

地域産業

代々、磨き続けてきた技がある。芽を出そうとしているビジネスがある。それぞれの強みを融合させた先に、次代の宇佐市を担う産業や特産品が生まれはしないか―。われわれの世代なら手をつなぐことができる。慣習や業種の壁をしなやかに飛び越える若いリーダーたちが、地域活性化の“次の一手”を語った。



異業種、若者が手をつないで

ドジョウをビジネス化

糸永 この分科会では、宇佐ならではの資源を生かしたもののづくりについて、議論を深めています。これから守り、育て、次世代につなげていく産業の方向性を導き出せればと思っています。それぞれの取り組みを紹介してください。

川野 大分県の経済や産業の経営動向を研究し、地場企業への助言、企業の地域貢献やまちづくりのお手伝いなどをさせていただいています。現在、大分大学と共同で創業100年以上の企業を対象に、長く続く企業の秘訣（ひけつ）などを調査しています。

日高 ドジョウの養殖の研究は江戸時代から行われていました。どこにでもいるから簡単のように思われますが、育てるのはとても大変。ビジネスにした例はなかったんですが、県が力を入れており、市場は小さいが、挑戦しました。技術的な課題を解決して生産も安定し、東京の老舗料亭からも注文が来るようになりました。（ピニール袋の中で泳ぐ生きたドジョウを見せながら）野田首相の登場ですっかり有名になって。大分県は海の魚がおいしいので、ドジョウはげてもの扱いされるんですが、ぜひ食べてみてください。

吉田 豚肉の代わりにドジョウを炒めて汁に入れると、すごくおいしいんですよ。

日高 いまだにドジョウの食文化が残っているのは、九州では珍しいです。

久保 宇佐市はおふくろの実家で、私は15年くらい前から住んでいます。会社は1789年創業。35年くらい前までは日本酒だけを作っていたんですが、4年前から経営革新で麦焼酎の製

造を始めました。今は地元の裸麦を使って焼酎造っています。

吉田 幼いころから剣道をしていて、柳ヶ浦高校では寮に入っていました。石材業は3K（きつい・汚い・危険）中の3Kという仕事。厳しかった寮生活が今の自分の力になっています。長洲地区は初盆行事が盛んで、競って大きなお墓を建てる文化があり、そのおかげで仕事が増えています。墓石も中国製品に押され気味ですが、うちは福岡県で原石を買い付け、加工、掘え付けまで一貫してやっています。

竹本 宇佐市地域雇用創造協議会の事務局として、人材の育成や特産品の開発などに取り組んでいます。宇佐市は他県での認知度が低いので、福岡県のマリノアシティの「九州のムラ市場」で、市の特産品のPRをしたり、生の声を聞くためにモニター募集などもしています。

一晩で全滅したことも

糸永 それでは、宇佐市の地域産業をより良いものにしていくための課題を考えていきたいですね。皆さんのこれまでのご苦労などをお聞かせください。日高さんは脱サラをしてから起業されましたが、設備投資の資金調達などが大変だったとか。

日高 大学は水産系で、魚の養殖の研究もしていたので、いろいろ分かっているつもりでした。でも現実は一晩で水槽のドジョウを全滅させたり、担保など元手がなければ、金融機関の融資も門前払いと厳しかったんです。ただ、絶対に売れるという確信だけはありました。最終的には県の制度や市町村合併時の活力対策事業などで資金のめどが付き、生産も軌道に乗りました。（泥を使わない）養殖の生産量はうちが日本一で

ですが、地元ではあまり食べられていないし、そもそも知られていません。地域で本当に食べられてるものでないと誇れません。

糸永 光熱費もけっこう掛かって大変だったと聞きました。

日高 寒さに弱い魚なので温度管理が大変。最初はボイラーでやっていましたが、灯油の高騰で難しくなりました。大分県だから掘れば出るだろうと、温泉を掘ってみたら本当に出ました。それで燃料代が助かりました。

まねできるものは駄目

糸永 誰もやっていなかったことを事業化したり、地元の温泉資源を使うという目の付けところは参考になりますね。

川野 地域資源をうまく使う方法は二つ。今あるものをいかに活用するか、もしくはまったく誰も気づいていないものに目を付けるかです。他者がまねできるものは駄目。温泉で育てたドジョウ！と言うイメージがよいように、地域資源をミックスしていく中でオリジナルが生まれます。例えば焼酎とドジョウとか、どうでしょうか。

久保 「地元の食材には、地元の酒が合う」という取り組みは始めています。昨年は東京の「坐来大分」で、宇佐市の食材でコース料理を作ってもらいました。

県のバックアップで、椿山荘でも宇佐からあげなどを持ち寄ってイベントをしました。自分で作って、自分で売るのは難しいですが、いろんな人とつながれば、相乗効果があると分かってきました。

竹本 生産者が作りたいものの販路開拓を支援するの、行政の役割と考えています。

吉田 石はコラボが難しいな。うちも岐路があって、「安い中国産を使うな」というおやじと、

毎晩けんかをしていた時期がありました。その時は目先の売り上げだけを見ていたんです。国産の石は値段が高いが、変色しないし長持ちする。今では「吉田は高いが、仕事は間違いない」と言ってもらえるんです。おやじは職人かたぎで発信が下手でしたが、こだわりを持ってものづくりをしていることを発信していかなければ。

日高 ドジョウも安い中国産を使うとか、一時的にもうけるやり方はあっても、それでは品質が安定しません。僕は初代なので、自分が死んだ後も100年後にうちがあるかどうかを考えて仕事しないと、お客さんに長い付き合いをしてもらえません。

宇佐ブランドへ勉強会

川野 県内には100年以上続く企業が350社ぐらいますが、共通しているのは、丁寧な仕事をして、お客さんが第一という経営理念。それから地域貢献です。

吉田 市内には組合はないんですが、一緒に技術の勉強会などをして墓石の宇佐ブランドをつくらうという話があります。市外や県外の業者が「宇佐の石屋はすごい、宇佐ブランドには勝てん」と、宇佐にはお墓を建てに來られないくらい、業界を盛り立てていくこと。

糸永 同業者が同じ方向を目指すことで商圏が広がり、地域産業として伸びる可能性が生まれます。

久保 県内では宇佐市が一番酒蔵が多い。大分麦焼酎はありますが、「宇佐麦焼酎」といった宇佐ブランドをつくるのが夢ですね。それぞれの進み道はありますが、技術を教え合ったり、宇佐のお酒を盛り上げるために何かしようという方向性は持っています。

「共創」と「競創」の時代に

川野 これからは勝ち負けを決める競争ではなく、共につくりだす「共創」と、切磋琢磨（せっさたくま）してつくる「競創」の時代。黒川温泉や米水津の干物がいい例ではないでしょうか。地域全体を巻き込みつつ、それぞれがイノベーションをやったり、各自が競い合いながら作ることで地域産業として成り立っています。異業種との連携で業界に“化学反応”を起こし、イノベーションをしたり、新しい市場や商品のためにネットワークをつくることも大切です。

竹本 協議会では米粉を使ったお菓子の開発に取り組んでいます。米を作る人、加工する人、パッケージのデザインをする人。一つの業種だけがもうけようではなく、全体を押し上げることができたらいいと思います。

糸永 地域資源の商品化は、いろいろな立場の人が手をつないでこそ実現できます。

吉田 会議前のアンケートを書きながら、地元の良さを忘れてるんじゃないかと思いました。昔から愛されてきたものを、もう一度掘り起こす。他県で食事をするときは、宇佐の酒や食べ物でPRする。みんなが、自分が「宇佐の宣伝マン」という意識を持つと、もっと宇佐市が盛り上がるんじゃないでしょうか。

竹本 商店の販売方法にも改善が必要です。賞味期限が近い商品は「味見用で」と、おまけにできたりすると、イメージはアップすると思います。

「村を丸ごとPR」で成功

吉田 なかなか、長いスパンでの仕事のイメージを描き切れていません。3年先、5年先のために今何をするか。みんなが夢を描ければ動いていけますよね。

川野 ブランドはすぐにはできるものじゃありません。ユズを使った特産品で知られる高知県の馬路村では、1億円を売り上げるまでに、7、8年間かかったそうです。その後は右肩上がりで40億円に達しています。信念を持って、あきらめずに続けていくことが大切です。

吉田 売り上げが上がるきっかけがあったんですか。

川野 ローカルCMやデパートの催事への出店などを続けたそうです。そして、ゆずドリンク「ごっくん馬路村」を使って、村を丸ごとPRする戦略が成功しました。村の人口が1200人、年間観光客はその5倍来るとか。

日高 馬路村は農協が頑張ったようで。山奥の小さな村が、すごいんですね。

「小さな日本一」目指そう

竹本 宇佐市では、特産品を組み合わせた商品のアイデアが話し合われているところです。

久保 ウサチカラ創造塾の取り組みです。いろいろな職種の人がいるんですが、お酒とかゆずのこととか、市の特産品をカタログ販売しようという話が進んでいるところじゃないですかね。

糸永 コラボで特産品を作るときは、外部の視点も大事になってくると思います。

川野 外部の視点は大切です。自分たちには見えない、知らないものに価値があるかもしれない。県外に出てみる人、宇佐のことが好きな人たちの声はヒトになるんじゃないでしょうか。

吉田 宇佐のお土産として、持っていけるものができたらいいと思います。

糸永 事前のアンケートで印象に残っている言葉があります。日高さんは「それぞれが小さな日本一を目指すことが、地域産業の発展につながる」という趣旨のことを書いていました。

日高 「日本一」と言うのはすごいセールスポイントで、地域を売り込む商材になります。それが増えれば、地域の元気になると思うんです。

吉田 実は、長洲の共同墓地の規模は日本一というんです。でも、そういうのを見ようと人が来ても、次に訪れる所がありません。食事どころとか。

久保 県外のお得意さんが来て酒蔵を見てもらっても、泊まるとなると「別府の温泉に行こうか」となってしまう。昼ご飯を食べる所など、「受け皿」も考えていかないと。

川野 地域の資源をまだうまく生かし切れていない面がありそうです。

吉田 目玉も欲しいですね。津久見市に行ったら、ある店のマグロステーキに度肝を抜かれました。料理の完成度も高く、地元企業の接待客も皆同じものを頼んでいました。「あそこなら間違いない」と薦められるものが宇佐市から欲しいですね。

糸永 これまでの話から、若い世代に交代していく中で、横の連携が生まれ、宇佐ブランドをつくるのが大切じゃないかという意識が生まれたことが分かりました。地域内の産品でしかなかったものが、全国から注目を集める存在になる可能性もあります。「小さな日本一」を目指すという視点を持つことも必要かもしれません。人材育成についてはどうですか。後継者の育成とか。



コーディネーター
大分合同新聞記者
糸永健太郎

外部の人材活用も必要

吉田 青年部では部員に考えを言ってもらって、まず実行してもらっています。青年部主催の剣道大会を8年くらいやっていますが、剣道連盟以外が主催しているのは珍しいんです。今年は福岡からもチームが来ます。ユニークな入場行進も取り入れていて、「宇佐の剣道大会はすごい」と、評判になってきたようです。

日高 いろいろいいものを作っても、売り方で違ってくる。営業やマーケティングの人材を育てていく必要があると思います。行政にも頑張ってもらいましょう。産業は育てるのに時間がかかります。担当が代わったら終わりじゃなくて、長い目であきらめずに支援してもらえないかなと。

川野 市役所の人たちにも、宇佐を盛り上げていくんだという共通のベクトルがいるんでしょうね。最後は人ですから。

糸永 少子化が進んでいくと、地域の人材にも限りがあります。外から優秀な人を入れていく状況も出てきそうですね。「よそんじ」の話は聞かんではなく、外部の人を活用できる地域が生き残っていくんじゃないかと思います。

吉田 柔軟さや横のつながりがある自分たちの世代なら、できると思うんです。わが子には地元においてほしいので、魅力ある地域をつくってきたいですね。長洲の火花大会も何とか守っていきたい。

久保 この場に備えて、地域のことをいろいろ調べたら、宇佐にはいいものたくさんあるんですね。もう「宇佐には何もなしよ」とは言えませんが。

糸永 「うちの地域には、これがある、あれがある」と誇らしげに語る人がいると、地域は元気に感じられます。

吉田 日高さんと知り合ってからドジョウを食べてみようという話です。

川野 作り手の思いを聞くと、他の人にも薦められるようになりますね。まずは自分の足元を見詰め直すことからです。

ではと全国の祭事とタイアップして行っています。これまでに延べ125万人が参加し、活動が広がってきているのを感じます。

荷宮 どんな地域でもそうだと思いますが、全体の6から7割は関心がないんです。無関心の人を引っ張るには、抽象的なことだと動かないから、「ゴミを拾いましょう」とか具体的なことを言ってみよう、と一歩動いてもらわないと。

柴田 主体的に参加してもらったために、いかに興味を持ってもらい、続けていくかが難しいところですね。

荷宮 イモリ谷は54戸のうち8戸が1タインなんです。納豆を作っているのは東京から来た30代の若者。それに人生のデザインみたいなのがあってと思うんですが、彼の中ではイモリ谷に来て、ここで過ごす人生もOKだったということ。若い人がそう思ってくれるなら、イモリ谷も結構おもしろいかな。

ろいかな。次の代をいかにその気にさせるかが大事です。

糸永 それぞれの立場で、環境を未来につなぐ活動をされているんですね。思い描く未来を語ってください。

柴田 企業はお客さまがあつて成り立ち、地域の方と一緒にすることで共存できます。社会貢献活動を当たり前に考える社員であり、会社になっていくように続けていきたいですね。みんな同じような気持ちになってやっていければと思います。

荷宮 「あなた方がここに住んでいる」とはいえ、ここだと言えない村にしたいですね。それには村に生きるバランス感覚が必要。村の延命措置を図りつつ、その間に根本的なことを考えよう、と、今大学生と一緒にやって地域活性化のプロジェクトをしています。そのうち学生からいい提案をもたらして何とかが大逆転をしたいな笑。



荷宮英二氏
Eiji Nimiya

1958年、宇佐市安心院松本（通称イモリ谷）生まれ。松本イモリ谷音楽分事務所局長として自然を生かした地域活性化に取り組む。趣味は登山、日本一小さなワイナリーの理事も務める。今年のワインの出来が気になるこのごろ。

撮影地／宇佐市安心院町松本（イモリ谷）



「取り組んでいる活動や地域への思いをお聞かせください。」

柴田 自然由来の物を使っている企業として、J-Tでは環境保全といった社会貢献活動に力を入れています。環境保全団体への支援、植林活動（J-Tの森）、ひろえは街が好きな運動（ひろまら）などに取り組んでいます。荷宮さんはイモリ谷でいろいろな活動をされているんですね。

荷宮 農業者なんですが、農業を取り巻くツーリズムや加工、地域おこしもしています。稲穂が秋になって垂れるというのは、農家が植え付けをする

から、農家の営みがなくなったらあの景色はないんです。もうやめたと思いが思ってしまったらその村は崩壊してしまう。1人でも「何とかしなければ」という人がいないと。そこにJ-Tさんなど企業が関わってもらうことで、側面から支援してくれたらありがたいですね。

糸永 活動を継続するのは大変だと思いますが、工夫はありますか？

柴田 活動する上で、人を巻き込むのが一番大事なこと。それができれば、おのずとサイクルで回っていく気がします。例えばひろまらには「ゴミ拾いも社会的な運動で取り組みは違つ

柴田 真氏
Makoto Shibata

1960年、静岡県浜松市生まれ。82年、日本専売公社（現J-T）入り。営業推進部長などを経て、2010年から熊本支店長として初めて九州勤務。趣味は野球。息子の所属する少年野球チームの監督を10年間務めた。



企画・制作／大分合同新聞社ビジネスコミュニケーション本部