochi.or.jp/shimanto-tennen/>

んなにありませんので限定販売です。去年は2万袋作りましたがすごく評判が良かったので、今年はぜひ5万袋売ろうということです。こし多めに作ってもらっています。ただおみやげを置いておくだけでは駄目で、ポップ類やキャッチコピーが重要です。単価と米の値段を書いただけでは多分あまり売れないでしょう。デザイナーとも話して、『いつものお米に混ぜるだけ』というキャッチコピーをつけてデザインも工夫すると結構目にとまります。

もう一つ、一昨年にできた山間米という米があります。品種は“ひのひかり”です。これが平成16年のグッドデザイン賞を取りました。うちのデザイナーは頑張っています。お米、ひのき風呂という二つのヒット商品ができましたが、実は四万十ドラマで現在、主力になって売れているものは“しまんと緑茶”です。四万十川流域は実は茶どころでして、静岡から問屋がわざわざ買いつけに来ます。けれど、静岡で全部混ぜられて静岡茶になったり、宇治茶になったりするだけで、全然おもしろくないのです。自分のところのお茶を自分のところの名前で売れるようにするのが一番大事なことです。今までは静岡のお茶に混ぜられていましたが、今度は混ぜるようなお茶の販売をしようということで、『まぜられる茶からまぜちやる茶へ』というコピーをつけました。そしてしまんとのお茶として葉を小袋で売り始めましたが、なかなか小袋だけでは売れません。今お茶の需要が変わってきて、特に若い人などはペットボトルでお茶を飲むようになりました。大手が作っているどのお茶もせいぜい静岡産とか、鹿児島産とかの表記です。“しまんと緑茶”は四万十のそれも広井地域という地域まで限定できる。それが出来るのが、やっぱり田舎の強みです。今のデザインは3パターン目で、最初はハーフラベルといって、半分しかラベルがありませんでした。2番目は全部にラベルを巻きました。そして現在の“しまんと緑茶”は何と本当の生産者の顔写真を入れました。これは絶対大手にはできないだろうと思います。きょうのテーマにもありますが、『顔が見える、川が見える』ということ



しまんと緑茶

をアピールしています。やはり顔を出すことによって、飲む人も安心してもらえると思います。それから作り方ですが、四万十川になるべく負担をかけないようにということで、農薬の量や化学肥料も極力抑えています。どういうふうにしたかというのはきちんと言えます。このお茶は東京のナチュラルローソンというコンビニと高級スーパーのクイーンズ伊勢丹の品川店で売られています。それと売り先もちょっと視点を変えてみようということで、高速道路のサービスエリアにも少しずつ置かせてもらっています。今では年間20万本売れるようになりました。うちで全部作るとしたら、100万本しか作れません。逆に言ったら100万本しか私たちは作らず、それ以上無理はしないということです。一本100円として100万本売れば、1億円です。1億円産業が出来れば、地元のお茶農家へも安定したお金をお渡することも出来ますから、そういう展開をすることが一番大事だと思っています。しまんとのお茶を作る前は95%位が静岡へ出荷していましたが、現在は静岡への出荷がやっと6割位まで減ってきました。できれば自分のところで全部しまんとの茶という名前をつけて売れるようになったら良いなあと

います。緑茶の次にほうじ茶も作りました。今年は紅茶を作ります。“しまんと紅茶”です。実は四万十川の旧十和村では40年ほど前までは紅茶を作っていた歴史があります。昭和30年代から紅茶栽培を始めて、ずっと紅茶を作って、販売していました。しかし、紅茶が輸入され始めると、売れなくなり昭和40年代最初に紅茶の栽培を止めてしまいました。私が小学生の頃、その紅茶を飲んだ覚えがありまして、砂糖が要らない紅茶でうまかったです。その感覚がまだこの舌に残っていたので、今度は紅茶を作ろうということになりました。最初、紅茶というのは大がかりな機械が要るので投資が何千万もかかるという話を聞いていました。そのうちに「RIVER」の会員の中に紅茶づくりをしている人がいまして、その人に紅茶づくりの話をするとうまく出来るといって話になったわけですね。「RIVER」のネットワークです。茶は今の緑茶の葉で出来ます。早速、作ってみるとこれがなかなかうまい。来年6月、7月位に発売します。四万十ドラマが運営する道の駅でも販売する予定です。ただ商品開発は一日や二日では出来ません。ペットボトルにするには、試験をしなくてはなりません。緑茶は何度で入れるのか、ほうじ茶は何度で入れて、その後何分ですとか、そういう細かい作業があります。例えば、ほうじ茶は何度が一番おいしいのでしょうか。ほうじ茶はぐらぐらのお湯の中に入れて煮出しするというのが、おいしい入れ方だとされています。しかし実はペットボトルに、そのぐらぐらそのまま入れてしまうと不思議なもので味が変わって滅茶苦茶、苦くなるのです。それで私たちは逆に50度の低温で入れて作りました。今はそのほうじ茶のほうが緑茶より売れています。原因をいろいろ分析していくと、いろいろな飲料メーカーが大体緑茶系で出していますので、緑茶はあり過ぎるのだと思います。今は、ほうじ茶が中心で、全体の7割で緑茶は3割です。ほうじ茶の次は紅茶です。これがうちの四万十ドラマの主な商品です。

最後にもう一つ紹介したいと思います。四万十ドラマの大きなテーマは、四万十川に負担をかけない物づ

くりをしながら、地元の人と一緒に販路拡大をしていくということ。去年“新聞バック”を作りました。古新聞を使って、手提げバッグにしました。四万十ドラマは十和村ふるさと交流センターというキャンプ場の管理運営もしていて、ひのき風呂、お茶、羊羹などのお土産も置いています。それらをビニールではなくて、環境に良いもので包装したいという思いから、包装紙を新聞紙にしようと決めました。最初は取っ手は付いていませんでしたが、改良に改良を重ねて今の形になりました。そうしたらそのうわさを聞いたビール会社から、缶ビールを“新聞バック”に入れてキャンペーンで使いたいということで何と2000枚の注文をいただきました。企業も環境のことはとても考えています。高知県も野菜フェアで、“新聞バック”に野菜を入れてお客様に配ったりしています。今はサイズも大・中・小というふうにあります、形も縦型と横型があります。実はこのバックは地元新聞の古新聞しか使っていません。それも新聞社の了解を得て作っています。それと記事にも注意して事件、事故とかはあまり出さないようにしています。愛媛新聞でもつくりますので、愛媛県の町村もぜひ考えていただければと思います。誰かが英字新聞で作ったらというので作ってみました。英字新聞も格好良いのですが、何を書いているか分からず責任が持てないのでお断りしました。そのかわり自分で楽しむために欲しいというのであれば作りましょうということで、今ではアメリカへも輸

出しています。これは全部手づくりです。四万十にハイテクはあまり要らないのです。地元を見つめ直していくと、いっぱいヒントがありますが、だいたいローテクです。さっきの“ひのき踏み”も板を削って、きれいに加工しただけですからローテクです。四万十にはやっぱりローテクが似合う。これが四万十の生き方として一番良いのだらうと思います。けどもすごい物もありまして、旧十和村ではケーブルテレビが全戸に入っていて、インターネットは無料です。だからメールもやり放題です。これは私たちにとってありがたい話です。今はインターネット社会で四万十ドラマもホームページはありますが、まだ活用していません。来年、道の駅が出来るのに合わせてインターネット販売も拡大したいと考えています。現在ホームページがあるだけでもアユとかエビとかの注文が結構あるので、これは本格的に取り組めばおもしろいと思っています。顔が見えないけども、その人たちと仲介を通さず直接取引が出来るのです。今からは人に頼らず、自分たちで、自分たちの顔で売るといことです。そのためには自分たちでネットワークを作ることが大事だと思います。人と人の出会いで何かきっかけができる。私たちもデザイナーがいて、地元の作る人がいて、販売する人がいて、みんながいろいろなことでつながっています。だからどんどん自分が出かけて行って、いろいろな人と会って話をするので、いろいろなものが見えてくる。そういうことをすごく感じます。

### 〔最後に〕

最後にPRを二つして終わりにしたいと思います。最初に話をしましたように、来年、旧十和村に道の駅が出来ます。来年の7月にオープンしますが、四万十ドラマが指定管理者になるということが12月の議会で決まりそうです。四万十ドラマが今までやってきたこと、ネットワークづくり、産物販売、商品開発、それらの集大成だと思っています。そこで買物していただいたお客様にはさっき紹介した“新聞バック”に入れて帰ってもらおう。それからインターネットでも販売が



新聞バック

出展：<http://www.joho-kochi.or.jp/shimanto-tennen/>

始まる。そして、エコツーリズム、グリーンツーリズムと言われる体験もそこで出来る。四万十ドラマは今まで道の駅のようなハードは必要ないので持っていませんでした。四万十ドラマはソフトを充実させながらネットワークを広げていくということで展開してきましたが、12年過ぎて商品も増えましたので、そろそろ店舗を持つてもいいかなと考えました。四万十ドラマが出荷したクリは全国の菓子屋に行っていますから、今後は逆に四万十のクリを使った菓子を仕入れて、全国のお菓子フェアのような企画もどんどんやりたいと思っています。

二つ目ですが、ビール会社が毎年“全国おいしいもんキャンペーン”を行っています。今年高知は四万十の天然アユと川エビのセット、香り米、青ノリ、椎茸の佃煮のセットが選ばれて、窓口を四万十ドラマがしています。今年アユがなかなか獲れませんが、何とか獲れまして、全国にお届け出来るようになりました。そういうふうにもいろいろなところに注目していただいて、いろいろなことが始まっています。

---

**Profile 畦地 履正 (あぜち りしょう)**

高知県十和村とうわそん（現在は合併により四万十町）出身。通信関連企業、地元農協勤務を経て、1996年から旧西土佐村・旧十和村・旧大正町でつくる四万十ドラマに勤務。同社は、2005年4月に、第3セクターから完全民営化。代表取締役専務として現在に至る。

---