宇佐市

総括会議

ハピカム

ミライデザイン会議

大分合同新聞社が、次代を担う若手リーダーと共に地域の未来について考える未来デザイン会議「ハピカム」宇佐市編が10月22日、同市辛島の宇佐商工会議所で開かれた。「農業」「地域産業」「観光」の3分科会を取りまとめる総括会議の議論は熱を帯びた。各分科会の共通項は、宇佐の人たちが宇佐の良さに気付いていないということと、「宇佐ブランド」を創り上げたいという思いだった。旅行業や流通業界の視点から具体的なアドバイスもあり、議論は深みを増した。宇佐、安心院、院内が合併した宇佐市は、米麦などで県内最大の穀倉地帯を抱え、宇佐市営やグリーンツーリズム、焼酎などの酒造会社といった全国に誇る強みを持つ。「それぞれの素材が豊かで過ぎて、構並びになっている感じがする。どうメリハリを付けるかが大事です」と総合アドバイザーの中野伸哉さんは、トップブランドになり得る素材は枚挙にいとまがない。素材磨きと同業・異業種間交流、6次産業化などを組み合わせて全国に発信する宇佐ブランドづくりを進める機運が高まった。

■ウェブ　http://www.oita-press.co.jp
■スマートフォン　http://www.oita-press.co.jp/h-come/

主催／大分合同新聞社　共催／宇佐市　宇佐商工会議所　宇佐両商工会
特別協賛／大分銀行　協賛／(株)ＮＴＴドコモ九州支社大分支店　三和酒類(株)　日本たばこ産業(株)熊本支店

スタミナ 粘り 双葉山イズムで

6次産業化へ戦略必要

田中　3分科会とも最初から議論が白熱しました。さすがは各分野の第一線で活躍されている皆さんです。各分科会でどのような話がされたのか、代表者にお話をいただきます。

安部　農業は、宇佐市が力を入れる6次産業化がテーマでした。6次産業化とは、農産物の生産者が加工・流通・販売にも主体的に関わっていく試みです。生産者の作った商品がどうしたらマーケットに受け入れられるのか、方向性をどう見いだすのか、方策として出てきたのが、地域全体の統一ブランドを確立する必要があるということでした。どういった商品でどんな特徴があるのか、品質にも統一規格を設け、お客さまに商品の良さを直接伝える。作った人間の顔も見えるような販売をするなど、6次産業化に踏み込む必要があります。そうなると、商品を売っている3次産業の方の意見を踏まえてパッケージを作る必要もあるでしょう。私たちはまだ商品を作ることに一生懸命で、その先に踏み込めていません。これからは販売戦略、ブランド戦略が必要です。もう一つテーマとして挙がったのが中山間地を中心に荒廃地が増えていることです。農地が荒廃すると イノシシやシカの被害が増え、周囲の健全な農地まで荒廃させます。荒廃地をいかに解消するのか、適地適作でいかにきちっとした作物を作るのかが、安定したブランド化、6次産業化に結びつきます。商品をきちんと作るためには、農地の再開発が必要という意見も出ました。ただ土地がかってもそれが使えるかどうかは、宇佐市の視点が大切です。面白かったのは、ドジョウを生産する日高さんの話でした。数年前に燃料高騰のため、年間1000万円近い燃料費が掛かった。温度調整に燃料費にこれだけ掛かると経営が厳しくなる。そこで、大分は温泉が有名なので掘ったら温泉が出た。燃料費が浮き、温泉水で育てたブランドドジョウを売り出すことができたという話です。個々の企業が自分の仕事にプライドを持ち、問題いのないものをつくる。ものづくりに全力を注ぐことが宇佐ブランドにつながるはずです。

植田　最初に、観光は目的ではなく手段だという話になりました。目的はいろいろありますが、思いもばらばらで、実際に宇佐にはいいところはたくさんあっても、地元の人がそれを知りませんでした。いいところに気付いた人が地元の人に対して、外部の人に対して情報発信していくことが大事です。また、一度だけでなく、続けること。お客さんが行ってみたいなと思わせる宣伝力、商品化も求められています。実績のあるグリーンツーリズムをきっかけに、宇佐全体を回遊する観光を一という提案もありました。実際、市役所には いろいろな体験メニューを載せたパンフレットがあると、商工会ではイベント、お見合いパーティーなどもあります。しかし、どれも単体で、つながっていません。地元を個々よく巻き込み、回遊性を持たせることが宇佐観光に必要でしょう。観光のポイントは大ですし、最終的にはよそから来た人に宇佐のいいところを知ってもらい、地元の人にも知ってもらい、住んで気持ちのいいまちになることが大切です。そのために は、忙しい部会の人が長期で休みが取れるノウハウ法の制定が必要という話にもなりました。

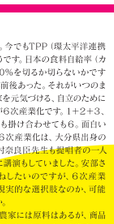
ブランド化へ知恵絞って

田中　各分科会では、いろんな課題が見えてきました。共通するのは長く住んでいた地元の良さに気付いていないということしょうか。もう一つが宇佐のブランド化を図るということです。宇佐でつくられたものは宇佐の冠ではっきりさせたらよいのかなと思います。

総括コーディネーター
Ryu Tahaka
田中滝
大分市、47歳。1991年大分合同新聞社入社。社会部、宇佐支局、経済部、政治部、同部長を経て報道部長。宇佐の農村風景に心和む。

清水　生産者と市売業者の間にはどうしてもずれがあります。生産者はいろのづくりをしたいという思いが強いですし、小売業は売りたい、売れるものが欲しい。私たちは販売連動と言っていますが、販売と商品開発を一体化して進めます。ただ、作ったはいいが売れない。仕入れたはいいが、品質が駄目ではお話になりません。今後、生産者と小売業が手を握らなければなりません。いい商品でも間口を広げていく必要もあります。客層の拡大です。一部の年齢層にしか買われていない商品が見受けられる。老年層しか売れない商品は、どう若年層に広げるか、道もそうです。一緒に商品を作ることでリスクを減らしますし、しっかりした生産計画の中で、小売業から買い取りの話も出てくるでしょう。そうすると、生産者も年間計画が立てやすいのではないでしょうか。

田中　いい物を作ってロコミで評判が広がれば、いずれ活路が開けますよね。問題は気力がどこまで続くかでしょう。大銀経済研究所の川野さん、渋沢栄一の「論語と算盤（そろばん）」が愛読書ということですが、企業の経営理念の中では地域貢献が大事との部分に共感されるとか、地域産業が長く続く上で何が鍵なのでしょう。



農業／アドバイザー
Masami Kiyosui
清杉将実 さん
佐伯市出身、37歳。1997年ダイエーコンビニエンスシステムズ（現ローソン）入社。2011年からローソン大分支店長。

連携すればリスク減少

田中　なぜ、6次産業化なのかですが、原料の段階では高い価格が付かないので、手間取りけて付加価値を高め、売る。高い所得が得られれば意欲が高まり農業の拡大再生産にもつながるという発想です。やれるところはやれるが、やれないという現実もある。やれない最大の理由は、資金やノウハウがこだわります。甘酒作りの経験や社会的仕組みで安部さんはこの意見がありますか。

農業／若手リーダー
Yui Abe
安部祐二 さん
宇佐市北宇佐、40歳。百姓和楽代表。観光ブドウ園と脱作物型七穂園。2008年から甘酒の販売を手掛ける。今年、甘酒の粕米化に成功。

安部　私は米の生産者ですが、以前から甘酒工場を持って加工まで手掛けたいという思いがありました。しかし、工場の建設・維持、雇用、費用の問題が出てきます。新しいことを始めようとすると、それなりの資金が必要です。私は様のアドバイスをもらいながら、加工は専門のノウハウを持つ業者に委託しました。そうすると、一つから投資を必要なく入りやすかったですね。ある程度収益が上がってきたら、温泉でドジョウを育てている話も楽しく聞かせてもらいました。ドジョウのついでに、宇佐で有名なのは、スッポン、ハモ、ジネンジョが多かった。共通項は元気が出る、スタミナがつく食材ですね。言葉のニュアンスでいくと、粘り、つかみどころがないというカテゴリーもある。すると、双葉山のスタミナ、元気のもと、十依際の粘り腰、そういう表現もできたら面白いでしょう。今回、種々雑多に出てきたキーワードを、どこをつなげてどこを引っ込め、メリハリを付け、どういう話にしていくのか、お互いに時間を使いながら継続的に話すとすごく面白いですよ。

生産者に大きなメリット

田中　ありがとうございました。各論に入りますが、まず農業から。農業というのはいつも政治の一番の話題です。今でもTPP（環太平洋連携協定）の交渉がそうです。日本の食料自給率（カロリーベース）は40%を切るが切らないかですが、40年前は70%前後あった、それがいつのまにか下がった。農家を元気づける、自立のために注目されているのが6次産業化です。1+2+3、1×2×3と足しても掛け合わせても6。面白い言葉遊びですね。6次産業化は、大分県出身の東大名誉教授、今村奈良臣先生も提唱者の一人で、大分でも熱心に講演もしていました。安部さんにちょっと お母さんもいたのですが、6次産業化は農家にとって現実的な選択肢なのか、可能性を感じていますか。

安部　これまで農業には原料はあるが、商品にする加工技術がありませんでした。連携することによって加工、販売ができるようになりました。1次生産は大量にできるので一人一人のお客さんの声を聴いたりするのは難しい、農協への出荷だと、マーケットへの供給方法も制定される。6次産業化すれば、自分で手掛けた商品を地元で販売でき、お客さんの声も聞ける。生産者側には大きなメリットですし、やる気も出ます。付加価値のある生産品なのでプラスαの収入にもつながります。私は甘酒を作っていますが、協業する人が出てきてそれぞれが生産者として頑張っていけば市場も大きくなります。将来性は十分に感じています。

連携でブランド化

田中　地域産業の分科会で出た二つの「きょうそう」はどんな「きょうそう」なのですか。

吉田　一つがお互いに共通の目的に向かって努力する「共創」。もう一つが切磋琢磨（せっさたくま）して競い合う「競創」です。個人企業だと限界が見えます。私は石材店を営んでいますが、宇佐の同業者が手を握り合い、お互いの技術向上のために勉強会を開き、宇佐市の石屋さんはすごいと宇佐市民誇りを感じてもらうようになりたいです。異業種でも、例えばドジョウと焼酎をセットにしてコラボ販売しようという話も出ました。先に意見交換したいところを引き出せる。自信ではなく、お互いの技術を向上させ、競い合い、足 に伸びる。そうすると相乗効果も生まれてくるでしょう。

田中　「共創」、あるいは「競創」は新しい概念ですね。今、それがいろんな分野で起きています。遠くの話で恐縮ですが、東京・銀座では、三越と松屋という隣り合う二大百貨店が、これまでは互いに客を取り合っていましたが、互いに協力して誘客に取り組んでいるようです。実は敵は近くの有楽町駅前だったり、東京駅周辺だったりします。けんかをしている場合ではなくなったのです。一人だけで立ち向かうには限界があります。吉田さんの業界でもそういうことが起きていますか。

吉田　私たちの世代が集まればいい方向に向かうと思いますが、世代交代が終わっていないところは難しいです。宇佐にはまだ石材関係の組合がない。私は大分市の全国組織に入っていて、組織は、工場見学や技術向上の会議、県外の優れた業者に出向いて勉強会も開いています。宇佐の地に他から来る業者を締め出すのではなく、お客さんが宇佐の石屋さんなら絶対に間違いないと意識付けをすることが大事で、そうすれば商売も成り立つのではと。

理念変えず、変化に対応

田中　連携するということは、互いが手の内をさらけ出すということ。商売をしている人にとって死活問題です。それでもやっていかなければならりませんが、どうしてできないのか。そこをクリアしない限りは実現できないことですよね。

吉田　隣く関係で言うと、中国製品が入ってきています。同じ物だと価格競争にかなりません。うちのメーカ2社国産で福岡県行橋市から仕入れています。製造販売加工、すべて一手にやっています。そんな会業は県北にはないし、九州でも数社しかありませんし、しかし、よその石材店も機械がないわけではありません。仕事を回そうとすれば回すことができます。技術面の行き詰まりがあれば、勉強会を開いてレベルを上げればいい、実際に県外の業者が入ってきて相場の値崩しもやられています。自分たちの仕事に自信があれば仕事は紹介できます。お客さんが口コミで宇佐の石材店を紹介してもらえれば それがいち番いいことです。

田中　いい物を作ってロコミで評判が広がれば、いずれ活路が開けますよね。問題は気力がどこまで続くかでしょう。大銀経済研究所の川野さん、渋沢栄一の「論語と算盤（そろばん）」が愛読書ということですが、企業の経営理念の中では地域貢献が大事との部分に共感されるとか、地域産業が長く続く上で何が鍵なのでしょう。

地域産業／アドバイザー
Kiyotsuke Kawano
川野恭輔 さん
大分市、41歳。1993年大分銀行に入行。2000年大銀経済経営研究所へ出向。現在は同研究所主席研究員。長寿企業の経営戦略について研究している。

川野　私たちは大分大学と共同で100年以上続いている結肉企業の経営戦略を調査しています。浮かび上がったキーワード は「お客さま第一」「従業員を大切に」「後継者の育成」「伝統と革新」。理念、信念は変えず、時代、環境の変化に対応し、革新していく、そのバランスが大切です。自社だけもうかるのではなく、地域全体を底上げする、企業は地域に支えられているという発想です。地域を盛っていく、地域に根を張っていく企業は、企業理念に地域社会という言葉を入れています。きょうは地域産業のアドバイザーでしたが、皆さんが宇佐という地域のために頑張ろうという気持ちが伝わってきました。

みんなが宣伝大使に

田中　地域産業の分科会では、一人一人が観光大使や宣伝大使になろうという話が出ました。それぞれが互いに製品を評価し合い、いい物を外に広めていく、実業界で活躍している人や宇佐にゆかりある人に大使をお願いすることも大事でしょう。

吉田　商工会議所青年部の会長をしているので、県外に出る機会も多く、いろんな所で食事をします。そして、宇佐の焼酎があるか確認しています。なければ宇佐の良さをPRしてきます。みんなが宣伝大使になれば宇佐の認知度も上がります。仕事でも、食べる、寝るが先にきて、昼には二の次、三の次、宇佐に足なければ、昼有の商売にも響きますから。ただ、アピールできるものがないと自信をもって紹介できない。何かあるのかと問われると、一番は宇佐神宮でしょう。それ以外にも素晴らしいものがいっぱいありますが、私も38年間生きてきて知らないことばかり。ドジョウの生産者の思いを聞いただけで食べてみたいと思いましたし、そういったものが発信できる機会、場面が欲しいです。自分たちも宇佐をアピールして、来てもらえるまちづくりができます。

先人の発想を壊す勇気も必要

口コミは大事な宣伝手段

田中　企業には大いにがんばってほしいが、原点は地域に生かされているということです。観光の世界もまさにそのものです。双葉山の存在も、もし自腹が69連勝に達る連勝記録をつくらなければ風化したかもしれません。観光は宇佐にとって成長産業です。グリーンツーリズムは温泉、手探りの中で、おばあちゃんたちがイタリアやドイツの取り組みを見て気付き、模索して今日に至りました。十数年たち、今や日本で一番知られているまです。グリーンツーリズムを長年やって、安心院はどう変わりましたか。

植田　最も喜ばれるのが、中心部ではなく山です。お年寄りも、ただ住んでいなくて、地元の人も行かない田畑に子どもたちの声がする。農家にも喜ばれるし、実際に収入だけでなく、お盆は結び内の温泉、肉魚はスーパーで買うし、修学旅行だと お土産も売れます。人が来ると農業だけでなく地元にも大きな効果があるでしょう。これまでは農村での農業体験メインでしたが、6月には結び宇佐市で農業体験プログラムも組むことができました。合宿の成果ですね。宣伝の話をしていましたが、口コミの力は大きく、修学旅行もそうです。今度決まった学校の先生に、なぜ安心院を選んだのかと聞いたところ、隣の町の先生がいろいろ言ったからと言っていました。お金を掛けた宣伝はできませんが、口コミは大事な宣伝です。出かけることを大切に、出会いとさを知ってもらい、良さが分かってもらえたらいいですね。

観光／若手リーダー
Junko Ueda
植田淳子 さん
宇佐市安心院町、32歳。大学院在学中。農村社会学の研究で安心院を結れた縁でNPO法人安心院町グリーンツーリズム研究会事務局員に。

村岡　分からないというのが現実です。ただ、間違いなく言えるのは「人」が登場しないということ。私も修復ツアーに参加しましたが、何が良かったかと言えば、修復したことではなく、そこで話を聞けたことです。修復を通して歴史が分かったし、今後は人が登場することが欠かせません。6次産業化の話が出ていますが、熱心に作っている人がいる、熱意を持っている人がいる。そういう人がいっぱいらっしゃいませという気持ちが持てるのかということです。他のエリアとの差別化にもなります。宇佐には関連いなく十分な素材があります。見せ方、つなぎ方、農商工連携が今後の課題で、どのように人を登場させるかがポイントでしょう。

観光／アドバイザー
Shuji Muraoka
村岡修治 さん
熊本県出身、48歳。JTB九州大分支店長。1987年に日本交通公社（現JTB）入社。熊本支店、九州本社、海外旅行部など経て大分は2回目の勤務。

地元の料理も楽しみに

田中　観光客の多くは遠くから来ます。大分県内の他地域や福岡、熊本隣県との連携も欠かせません。

村岡　JTBでは「豊の国千年ロマン均」として、小倉から田東などの見所を学び、別府、大分まで走る500円のワンコインバスを11月3日から運行させています。九州の観光は新幹線開通で福岡、熊本、鹿児島が注目されていますが、大分にも多くのお客さまに来てもらわなければなりません。来年3月まで運行しますが、単なるシャトルバスではありません。午前中にバスに乗り、宇佐、国東のいいところを体験してもらい、別府に泊まる。次の日、もう一度国東の見所を通って小倉に戻ってもらいます。大分の観光の起爆剤になればと思っています。観光に対する意識とおもてなしの気持ちの醸成になればと考えています。

田中　九州新幹線が全通した直後、あるテレビ局が大阪の街頭で買い物客にインタビューをしていました。新幹線でどこに行きたいかという問いに大抵の人は湯布院、別府と答えていました。新幹線沿線ではないのですが、関西の人の抱くイメージはそんなものなのかなと思いました。旅行はいろんなことを体験して複合的な思い出になります。特に大事なのは食べ物。においや宮の修復を公開したところ、県外から思いがけずたくさんの人が来ました。教育委員会は受け入れに大変だったというこれは話もあります。かつての観光といえば、温泉に入り、その土地のものを食べることが中心でしたが、最近は単純にニーズが変わってきました。これからは何が観光資源、売り出すきっかけになりますか。

村岡　分からないというのが現実です。ただ、間違いなく言えるのは「人」が登場しないということ。私も修復ツアーに参加しましたが、何が良かったかと言えば、修復したことではなく、そこで話を聞けたことです。修復を通して歴史が分かったし、今後は人が登場することが欠かせません。6次産業化の話が出ていますが、熱心に作っている人がいる、熱意を持っている人がいる。そういう人がいっぱいらっしゃいませという気持ちが持てるのかということです。他のエリアとの差別化にもなります。宇佐には関連いなく十分な素材があります。見せ方、つなぎ方、農商工連携が今後の課題で、どのように人を登場させるかがポイントでしょう。

地元の料理も楽しみに

田中　観光客の多くは遠くから来ます。大分県内の他地域や福岡、熊本隣県との連携も欠かせません。

村岡　JTBでは「豊の国千年ロマン均」として、小倉から国東などの見所を学び、別府、大分まで走る500円のワンコインバスを11月3日から運行させています。九州の観光は新幹線開通で福岡、熊本、鹿児島が注目されていますが、大分にも多くのお客さまに来てもらわなければなりません。来年3月まで運行しますが、単なるシャトルバスではありません。午前中にバスに乗り、宇佐、国東のいいところを体験してもらい、別府に泊まる。次の日、もう一度国東の見所を通って小倉に戻ってもらいます。大分の観光の起爆剤になればと思っています。観光に対する意識とおもてなしの気持ちの醸成になればと考えています。

田中　九州新幹線が全通した直後、あるテレビ局が大阪の街頭で買い物客にインタビューをしていました。新幹線でどこに行きたいかという問いに大抵の人は湯布院、別府と答えていました。新幹線沿線ではないのですが、関西の人の抱くイメージはそんなものなのかなと思いました。旅行はいろんなことを体験して複合的な思い出になります。特に大事なのは食べ物。においや元料理の記憶をもう一度取り戻そうと、70歳のおばあさんが80、90歳のお母さんに聞いて作ったという話も聞くようになりました。そんな料理を楽しみに訪れる人も多いですね。

構並びでなく強弱つけて

田中　宇佐は由の幸も海の幸もいい。売り出し方によってはリピートしてもらうだけの資源はあります。安部さん、宇佐はお米がおいしいですよね。

安部　そうですね。自信をもってお薦めできる無農薬で成功していく農家もいます。最近はトレーサビリティー（生産履歴）もあり、消費者の視点から素性をもと、共感を得て、広がっていくという動きを大切にしなければなりません。

田中　中野さん、今までの議論を聞いて、感じたことはありますか。

中野　まず、宇佐の特徴は豊かであるということです。豊かな故に何でもあります。そこも問題で、物事を表現するときには メリハリ、強弱が必要で、構並びに埋し出すのは駄目。この場合なるこれが前に出てこれが下がる。その個別が取りづらいので。いいものが横ならびにある。せいたくな個別です。合併して（市域が）広くなりました。いいものが点としてあるが、そこに線を結んで結合面白く結び作業が必要です。あと、宇佐神宮はなぜ神宮と呼ばれるのかということです。お伊勢さん、金比羅さんなど、（さん）付けで呼ばれれば観光もやりやすいですね。宇佐神宮の格式の高さが観光客のニーズを掘り起こせるのではないでしょうか。すると、実は（八幡様）が正解で、これだと様が付けられます。一段低民に下がって八幡様という呼び方もあるのではないでしょうか。農業では、宇佐は「つや姫」という米を作り付けしていますが、ずっと1位であり続けてほしいし、宇佐の強みにしてほしいです。落語で三題噺（ばなし）がありますが、三つ要素があれば話は作れます。今日の話だと、日高さんのドジョウを吉田さんの石盤で調理し、久保さんの焼酎を飲む。三つ要素があればいろんな話になります。宇佐はいろんな話ができますよ。

販売・宣伝のノウハウを

田中　議論も深まってきましたが、これだけはいうことをしたいという話も広がっていくでしょう。広い活動にしていただきたいと思います。

吉田　継続は力なりですね。続けていくことが宇佐を良くします。中野さんが挙げたジネンジョ、スッポン、ドジョウ、三つのキーワードで相撲に例えたような発想は私たちにはないようです。外の意見聞きながら商売につなげていきたいです。私たちのものづくりは品質向上に努めるので精いっぱいです。良さをアピールすると中販売ルート開拓まで行き着いていません。そういったノウハウを聞ければ、いいものづくりに励むことができます。

地域産業／若手リーダー
Yasuhide Yoshida
吉田泰秀 さん
宇佐市長洲、38歳。宇佐商工会議所青年部会長。吉田石材店。国産の石を使用し、自社加工で行う手作りの墓石を提供しています。

植田　先日、安心院でジネンジョを食べさせてもらいました。面白いなと思ったのは、「構並びでなく強弱つけていきたい」。ブログやツイッターで興味を持ってやってくる若い人もいます。そういったツールを使い、情報発信していきたいですね。

中野　今日は、大分合同新聞社と宇佐の皆さんが継続してくハピカムの第1弾。大分合同新聞社なり私なりに貢献があれば、総力を挙げてお答えします。今後ともどうぞよろしくお願いします。

意志あれば道は開ける

田中　皆さんがふるさとに対して深く思い入れ や愛情を持って暮らしていると感じました。地域を良くするには、意志が大事です。親の世代とは考え方が違うなど超え難いところもあるーとの指摘もありました。ただ、今の時代を私たちが担っている以上、私たちの力で変えなければなりません。ただ、先人が築き上げてきたものを壊す勇気も必要です。ただ、子孫の世代もふるさとを思うようになってほしいということです。宇佐の自然、特に農村風景は何物にも代え難い。今でこそ食べ物は当たり前にありますが、作物を作るのは大変なことです。それだけに収穫する喜びはひとしお。昔の人は作物がたわわに実るのを見てすごく感動したと思います。それが遺伝子に刷り込まれてきたから、農村風景を素晴らしいと感じられるのではないかと思うのです。個人的には麦がたくさん実る麦秋の風景が好きです。ぜひ、これを都会の人に見てもらい、宇佐市の姿だと伝えてください。意志があるところに道が開ける。きょう話したことを仲間同士で、地域で、家庭で、宇佐市全体に伝えていきたいですね。どうもありがとうございました。

大分本格麦焼酎
西の星
飲酒は20歳を過ぎてから。お酒はおいしく適量を。妊娠中や授乳期の飲酒は、胎児・乳児の発育に影響するおそれがありますので、気をつけましょう。飲酒運転は、絶対にやめましょう。
三和酒類株式会社
〒879-0495 大分県宇佐市山本・虚空蔵寺丁
TEL.0978-32-1431 FAX.0978-33-3030
http://www.iichiko.co.jp