

どぶろくの立地特性

～高知県・三原村をモデルとして～

1190494 竹之内 友貴

高知工科大学 経済・マネジメント学群

1. 概要

本研究では、どぶろくを提供する農家食堂、農家レストランに着目した。平成15年に構造改革特区のひとつとして年間の醸造見込み量が酒税法で定めた最低6キロリットルに満たなくても、特区内の農業者が自家産米で仕込み、自ら経営する民宿などで提供するならば酒造りの免許を取得できるどぶろく特区制度ができた。現在多くの地域が申請を行い認定されている。しかし、どぶろく特区がどのように影響を及ぼすのか、どぶろくの立地特性に関する論文はまだない。高知県三原村は平成16年12月にどぶろく特区の認定を受けた。

どぶろく特区の認定を受けたことで、三原村は以前より観光客が増加し、交流人口も増加した。これはどぶろくをつくる米農家のがんばりと三原村の商工会議所の支援体制が鍵を握っている。

2. 背景

近年、地方では少子高齢化による地域衰退が深刻な社会問題となっている。

生き残りを図り、全国の地方自治体では地域活性化の取り組みが各地で行われている。

特に、地域産品を利用した地域活性は、地域の個性が表現され、認知度が広まりやすく、導入しやすいため、各地で積極的に行われている。

その中で、高知県三原村では、どぶろく特区の認可を受ける自治体も多いのが現状である。どぶろく特区の認可を受けどぶろくの生産を始める地域は多いが地域によっては売り出されているがお客様の手に取られておらず、どぶろくが飲まれているという問題が起きている。三原村はどぶろく特区として全国で初めての「農家食堂・農家レストラン」として立ち上がった、全国的に有名なモデルとなっている。

三原村の事例を調査することは、同様な取り組みを行う自

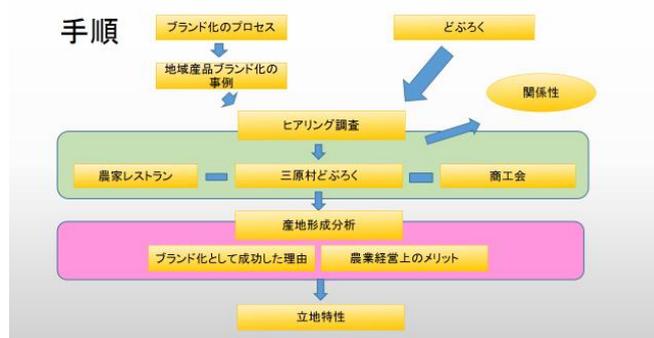
治体にとって指針として位置づけることができる。

3. 目的

中山間地域である三原村に定着したどぶろくの経緯についてブランド化、産地形成の観点から明らかにするとともに、そこからどぶろくの立地特性を検討する。

4. 研究方法

本研究は以下のような手順で行う。始めに、既往研究などで地域産品ブランド化の事例を調べ、ブランド化のプロセスを把握するとともにどぶろく、どぶろく特区の概要について調べる。その後三原村に行き三原村商工会、農家食堂・農家レストランにヒアリング調査を行い、産地形成分析を行いこれからの課題をあげる。



(図1) 研究手順 筆者作成

5. 三原村の概要

三原村は、高知県の西南部にあり、高知県幡多郡に属する。三原村は13の集落から成り、1889年(明治22年)町村制施行により三原村となり、現在まで合併していない。四万十市、宿毛市、土佐清水市の中心に位置し村の面積の87%は森林で、総人口が平成30年現在1550人と小さな村である。村には鉄道もなければ、国道も通っていない。高知市から車で約3時間、四万十市からも車で約40分、最寄り駅の平田駅からも1日数便しかバスが出ておらずアクセス条

件がいいとは言えない。

主な産業の基幹農業は三原米としてブランド化された稲作農業であった。しかし、米価の安価、高齢化による担い手不足などにより衰退した。

その対策として有望作物の産地化事業への取り組みや大手メーカーと提携した園芸農業事業が行われている。



(図2) 三原村位置

参考 <https://www.sozai-library.com/sozai/3445>

6. どぶろくとどぶろく特区

6.1 どぶろく

米、米こうじ及び水を原料として発酵させて、濾してないもので酒税法上では清酒には分類されず、雑酒に分類される。酒税の保全及び酒類業組合に関する法律施行規則では、「どぶろく」の呼称は「濁酒」

もろみをろ過することなくそのまま飲むのが特徴であり、健康に良いとされる米粒や麹、酵母がそのまま入っている生酒です。甘酸っぱい味で、腹持ちが良く、庶民の酒として昔から愛酒されていた。「収穫した米で造ったどぶろくをお供えて、神様に豊作祈願する」伝統は日本各地に残っている。

6.2 どぶろく特区の概要

平成15年に構造改革特区のひとつとして年間の醸造見込み量が酒税法で定めた最低6キロリットルに満たなくても、特区内の農業者が自家産米で仕込み、自ら経営する民宿などで提供するならば酒造りの免許を取得できる。

農家民宿や農家レストランなど「酒類を自己の営業場において飲用に供する業」を営んでいる農業者で、自己の所有する酒類製造業で「どぶろく」（原料とする米は、自ら生産したもの又はこれに準ずるものとして財務省で定めるものに限

ります）を製造しようとする農業者をいう。

「どぶろく」を製造しようとする場合には税務署長から製造免許を受ける必要がある。

1) 法律の遵守状況 2) 経営の基礎の状況 3) 製造技術能力 4) 製造設備の状況

などの要件を満たしていることが必要。

製造免許を受けるまでの手続き

事業プランの策定等→申請書類の提出（税務署）→登録免許税の納付（1件15万円）→免許付与等の通知

農家民宿や農家レストランを営むには、酒類製造場を含め、保険所の許可が必要となる。

7. 調査方法

研究やインターネットなどにほとんど三原村のどぶろくについて書かれてない。そこで、直接三原村に足を運び、フィールドワーク及びヒアリング調査（商工会、農家レストラン 3軒 風車 NOKO くろうさぎ）を行い、三原村のどぶろく歴史、立地特性、ブランドについて調べた。

8. 三原村どぶろく特区の歴史

どぶろく特区は各地にあるが7軒もあるのは珍しく、味の違いを楽しむことができる。

三原村は山々に囲まれ、清流とおいしい空気と人情豊かな農家の手によって作られる「みはら米」で有名な山村で、そんなおいしいお米から造られる「どぶろく」は昔密かな評判でした。以前から、地域振興を行っており、特産品がないため、特産品をつくろうと動いていた。平成11年には「やぶ隠し」という清酒とにごり酒が大正町無手無冠の協力で三原村の米を使用し、ネーミング、外箱、容器を工夫し販売された。三原村のどぶろくの作り方を採用しており、懐かしい味がすると評判であり、現在も販売されている。

平成14年に創設された構造改革特区制度により、酒税法の特例として酒類の製造・販売を認められた区域どぶろく特区がスタートした。指定された地域ではどぶろくの自家製造・販売が許可されました。当初は、「農家が民宿でどぶろくを販売する」形式のみの認可であり、農家民宿のない三原村は申請不可能であった。しかし当時の商工会会長（現三原村村長）が財務省に交渉し、「農家食堂」という形でも認可が下りることになった。

昔から三原村ではどぶろくが生産されており、三原のひとつの文化にあり、平成16年にどぶろく特区に認定され、上長谷地区の3軒、農家民宿 風車、農家食堂 青空屋、農家民宿 今ちゃんから始まった。

平成17年に第1回のどぶろく祭りを開催した。

平成18年からそれまで量り売りで販売が行われていたどぶろくの販売を瓶詰にして商品化され四国を中心に道の駅や酒販店、通信販売あるいは各地域のイベントへの出張が可能になり、販路の拡大がされていった。

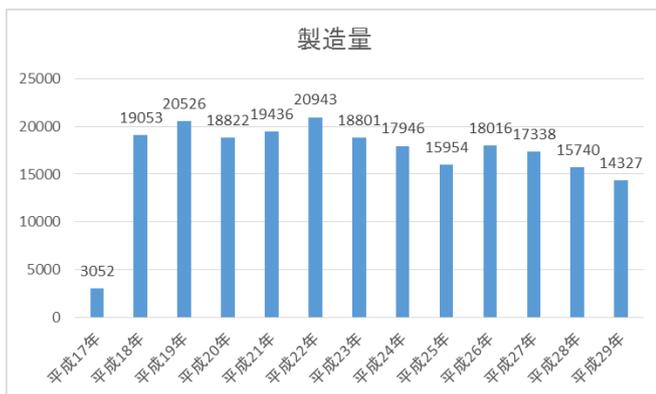
平成18年からは生産者が3軒から6軒に増加し、平成19年に農家喫茶くろうさが加わり、全7軒でのどぶろくづくりが始まった。

平成20年からは農林文化祭と同じ日にどぶろく祭りをおこなうようになった。村から100万円の補助がでるようになった。

平成22年には全国商工会連合会及び日本商工会議所から全国展開事業支援として700万円の支援があり、ミニボトル7本セットをつくり、そのほかには商談会で使うパンフレットなども作成した。

平成28年「7種類のどぶろくが楽しめるという魅力を活かす」増加する濁酒特区地域との差別化を図るため、1つの地域でたくさんの銘柄があることなどをPRすることを目的として、「土佐三原どぶろく合同会社」を生産者が出資して設立した。平成30年に初めて新酒祭りをを行った。

三原村のどぶろくの製造量の推移ですが、平成22年から減少傾向にあり、平成29年が作られ始めた平成17年を除いて一番少なかった。平成26年度はマスコミ等の取材により10%程製造量が増加した。



(図3) 三原村どぶろくの製造量の推移

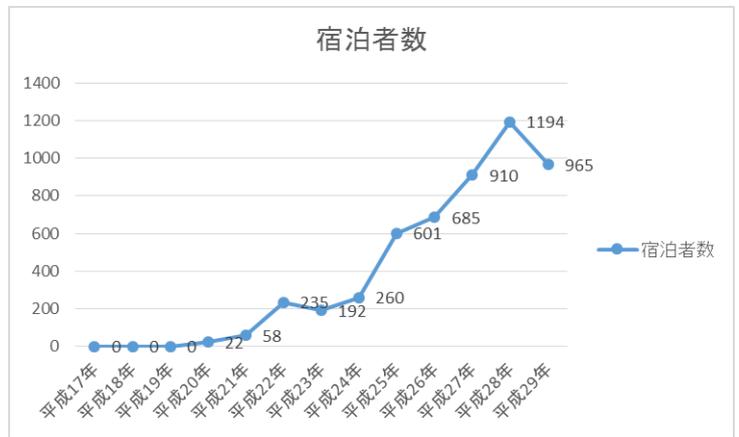
三原村商工会からいただいた資料を参考にし、筆者作成

もともと三原村には宿泊施設があったが、一時期なくなっており、農家民宿がはじまった平成20年に三原村に数年ぶりに宿泊施設ができた。平成24年から4軒となり、年々宿泊者数が増加、平成27年中には5軒目が創業した。

三原村は四国遍路の金剛福寺から延光寺の通り道になっており、その道中で利用されている方が多い。

平成28年は閏年で四国遍路の御利益増すとされており、それもあり、宿泊者数が増えた。

民宿でどぶろくをふるまうことで三原村のどぶろくの味を知ってもらえる。



(図4) 三原村農家民宿の宿泊者推移

三原村商工会からいただいた資料を参考にし、筆者作成

6. ヒアリング調査

ヒアリング①

目的

どぶろくをつくり、販売している方から直接声を聴く。

ネットには情報が少ないため、現状と今後の課題を抽出する。

日時

11月27日

12月20日

対象

農家民宿 風車

農家民宿 NOKO

農家民宿 くろうさが

・ヒアリング質問内容

- ①どぶろくづくりに至った経緯
- ②どぶろくをつくることでどう変わったか。
- ③どぶろく祭りはどうなのか。
- ④広報、広告、販売戦略
- ⑤他の店との関係性
- ⑥どぶろくづくりの苦労
- ⑦今後

①どぶろくづくりを始めたきっかけは三原村に特産品といえるものがなかった。また、米の価格が下がっており付加価値を付けることで利益があがる。

②米しか収入源が無かく1年を通しての収入が無かったが年中を通して収入ができた。三原村に来てくれる人が増えた。

③どぶろく祭りは1年で一番どぶろくが売れる日である。

④最初は愛媛や高知に販売に行っていた。高知新聞やテレビなどのマスコミを利用している。一人のお客さんを大切にしていることもあり、リピーターが多い。

⑤良好である。7店舗が協力して、合同会社も立ち上げた。自分の民宿がいっぱいの際は他の民宿を勧めたりしている。

⑥時間と手間がかかる。米が一番の収入源のためどぶろくだけとはできない。

⑦じまん屋の近くで売り出したい。ひとつの三原のどぶろくとして売り出したい。

新しくどぶろくづくりを始めてくれる農家が欲しい。

ヒアリング②

目的 農家の方が商工会あつての三原のどぶろくとおっしゃる方が多く、どぶろくへの支援や取り組みを具体的聞き出し、現状と今後の課題を抽出する。

日時 12月21日

対象 三原村商工会議所 川村さん

・ヒアリングの質問内容

- ①三原村におけるどぶろくの歴史
- ②商工会が行っていること
- ③どぶろくを選んだ理由
- ④広報、広告、販売戦略
- ⑤どぶろくで三原村としてのメリット、デメリット
- ⑥どぶろくで商工会としてメリット、デメリット

⑦今後の展望

①あまり経済的に豊かでは無く、お酒を買えなかったため酒税法が定まってからもつくられていて三原村のひとつの文化にあった。

②現在は確定申告の指導や販路開拓、ずっと商談会の出店費用なども負担している。高知市で行われる幡多の展示会やバイヤーが来るイベントの案内などを行っている。メディアへの広報、ホームページ、パンフレットの作成行っている。

③三原村は米が主な収入源だった、この米の価値が落ちてきたため付加価値を付け価値を向上することと、もともと村に酒文化あったことが選んだ理由。

④どぶろくの販売数の推移は瓶詰販売を始めた、平成18年から急激に増え、そこから減少傾向にある。商談会の案内をしたりしている。

どぶろく祭りは、三原村に誘客するイベントの一つになった祭りで普段ない景色をつくるのではなく、三原村はこういう村だということをしてもらいたい。夏祭りのほかに、三原以外の方が来るイベントはなかった。今後は、マンネリ化してきた。畜産などが無く食べ物が少ないため、近隣の地域と協力してイベントを行いたい。

高知を代表するイベントにしたい。

⑤今までほとんど観光客がいなかったが観光客が増え、外貨獲得につながった。お土産の一つになり、特産品となった。どぶろくを通して三原村が知ってもらえる。

⑥商業がほとんどない地域だったが、7軒の事業者の創業につながった。問題は後継者がいないこと、この問題の方向性を持っていくこと。

⑦地域を大切に、10年前といままでと売り方を変えていかないといけない。三原村にきてもらい7軒の農家レストランがあることをわかってもらいたい、田舎の良さは商品だけではなくにもみえないが、農家民宿、農家レストランを訪れてもらうことで景色も見え、田舎の味、人を感じてもらい、三原村で楽しむことに意味がある。徳島県美郷梅酒祭りや愛南町のどぶろく「NASOO」を参考にしていきたい。

どぶろく祭り

どぶろく農林文化祭と呼ばれている。

年一回 11月3日の文化の日に開催されている。
 幡多地域から出店があり毎年40店舗くらい集まり、人気のどぶろく饅頭やどぶろく鍋などが販売される。イベントとしては早飲みや振る舞い酒もあり、甘口4種類（今ちゃん 椿姫の伝説、青空 元代、風車 富き、つの 川平郷）辛口3種類（NOKA 源流 くろうさぎ こぼれ雪 森本まる桂）をそれぞれ混ぜてふるまっている。
 集客数にばらつきはあるが、毎年3000人位は来ている。

平成17年第一回どぶろく祭りがおこなわれた。来場者1000人をお目標として、村の補助金もあり開催した。イベントには4000人が集まった。平成18年からどぶろくの瓶詰が始まり、売り出しやすくなった。平成20年からは農村文化祭と同じ日に行うようになった。スタッフなどは各種団体やボランティアでやってもらっている。警備員は雇っている。

昨年は大月町のマグロ祭りと同日に開催した。



(図6) 三原村どぶろく農林文化祭2018年ポスター

三原商工会作成



(図5) 三原村どぶろく農林文化祭2018年ポスター

三原商工会作成

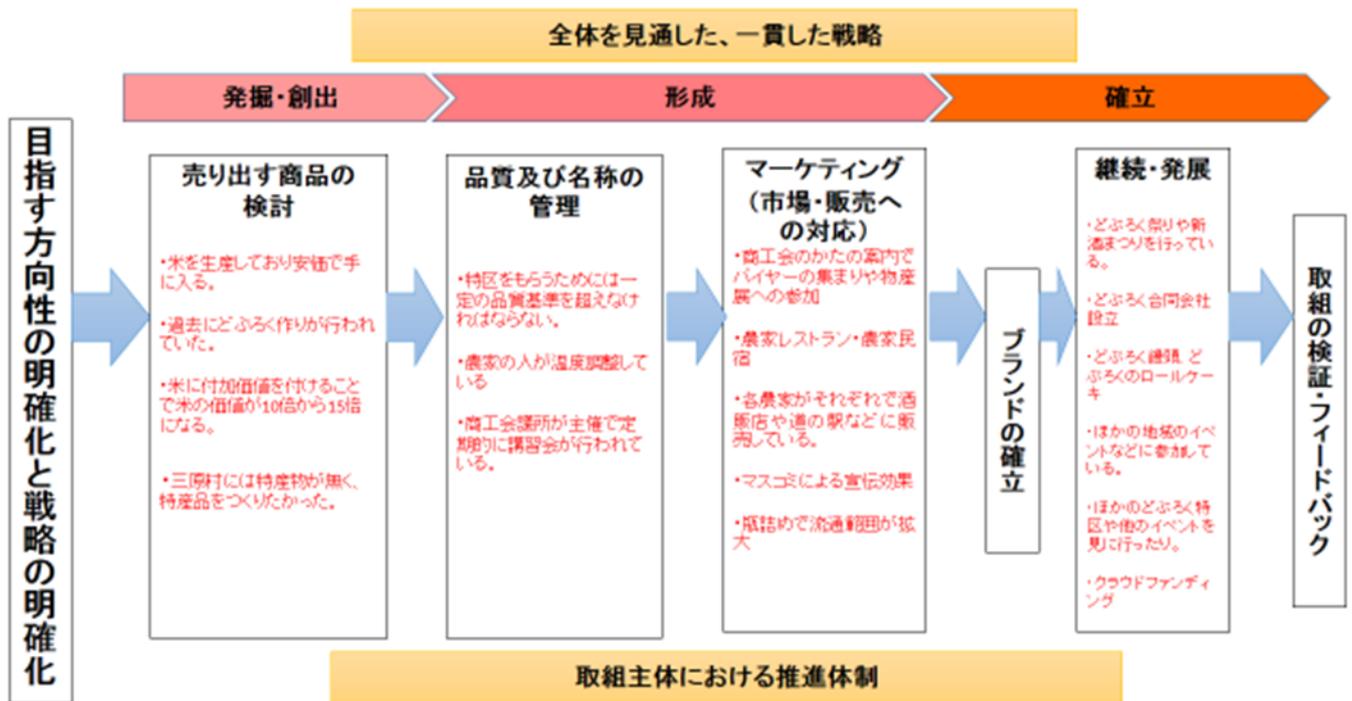
8. 三原村どぶろくブランド

ブランド化のプロセスとして、農林水産省知的財産チームの農林水産物・地域食品の地域ブランドの現状と課題の参考資料の一部を参考にした。

ブランド化を行うためには目指す方向性の明確化と戦略の明確化を行います。その後、地域のイメージや固有の気候を活用地域資源の発掘・開拓、ブランドコンセプトの明確化などの売り出す商品の検討、栽培基準や出荷基準その他品質管理基準の策定、生産体制の整備、認証制度等によって、名称・マークを使用するための基準の策定、商標権によって名称・マークを保護などの品質及び名称の管理、市場調査（必要に応じ進め方を改善）、販売ルートを工夫、きめ細かな販売対応、デザインを改善などのマーケティングを行うことでブランドとして確立される。継続、発展させていくためには、ブランドの管理（基準遵守のチェック、名称・マークの

管理)、商品の改良、関連商品の開発・販売などをおこなう。

ブランド化のモデルにヒアリング結果を入力し、ブランド化への分析を行った。

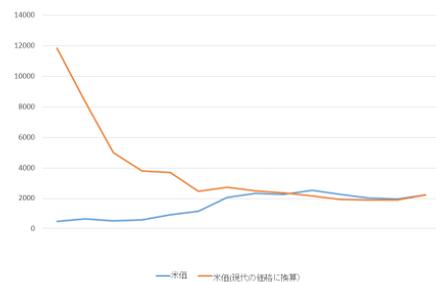


(図7) 農林水産省知的財産チームの農林水産物・地域食品の地域ブランドの現状と課題の参考資料の一部を参考

1. 売り出す商品の検討

三原村には特産物と言えるものが無く、特産品を作り出したかった。三原村は山々に囲まれ、清流とおいしい空気と人情豊かな農家の手によって作られる「みはら米」で有名な山村であり、昔からどぶろくがつくられていた歴史があった。どぶろくづくりを行うためには自らが生産した米という条件があるため原料の米は安価で手に入ることや、三原村基幹産業は稲作農業であり、米の価格低下が招く村の農業への不安などがあり、お米で販売するよりどぶろくとして販売するほうが10倍から15倍の付加価値増につながる。

米価の推移ですが、グラフにあるように下がってきた。グラフの青線が米価でオレンジ線が現代の価格に換算した米価である。



(図8) 米価の推移 農林水産省データ参考

2. 品質及び名称の管理

定期的に商工会が主催で、講習会が行われている。造るときは温度調節に気を使っている。どぶろくは発酵させて造られるため、寒いときは発行が遅くなり、ぬるく湿度が

高いときは発行しやすい。できるだけ発酵しやすい状態を維持できるようにエアコンを設置して温度管理をしている。

出来上がったら、冷蔵保存し一定の温度で管理している。

統一した品質基準はなく、個々の事業者さんで合格ラインを決めている。

3. マーケティング（市場・販売の対応）

農家民宿、農家レストランでの販売が主である。自ら栽培した野菜や、近所でとれた食材が多い。ジビエ料理やツガニ、山菜、鮎、川エビなど地元の旬の食材を使った料理が出てくる。瓶詰を始めたことで流通範囲が拡大された。

どぶろくが販売されているのはどぶろくをつくっている7軒の農家民宿、農家レストランと合同会社の中の直売所のみで4合瓶1300円飲み比べセット3600円で販売されている。サンリバー四万十やビオス大方などの県内の道の駅、酒販店でも販売されているが、各自の契約のため7本すべて販売されているわけではない、販売価格も1700円前後と三原村で購入するより高い。

四国、関西圏などで行われる物産展やバイヤーの集まり、県内のイベント、物産展などにも商工会の案内などで行って販売を行っている。

新聞、テレビなどでも三原村のどぶろくが取り上げられたことで、集客につながった。

4. 継続・発展

毎年、どぶろく祭りや新酒祭りなどを行っている。高知市内のイベントなどにも参加し、どぶろくの販売を行っている。商工会の案内で他のどぶろく特区の視察やイベントの視察を行っている。

お酒が苦手な人や、子供のためにどぶろくを使ったスイーツも開発。どぶろく饅頭、どぶろくのロールケーキ、カステラなどををつくり販売した。どぶろく饅頭は人気で祭りの時は行列ができる。

平成28年に三原村どぶろく合同会社を7軒の農家からの出資で設立した。

平成30年には、クラウドファンディングを行い、目標50万に対して、85万円があつまった。

9 まとめ

三原村に立地した訳を人文的特性、自然的特性、歴史的

性にわけて明らかにしていく。

人文的特性

商工会は定期的に講習会を行っている。内容としては、保健所の方を呼び品質管理の指導や、商談、販路の拡大、経営や簿記、確定申告などがある。この講習会を通して、同業者と話す機会もふえ、得られない考え方に、触れることができ、新しい発想や技術開発が生まれるきっかけをつかむ場になっていると考えた。

どぶろく農家はなれない事業、営業活動への苦労や税務署への諸々の対応への苦慮などがあるが、商工会が支援してくれることで、高齢の方でもどぶろくづくりをしやすい環境が整っていることが三原村にどぶろくが立地した理由だと考える。

また、どぶろくを販売している農家同士の仲が良く情報交換が行われており、地域としての強さが見えた。農家民宿、レストランを行っていることもあり、人当たりがとてもよく、また次も来てみたいと思うことで、次の消費者拡大につながる。

ブランドとして位置づけられることに成功したため。

自然的特性

三原村は米の有名な場所であった。どぶろくは米の加工品であり、米の良し悪しが関係してくる。

歴史的特性

三原村では昔からどぶろくがつくられてきた。そのノウハウが現在も残っている。

10. 結論

三原村にどぶろくが立地した理由として、三原村は米どころとして有名であり、昔からどぶろくをつくっていたという歴史がある。

また、商工会の支援体制も整っているため農家もどぶろくづくりをしやすい環境にある。

どぶろく農家の方たちも三原をどうにかしたいという思いが強く、積極的に活動を行ったことがあげられる。

どぶろくをつくりやすい自然環境、人文的特性、歴史的背景があったこと、ブランドとして位置づけられることに成功したことがどぶろくが三原村に立地した理由である。

参考文献

三原村ホームページ

<http://www.vill.mihara.kochi.jp/>

どぶろくとは

<https://doburoku.biz/>

新潟県における米菓産業の産地形とイノベーション

—食品研究センターとの産学共同を中心として—

清水 希容子