

## 「どぶろく」で地域おこし —特区を超えよ

東京都千代田区  
酒文化研究所 第一研究室室長

山田聡昭



### ■地域おこしは自給圏づくり

地方における地域おこしは、農業を根幹として、できた農産物を加工する製造業と、地産地消を促す商業や料飲業などのサービス業が発達し、資金が地元に戻流する仕組みづくりを進めることではないか。そのような思いを強くしているのは、私が住む町に子供が残らないことに危機感を抱くようになってからだ。

私は都心から60km、在来線で90分かかるニュータウンに住んでいる。東京まで通勤できないことはないのだが、基本は稲作と野菜や花卉のハウス栽培が盛んな農村で、17年前に引越した当時は農業世帯が4割弱を占めていた。新たに開発されたニュータウンには、定年前後の60代と乳幼児を抱えた30代〜40代が多くなっていたが、

稲作と野菜や花卉のハウス栽培が盛んな農村で、17年前に引越した当時は農業世帯が4割弱を占めていた。新たに開発されたニュータウンには、定年前後の60代と乳幼児を抱えた30代〜40代が多くなっていたが、

すでに子供たちは成人し、ニュータウンに残っているのは、公務員、地元金融機関、J/A、鉄道会社に就職した一部の者だけである。60代だった方々は後期高齢者となり、独居老人世帯も出はじめている。多数の人の協力と大きな資金をつぎ込んで進めたニュータウン事業は、20年もたないうちに持続可能な成長に黄信号が灯っているのである。もつとも昔からの住民も状況は似たようなものだ。商店をはじめ自営業が廃れて、子供たちの多くは仕事を求めて町を離れる。農家も家に残るのは一人だけという例が多いように見える。

地域おこしという特産品をつくりブランド化して「東京」に売り込む、輸出型の戦略を思い浮かべる人が多いだろう。だがこの手法は競争が激しいうえに、うまくいっても潤うのは特産品の生産者に限られる。ブーム化しているご当地キャラクターもB級グルメも根本は同じで、外にモノを売って消費させるだけの地域おこしは、いつまで続くのかまったく心もとない。



長野県東御市のワイナリーフェスタは毎年大勢の観光客でにぎわう。2000年以降町内にワイナリーが5つ誕生し、今春からワイナリー養成学校も開校

ではどうしたら子供が町に残り、外から若い働き手が集まる活力ある地域になるのかと考えると、地方では最初に述べたような自給圏を目指すのが有力案と思われるのである。こうした発想に則した動きとしては、長野県が進める「信州ワインバレー構想」がある。ブドウ栽培からワインの製造まで一貫しておこなうワイナリー開業希望者を募り、高齢化の進んだ果樹栽培農家の若返りを図り、付加



長野県は県内4つのブロックでワイン産地化を目指す「信州ワインバレー構想」を掲げる

価値の高いワインに加工して県内外の消費を促す取り組みだ。自社のワインを提供するレストランを併設するワイナリーや、地元の複数のワイナリーの商品を専門的に提供する小売店やレストランも誕生し、ワイナリーめぐりをする観光客も増えている。4月9日には関東農政局が主催し、酒類業界の監督官庁である国税庁に加えて経済産業省も協力して、こうした取り組みをさらに進めようというシンポジウムが埼玉県さいたま市で開催されると、全国から定員を大きく上回る参加申し込みがあり、活発な討議がおこなわれた。

一方、ビールでは都市型のコミュニティ開発の取り組みが注目されている。人の移動の激しい大都会では地域住民間の交流が乏しく、人は大勢いてもコミュニティは空洞化が進んでいる。そこに小さなビールの醸造所ができ、気軽にビールを飲む場ができると地域住民の交流の場となり、そこから新しい取り組みが次々と生まれるというのである。4月5日に東京の大田区蒲田で、ビールの醸造家と行政や飲食店の関係者が「ビールで地域おこし」と題したセミナーを開催したが、これも日曜日の午前中の開催、3000円の会費にもかかわらず100人を超える人が集まった。事例報告をした、新潟県から徒歩10分ほどの中心市街地でコミュニティ型ビアパブの実験を進



東京の下町で開催された「ビールで地域おこし」セミナーには料飲店、行政、福祉関係者などが集まった

めているという男性は、若年層のボランティアや大勢のシニアが参加して手ごたえを感じていると胸を張った。

酒にはこのように、人を集わせ交流させるはたらきがあり、農産加工品であることから、やり方次第で農業と加工業を発達させ、それを販売する商業と加工業の場をつくり、さらにタクシーや運送業者など人や物を運ぶ仕事を生み出す。ワインとビールの例をあげたが、当然のことながら「どぶろく」も例外ではない。

### ■ 酒質を向上させてどぶろく産地化

どぶろく特区が本格的に動き出して10年余りが経つ。それまで財務省は岩手県や新潟県、福島県喜多方市や岩手県遠野

市など地方自治体からのどぶろく規制緩和の要請を退け続けていたが、国会での岡崎トミ子議員の「農家民宿でどぶろくが飲めるようにしたい」との提案に、当時の小泉純一郎首相が「誠に興味深い提案」と心じたことから一気に動いたのであった。そして今では約130地域の特区が誕生し、同じくらいの数のどぶろく製造農家ができたのだったが、その成果は限定的と言わざるを得ない。どぶろく産地として全国に知られるようになった地域もなければ、特区制度を利用して起業しその後企業化したものもない。「自分の米でどぶろくをつくり販売する」ことに口マンを感じて、本業を後継者に任せて、自らはどぶろくづくりを始めた方々も多かったが、どぶろくを後継者に引き継がせることができず、継続を断念した方はひとりやふたりではない。

どぶろくで地域を活性化しようと思つたら、2つの課題を解決しなければならぬ。ひとつは地域内のどぶろく事業者を増やすことだ。地域に10軒以上のどぶろく生産者が欲しい。点を面に広げて「産地」としてアピールする基盤をつくる。もうひとつはどぶろくの品質向上である。毎年、開催されるどぶろく特区の生産者の商品コンテスト「どぶろく研究大会」では、上位入賞者の顔ぶれは毎年あまり変わらない。今年は北近畿で開催され14社が入賞したが、そのうちの9社

は前年、もしくは前々年にも入賞している。今回出品したのが64社であり、大半はまったく入賞していない。旨いまいは好みであるが、コンテストに出品されたものを飲み比べてみれば、実力の差はハッキリと出る。

実はこの2つの課題はつながっている。地域内に多数のどぶろく生産者が誕生して、お互いに情報交換し、製造技術を切磋琢磨すれば品質は確実にアップする。これは新潟、山形、佐賀、福島など清酒の品質評価を急速に高めた地域に共通したことであり、内外のワイン産地でも同様の事例をあげるの容易だ。原料と



極めて小規模なビール醸造所を併設した飲食店(東京都杉並区)。まちのビール屋として近隣住民で賑わう



なる米づくりにも関心が向くだろう。あらゆる酒は良質な原料(どぶろくならば米と水と麴)と優れた技術と使いやすい設備・道具によって生まれるからだ。どうしたらおいしいどぶろくができる米をつくれるか、と言ったら大げさかもしれないが、シンプルな酒だから原料の良し悪しは酒にストレートに出てくる。

おいしいどぶろくをつくる生産者が10軒以上地域内に集中していれば、自家消費や贈答など地元消費も増え、どぶろく巡りをする観光客も出てくる。観光客は酒を飲むのであるから、巡回バスやタクシーの利用が必要になり、酒販店や料飲店はこそつてどぶろくを売るようになる。地域活性化とはこのようなことを言うのではないか。

ただ、これを特区の制約のなかで実現するのは難しい。なぜならば個々の事業者への負担が大きすぎるからである。醸造設備の初期投資は小さくなく、酒税の納税に伴う煩雑な事務、販売やピアー活動を進めるのは容易ではない。特区制度のなかでの小規模展開で手ごたえが得られたならば、本免許に切り替えて原料米を自社製造のものに限るとした制約を取り払う。そしてこの酒造免許のもとで、どぶろくをつくりたい者が自由につくれるようにするのである。冷蔵什器や蒸器などの大型の醸造設備は共用し、仕込みタンクはおのおの持ち込む

で好きな米でどぶろくをつくり、酒税関連の事務もまとめておこなう。酒類の販売免許は比較的容易に取得できるから、小売するならば免許申請すればよい。飲食店で提供するだけならば販売免許は不要だから、自分でつくつたどぶろくをメーカーから仕入れる形にすれば何も手続きは必要ない。

どぶろく特区の本来の主旨は既存業者に特権を与えようというものではない。地域の魅力をつくり、活力あふれる町にするための特区制度である。原点到ち返り、特区制度を超えて発展するどぶろく産地の誕生を期待したい。



第10回どぶろく研究大会北近畿大会で入賞したどぶろく農家の皆さん。大半は毎年入賞する実力派