

「四万十川方式」地元発着型産業づくり



その商品を買っていただいた方が、四万十川を訪れることになれば、地元と「顔が見えるおつきあい」が始まります。それを繰り返すことで、新しい「旅」と「産業」が生まれ、人材が育ち、やりとりの技術も向上し、ブランドの向上にもつながると考えております。

「四万十川方式」地元発着型産業づくり
四万十の資源から生まれた商品が世の中を循環し最後は地元に着地する産業

四万十ドラマは、四万十川の地域資源を発掘し見直しながら、新しい価値観を生み出すことが大事だと考えております。地域に住む人達が丹精込めて作った産物に「光」を当て、考え方の視点を加えることにより、地域の生き方や風景が見えてきます。

これまでの商品に少し手を加えることにより、雇用の場が生まれ、流通や情報発信を開発することで、その光りが更に輝き四万十川ブランドとして全国に認知されます。

株式会社四万十ドラマの考え方
「ローカル・ローテク・ローインパクト」
四万十川に負担をかけないものづくり

四万十ドラマは、四万十川の自然環境を保全しながら活用することをベースに、環境・産業・ネットワークを循環させながら、四万十川に負担をかけないものづくりをしております。その具体的なコンセプトは「ローカル」「ローテク」「ローインパクト」。これらが循環する新しいコミュニティビジネスを展開しております。

「ローカル」とは、四万十川を共有財産に足元の豊かさ・生き方を考えるネットワークを構築すること

（会員制度、観光産業）
「ローテク」とは、農林漁業に息づく技術や知恵や第1次、1.5次産業にこだわること
（商品づくり、産業づくり）

「ローインパクト」とは、四万十川に負担をかけない風景を保全しながら活用する仕組みをつくること
（環境ビジネス、風景保全）

この考え方の軸に「ローフード」「ローライフ」の提唱を加え、山と川の暮らしと天然素材に新しい価値観をつくり流域に住む人



株式会社四万十ドラマ
代表取締役
畦地 履正
(高知県高岡郡四万十町)

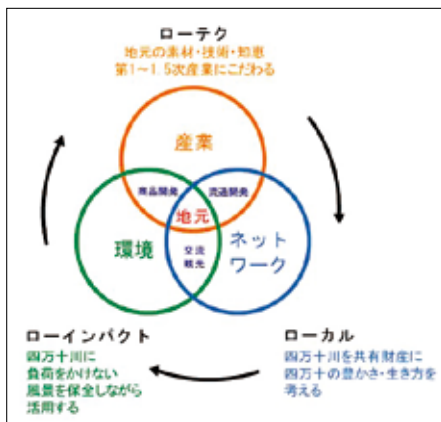


とともに生活文化、技術、知恵、風景を残しながら、四万十川流域の新たな産業をつくります。



**環境・産業・ネットワークが循環しながら
地元に着地する具体的開発商品
「考え方をデザインする四万十のアイデン
ティティー商品」**

四万十ドラマの商品開発は、「ローカル・ローテック・ローインパクト」がテーマです。この3つの言葉をキーワードとし、地元にあるもの、できるだけ手をかけないで、地域資源を発掘し、見直しをして「考え方」をつくってきました。ここで重要なのは、「デザイン」という視点です。その商品の持つ本質をデザインすることでわたしたちの考え方が広がっていきます。風景から生み出された力をわたしたちは商品開発に活かしております。



40年ぶり復活・四万十紅茶

15年程前までは四万十のお茶は静岡茶に



まぜられていました。しかし、「自分たちのお茶を自分たちで売りたい!」という想いから「まぜられる茶からまぜちゃる茶へ」というキャッチフレーズで「四万十のお茶を立ち上げました。

平成14年に四万十川流域茶葉しか使わない、「しまんと緑茶」を商品化しました。目の前の風景が商品になりました。シリーズ商品として、平成16年に「しまんと焙茶」を発売、平成19年には「しまんと紅茶」も販売を始め売り上げを伸ばしております。そして、今年新たに「四万十ロイヤルミルクティー」が新発売となりました。



四万十紅茶と、高知県産牛乳のコラボ商品です。

「四万十和オリジナル品種
「十和錦・かおり米」

約50年前に旧十和村で発見された四万十では有名な十和錦という「香り米」があります。そのまま食べると香りがきついので、「いつものお米に混ぜるだけ」というキャッチフレーズで80gの小さな米袋に入れて販売いたしました。(平成12年)いつも炊いているお米に混ぜて炊くと新米のような香りになる商品です。



「ポリのお風呂がひのき風呂
「四万十のひのき風呂」

製材所から出る四万十川ひのきの柱の端材をリサイクルした商品です。捨てていたひのきの端材に、ひのきの油を染み込ませて焼き印をいれました。ポリのお風呂のまわりには置くだけで、ひのき風呂に入ったような感覚になります。捨てていたひのきの端材が商品になりました。



古新聞が循環する「四万十川方式」
リサイクルバッグ「四万十川新聞バッグ」

古新聞をレジバッグとして再活用する運動を四万十川流域からスタートさせようと新聞紙古紙100%のバッグをつくりました。「リサイクル商品である古新聞を包装資材として生活場面で再利用していき、四万十川流域では古新聞を使用することを一つの哲学とし、流域の考え方アイデンティティーとしたい。」このバッグを作成したのは、四万十町(旧十和村)に住む主婦です。この方を先生に、この袋を地元の方がつくるようにしたい。まずは流域から、そして全国へ。海外にも輸出され、エコバッグとしてメディアにも取り上げられております。



道の駅「四万十とおわ」

何もなかった田んぼの土地が40万人の集客と4億円の売上を生む場所へ変わった。四万十ドラマは、指定管理者として「道の



駅「四万十とおわ」を運営しております。

平成19年7月1日 四万十町に「道の駅四万十とおわ」がオープンしました。

四万十川中流域の中核施設として、プランの段階から企画提案に関わってきました。これまでのどこにでもあるおみやげとトイレ休憩の道の駅ではなく「こしかないもの」をコンセプトとして滞留型の道の駅を目指しました。四万十ならではの商品を販売しました。ここでしか買えない、食べれないということがお客様には大変好評です。また体験プログラムも充実しております。「四万十川新聞バッグ教室」「川エビ取り教室」「マイ箸作り教室」を中心に高知県内外から多くの参加者に来ていただいています。

現在来場者数が40万人を超え、売り上げも4億円に迫っております。

今後の展開
「さらなるローカル・ローテク・ローインパクト環境循環ビジネス・そして人材育成」

生産現場の風景を守り育むことをベースに、さらなる考え方を流通させる環境循環ビジネスに取り組んでいきます。

四万十の風景は食べ物の生産現場の風景です。どんなに商品が話題になって売れたとしてもその原料を生む環境が荒廃しては意味がありません。四万十川は環境が命です。この環

RIVER

四万十ドラマのロゴ

境から生み出さ
みがあるから
ができる。生
復興させな
が、育
せ、その商
川の考え方
るような
むことが
の使命
は、これ
わなけ
のよう

気がします。

そして、やはり人材の育成です。次の後世のためにも人材の育成が急務となってきました。そこで、四万十ドラマではインターシップの受け入れ、起業家支援事業を行っております。ここからは、「ヒト」が中心になって新たな「四万十ドラマ」が始まる日もそう遠くないことでしょう。