

Case study

地域振興・スポーツ振興

地域を盛り上げ、若い人たちにも魅力的な地域ブランドの確立を
目標に掲げ活動する企業・団体を紹介。
さらにラグビーW杯などスポーツ振興を軸に
地域を盛り上げるために活動する企業・団体にもスポットを当てます。

19	浜べの料理宿 宝来館(岩手県釜石市)	94
20	上閉伊酒造株式会社(岩手県遠野市)	98
21	有限会社神田葡萄園(岩手県陸前高田市)	102
22	南三陸ハマーレ歌津(宮城県南三陸町)	106
23	アイスリンク仙台(宮城県仙台市)	110
24	合同会社ねっか(福島県只見町)	114



釜石市の“復興の顔”
宝来館女将の岩崎昭子氏

19

地域振興・スポーツ振興

地域復興の聖地として 情報を発信し続ける旅館

浜べの料理宿 宝来館

岩手



業種 宿泊業・飲食サービス業
代表者 岩崎 昭子氏 [女将]
所在地 岩手県釜石市鶴住居町20地割93-18
TEL. 0193-28-2526
FAX. 0193-28-1288
WEB <https://houraikan.jp>

その日の朝に水揚げされた三陸の新鮮な魚介を使った料理で人気を集める1963年創業の旅館。名物女将の岩崎昭子氏は、東日本大震災の“語り部”としての活動を行うほか、釜石市の2019年のラグビーW杯招致や、旅館が所在する鶴住居地区の東部・根浜地域の復興活動にも精力的で、地元住民に大きな勇気を与える存在となっている。



ねばま 根浜海岸の姿を 心に焼き付けてほしい

浜への料理宿 宝来館が所在する岩手県釜石市の鵜住居地区には、古くから地元住民に愛されてきた景色がある。約2kmにも及び美しい白砂の砂浜が広がる根浜海岸の景色だ。

宝来館の客室や露天風呂からは、その根浜海岸を一望することができる。「お客さまにこの景色を見ていただき、根浜の姿を心に焼き付けてほしいんです」。宝来館の女将、岩崎昭子氏が、根浜海岸の景色に強いこだわりを見せるのには理由がある。

かつて“日本の白砂青松100選”にも認定された美しい砂浜は、東日本大震災による地盤沈下などによってそのほとんどが失われ、姿が一変してしまっているからだ。

「当時の姿に戻るにはかなりの時間が必要だと思いますが、私たち地元住民は必ず元の姿に戻ると信じています。姿は変わってしまっても、私たちが愛した景色であることには変わりありません。だから、根浜海岸が元の姿に戻るその日まで、私はこの地で営業を続け、“根浜の今”を伝え続けたい。それが被災者である私と、津波被害を受けながらも営業を続けられている宝来館の使命だと思うんです」。



①宝来館本館はコンクリート4階建て。津波で2階部分までが浸水したが倒壊は免れた

そんな使命の一つとして岩崎氏は、全国各地へ講演に赴いたり、メディアに出演したりといった、東日本大震災および津波被害の“語り部”として精力的な活動を行っている。また、これらの活動がない日であっても、宿泊客が望めば、毎朝ロビーや旅館の一室を使用して当時の映像を流しながら地震災害の惨状や、自身の経験を伝える取り組みを実施しているという。

「とにかく日本中、世界中の一人でも多くの方に、釜石市や根浜地域の現状や、復興の活動を知ってもらいたいです。地道な活動の積み重ねが、私たちの地元の未来を切り開くことにつながると信じているので、依頼があればどこにでも行こうと思っています」。

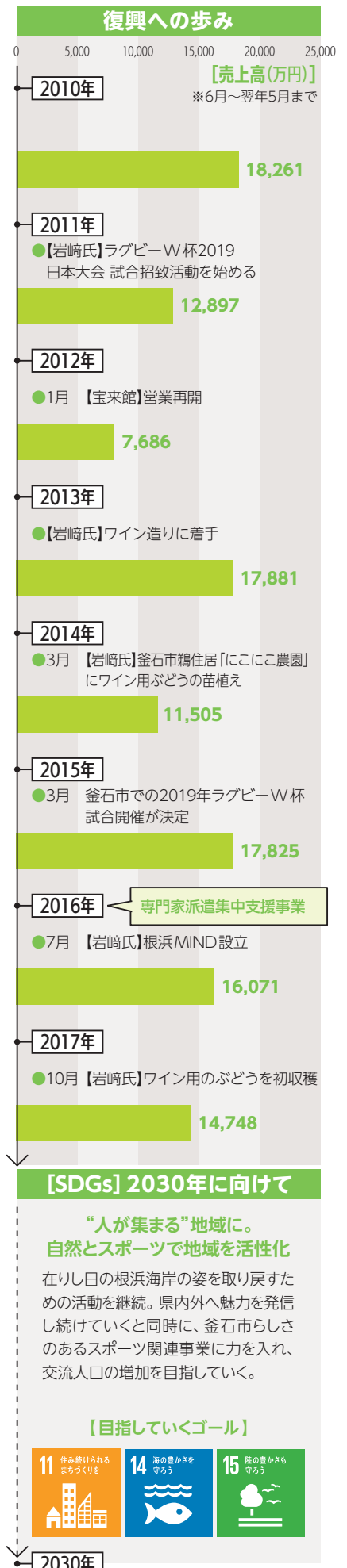
自前で人を呼べなければ 地域は再生しない

そんな活動の一方で、岩崎氏は、地元住民と共に鵜住居・根浜地域の活性化と持続的な地域づくりに向けた活動を推進することを目的にして2016年7月22日に「一般社団法人 根浜MIND」を立ち上げ、代表に就任している。

根浜MINDの主な活動は、「防災・減災への取り組み、特産品開発、地域食材の活用、県内外からのボランティア・観光ツアー受け入れ、マリンスポーツやラグビーをはじめ

めとしたスポーツ関連事業の推進などを通じて、交流人口の増加を図るというもの。事務局は宝来館内に設けられている。

岩崎氏によると、この団体が発足した経緯は、地域再生に不可欠といえる「観





光」にあるのだという。

「東日本大震災直後は、大きなショックからなかなか立ち直ることができず、誰かが何かをやってくれるのを待っている状態でした。しかし、待っているだけでは何も始まりません。釜石市は決して観光地ではないので、自分たちでこの地域に人を呼び込める状態にしなければ、地域の再生は実現しないと思ったんです」。

自治体などと協力しながら展開しているボランティア・観光ツアーは、2017年度上半期には10件程度が形となった。防災・減災への啓蒙を目的にプログラムに組み込んだ避難道造りや漁業体験、海浜植物の植樹活動、海辺清掃などは軒並み好評を得たという。一方、防災・減災への取り組みにおいては、地域住民主体の救難・防災活動を推進しているイギリスから支援を得て、英国式レスキューボートによる水難救助システムの構築を目指す活動を実施。海の安全を守るための仕組みづくりの構築に邁進している。このような自然や文化、

人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動（グリーンツーリズム）の実践は、地域の活性化や情報発信力の強化に大きく貢献している。

「宝来館では東日本大震災以前から、体験民宿などの形式でグリーンツーリズムに取り組んでいましたが、根浜MINDの活動では、そのとき以上の成果や意義を感じることができています。継続して新陳代謝を繰り返していくことができれば、この地でより多くの人の交流が生まれるはず。世界中の人と故郷を創造することができるような活動を続けていきたいです」。

岩崎氏の言動は、いつも地元への愛情にあふれたものだ。その姿に触れるだけで、多くの人が感銘を受け、活動の輪が次々と広がっていくのも頷ける。

ラグビーW杯試合招致は釜石復興の希望の光だった

岩崎氏および根浜MINDの活動において、特筆すべき成果を上げているのがスポーツによる地域の活性化だ。ラグビーW杯2019日

本大会における、釜石市での試合開催や合宿地招致を成功させた事例はその最たるものといえるだろう。

岩崎氏が2019年に同大会が日本で開催されることを知ったのは、東日本大震災によって釜石市民が絶望の底にいたときだったという。

「釜石市の復興のため、子どもたちの未来のために、何か共通の目標や夢が欲しいと思っていました。W杯の話聞いたときに、それがラグビーだと思ったんです」。

釜石市といえば“ラグビーの街”として全国に知られる存在だ。1979年から日本選手権7連覇の偉業を果たした新日鉄釜石ラグビー部の偉業は釜石市民の誇りで、チームが「釜石シーウェイブス」と姿を変えた現在も、変わらず市民に愛され続けている。岩崎氏が釜石市の復興の光をラグビーに求めたのは、必然だったのかもしれない。

岩崎氏は、すぐに釜石開催を実現するための行動を開始する。旅館では毎日のように宿泊客たちに釜石開催への思いを語り、招致イベントやフォーラムには必ず顔を



1 2 海側の客室と露天風呂からは、根浜海岸の絶景と津波被害を乗り越え生存する松林を一望することができる

3 宝来館の1階エントランスの一角には、新日鉄釜石の選手のサイン色紙や、試合で使ったラグビーボールなどが飾られている

4 5 宝来館前に設置された「津波記憶石」は、行政や地域住民の要望と協力によって建立されたもの

6 宝来館の裏山の避難道。根浜MINDによってバリアフリー化が進んでいる

7 津波と地盤沈下によって砂浜の多くが消失してしまった現在の根浜海岸。再生プロジェクトが進んでいる



出すなど、プロジェクト始動時から先頭に立ち、周囲に協力を求め続けた。

「最初は、こんな状況では夢物語だと一蹴されてしまうこともありましたが、スポーツが持つ力、釜石市民が持つラグビーへの情熱を信じて突き進むだけでした」。

夢物語から現実へ 釜石市民が一つになった

その行動力はすさまじく、2013年には、試合開催の際に市民や来場者と一緒に乾杯するためのワイン製造にも着手している。知識もつてもない段階からスタートし、知己を得たぶどう園関係者から技術指導を受け、河川敷を畑に変身させて苗植えを開始。2017年に初収穫を終え、現在は2019年のワイン完成を目指し、醸造工程の最中だという。

岩崎氏が規格外のパワーで突き進んでいくと、その情熱に心を打たれる人が続出し、風向きが大きく変わっていった。「ラグビー」という釜石市民の共通言語によって、

多くの人が同じ方向を向くようになったのだ。2014年7月4日には、野田武則釜石市長が、開催都市への立候補を正式表明。そして2015年3月に釜石開催が決定した(2019年9月25日、10月13日の2日間。それぞれ1試合)。

「市民が一つになって取り組んだ成果。本当にうれしかったです」。

被災地にとって明るいニュースであることはもちろんだが、それがラグビーの話題であったことは、釜石市民にとって大きな意義があったはずだ。

現在、釜石市では、釜石開催決定当時には起工すらされてい

かった専用スタジアム「釜石鶴住居復興スタジアム」が落成するなど、W杯開催へ向けた準備が着々と進んでいる。岩崎氏も、W杯開催期間に釜石市を訪れる人々へのおもてなし準備に余念がない。

「試合後に、釜石を訪れた皆さんと宝来館オリジナルワインで乾杯する瞬間が楽しみで仕方ありません。ただ、まだまだW杯までにやらなければならないことはたくさんあります。それらは、決して私一人ではできるものではないので、市民の皆さんと協力し合いながら、一つずつ丁寧に達成していければと思っています」。

地域を盛り上げるために

- 1 **女将自ら情報発信の担い手**になり、積極的・多角的な活動を展開
- 2 **グリーンツーリズム**で人を呼べる地域づくりを実践
- 3 “ラグビーの街”の復興のため**W杯の試合招致に尽力**

上閉伊酒造の新里佳子氏（中央）と
BEER EXPERIENCEの
浅井隆平氏（左）と吉田敦史氏



地域振興・スポーツ振興

20

江戸時代から続く酒造会社が ビールで目指す地域活性化

か み へ い

上閉伊酒造株式会社

業種 製造業

代表者 新里 佳子氏 [代表取締役社長]

所在地 岩手県遠野市青笹町糠前31-19-7

TEL. 0198-62-2002

FAX. 0198-62-2003

WEB <http://kamihei-shuzo.jp>

1789年に創業された建屋酒造店が起源の老舗酒造会社。南部杜氏の高い技術によって造られる清酒が国内外から高い評価を受ける一方で、1999年からはクラフトビール製造にも着手し、遠野市が掲げる「ビールの里構想」実現の一翼を担っている。代表銘柄は「国華の薫」（清酒）と「ZUMONA」（クラフトビール）で、共に複数の表彰歴がある。



創業時から継承されてきた 南部杜氏の技術とこだわり

遠野市唯一の酒蔵である上閉伊酒造株式会社の歴史は長い。「建屋酒造店」として初代新里庄右衛門が創業したのが江戸時代の1789年。戦時統制下の1944年に上閉伊地区（遠野、釜石、大槌）の7事業者が合併して会社組織化され「上閉伊酒造株式会社」と名を変え、現在に至る。

時代が変わっても、その手法は創業当時から変わっていない。遠野市の水と気候と酒米、そして創業時から継承されてきた南部杜氏の技術——。丁寧であること、地域に根差していること、伝統を守ること、こだわりの品質の高い清酒を造り続けてきた。明治時代から続く鑑評会「南部杜氏自醸清酒鑑評会」での優等賞受賞や、フランスの日本酒コンクール「KURA MASTER」でのプラチナ賞受賞といった華々しい経歴を見れば、その品質の高さは十分に理解できるだろう。

約230年もの間、こだわりを守り続けてきた上閉伊酒造だが、決して変化を拒んでいるわけではない。むしろ柔軟に時代に対応してきたと言える。日本酒の国内消費量の低迷や若年層の酒離れなど、日本酒を取り巻く環境が変化していることを感じ取ると、「すぐに量より質で勝負する方向にシフトした」と代表取締役社長の新里佳子氏は語る。

「かつては外部の杜氏が、何人かの蔵人を連れて蔵に入り、半年間寝泊まりしながら酒造りをしていたため、ある程度の量を生産する

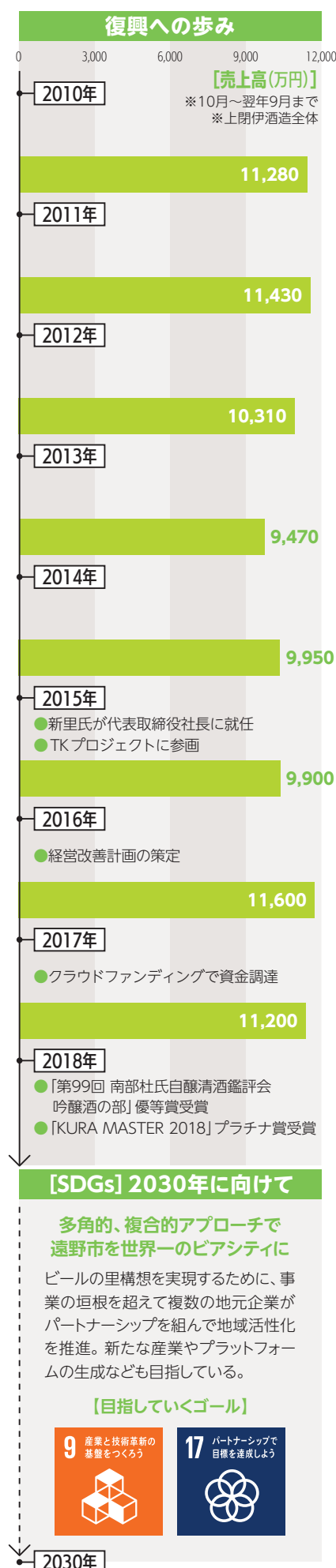
ことができたのですが、もうそのような時代ではなくなってしまいました。上閉伊酒造の最大の武器であり、こだわりであるのは、南部杜氏から伝承してきた技術です。だからこそ、生産量ではなく、品質が高く本当においしいお酒を造っていかうとなったんです。東日本大震災以降、売り上げが下がりましたが、新商品の投入など常に前向きな取り組みで、売り上げ微増を続けるまでに回復させることができました」（新里氏）。

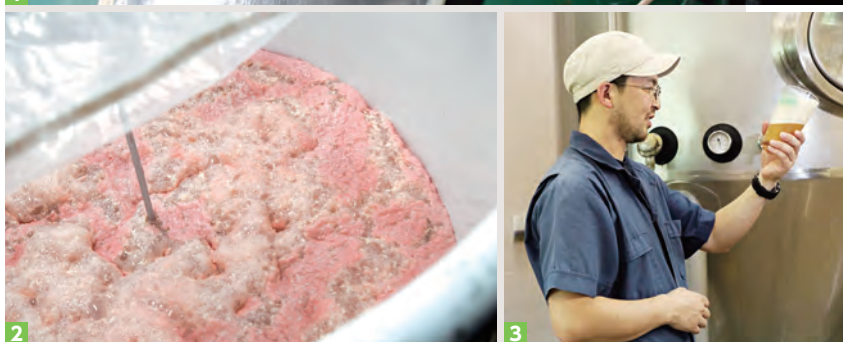
老舗酒造が始めた新事業は クラフトビール製造

上閉伊酒造が変化に柔軟なのは、1999年に老舗の酒蔵ながらビール事業をスタートさせたことから分かる。遠野市が日本有数のホップ生産地であったことや、クラフトビールブームが到来していたことなど、ビール造りを始めるきっかけは複数あったが、最も大きな理由は、半年間程度の季節労働者である杜氏や蔵人をビール製造を通じて通年雇用しようというものだった。とはいえ、ビール造りは素人同然。ドイツから醸造士を招聘し、一から学ぶことから始まった。

「当時はビール製造を事業化して本当に採算が取れるのか疑問もあったようです。クラフトビールは大手メーカーのビールと比べ単価が高く、土産品だという認識が強かったため、一定以上の消費を見込むことが難しいものだったのです」（新里氏）。

“ホップで有名な遠野市の老舗酒造が造ったビール”という物珍しさもあり、滑り出しは順調だった。東京の営業担当者を配置し、首





12 清酒とビールは別棟で製造されており、杜氏を中心とした5人で清酒が造られている

3 上閉伊酒造のビール造りを担う醸造士の坪井大亮氏

4 遠野産ホップ。国産ホップの約96%が東北で栽培されており、遠野市は日本一の栽培面積を誇る

5 「ビールの里をつくるエンジンになることがBEER EXPERIENCEの役割」と語る吉田氏（左）と浅井氏

6 BEER EXPERIENCEでは、遠野パドロンを使用した加工品開発も行っている。写真は亀田製菓株式会社、株式会社ハブとコラボした「亀田の柿の種 パドロン風味」

都圏のクラフトビールの店や飲食店などを回り取扱店を増やしたり、関連イベントへ出展したりしながら、少しずつ販路を拡大していった。地道な営業努力で知名度も上がっていったが、それでもまだ、ビール事業が安定しているとは言えない状況だった。

遠野市のキーパーソンとの連携でビール事業が安定

ビール事業が好転するようになったのは、“ある出会い”がきっかけだった。2018年に遠野市で農業法人BEER EXPERIENCEを設立した吉田敦史氏と浅井隆平氏との出会いだ。

吉田氏は遠野市に移住してトウガラシ品種の一つである、ビールに合うおつまみ野菜「遠野パドロン」栽培を始め、後にホップ生産も行う新規参入農家で、浅井氏は麒麟株式会社の社員。二人は、2015年に遠野市と麒麟がタッグを組みホップを通じて地域活性化を目指す「TK（遠野×麒麟）プロジェクト」に途中参加し、現在は中核メンバーとして活躍する、遠野ビール界の“キーパーソン”と言える存在だ。

「キリングループは遠野市と50年以上、ホップ栽培で契約関係を持っていますが、ホップの生産量が年々減少している中で、麒麟だけで遠野産ホップを維持したり、市を盛り上げていったりするのは難しいと感じていました。理想を実現するためには、企業の垣根を飛び越えた連携が必要。そこで遠野市唯一のクラフトブルワリーである上閉伊酒造さんと一緒に遠野市を盛り上げていけないかと思い、TK

プロジェクトとのパートナーシップをご提案しました」(浅井氏)。

TKプロジェクトは、「ホップの里からビールの里へ」を合言葉に、遠野市民がもっとホップに誇りを持てるようになるための活動を展開中。2015年から始まった遠野産ホップIBUKIの収穫を祝う祭典「遠野ホップ収穫祭」や、遠野市とホップとビールをさまざまな角度から体感できる体験型コンテンツ「遠野ビアツーリズム」は、プロジェクトの代表的なイベントで、年々規模が大きくなっている。これらはいずれも遠野市全体を巻き込んで展開されるもので、上閉伊酒造も街の活性化や未来創造のために力を貸している。その一方で、新里氏は、「TKプロジェクトと連携したことで、低迷気味だったビール事業がようやく安定した」と言う。「まず、横浜オクトーバーフェストやフレッシュホップフェストなど、上閉伊酒造単独では絶対に出展することができないような大きなイベントに、TKプロジェクトの一員として参加させてもらえるようになったことが大きいと思います。また、事業の拡大や遠野市への還元という点では、私たちだけでは思い付かなかったアイデアをいただける点も助かっています。フレッシュホップフェスト用に限定商品を作ったのも二人のアイデアによるものなんです」(新里氏)。

プロジェクトを支える 強力な行政のバックアップ

TKプロジェクトが推進するビールの里構想は、まだ道半ばではあるものの、着実に前進をしている。その大きな要因は、さまざまなプ

ロジェクトが行政の強力なバックアップの下で具体化していることにある。

「実は、遠野市役所の産業部六次産業室の中に、『キリンと共に地域活性をする』と明文化された担当者がいるんです」(浅井氏)。

行政の場合、特定の企業にだけ手を貸すということは公平性の観点からなかなか難しいものだが、遠野市の場合、「この街の課題を解決できるのはキリンだ」という認識が強いため、強固なバックアップ体制が実現している。

「私たちの相談や提案に耳を傾けてくれて、すぐに“それを具現化するために何をすべきか”という話に移行できるのが、ありがたいですね。ここまで風通しが良いのは、遠野市とキリンが50年以上ホップ栽培を通して関係を築いてきたおかげでもあるでしょう」(浅井氏)。

地方都市で地域活性化を実践していく際には、どうしても人材不足という課題に直面して計画が頓挫してしまいがちだが、その点もクリアしているという。

「地域おこし協力隊制度を最大限に活用できるのが遠野市の特徴です。ただし、希望者を誰でも採用



①清酒が製造される棟の外観

するわけではありません。効率的な事業化を目指し、プロジェクトごとに私たちが求める最適なスキルを持つ人材を厳選して採用する仕組みをつくってくれているんです」(吉田氏)。

ビールの里構想を実現させるためには、課題やすべきことがまだまだ多く、先は長いと言うが、ビールの里構想について話す3人の顔は明るい。「小さくても、個人的なものでもいい。住民たちがビールの里に関係する何かに自発的に取り組むようになってほしい」と浅井氏は夢を語る。一方、新里氏は、「自身の事業を成熟させていくことで、ビールの里構想の力になっていきたい」と見解を述べる。

「まずは、もっと事業の力を付けて、会社の基盤をしっかりとすることが大切だと感じています。それが遠野市唯一の酒蔵としての役割だと思いますし、遠野市やビールの里構想のためにもなるはずですから」(新里氏)。

地域を盛り上げるために

- 1 高品質な清酒を製造し、
県内外に**遠野市の地酒をアピール**
- 2 **競合企業と手を取り、**
クラフトビールを通じた地域活性化を推進
- 3 行政のバックアップで、
プロジェクトの早期事業化を目指す



農園内にある直売店と
代表取締役の熊谷晃弘氏

21

地域振興・スポーツ振興

“人を呼ぶ”商品作りで 地域の魅力と味を未来へ継承

有限会社神田葡萄園

岩手



業種 製造業、卸売業、小売業

代表者 熊谷 晃弘氏 [代表取締役]

所在地 岩手県陸前高田市米崎町字神田33

TEL. 0192-55-2222

FAX. 0192-55-2777

WEB <http://0192-55-2222.jp>

陸前高田市で1905年に創業。それ以前から三陸海岸南部で初めてブドウ栽培を始め、ジュースやワインの製造を手掛ける。1970年発売の「マスカットサイダー」は「地サイダー」のはしり。東日本大震災時には工場、ブドウ畑が津波の被害を受ける。営業再開後は、62年ぶりにワイン醸造を復活。新商品開発にも取り組むほか、見学会など、地域の魅力を発信する活動にも注力している。



ブドウの栽培から加工まで 地元ならではの味を模索

リアス式海岸が続く岩手県沿岸部に位置する陸前高田市で約130年以上にわたってブドウ栽培を続け、地元の人々に親しまれるジュース飲料などを製造している有限会社神田葡萄園。その歴史は、出稼ぎ大工だった初代が、晩年果樹栽培を志し、1889年に西洋ブドウの苗木を10本ほど植えたことに始まる。リンゴやナシの栽培が盛んな土地にあって、湿度と雨に弱く、栽培が難しいことで敬遠されていたブドウにこだわり、試行錯誤を重ねた。最初は家族で食べて、余った分を販売していたが、やがて大豊作でさばききれなくなると余ったブドウを搾り、果汁にして安価で販売。それが看板商品である「葡萄液」製造の足掛かりとなった。また、1905年には果実酒の製造免許を取得し、法人化。ワインの製造、販売を開始し、贈答品として人気を集めるようになった。

以降、神田葡萄園が6代にわたって受け継いできた歴史や思いについて、代表取締役の熊谷晃弘氏は次のように振り返る。

「山、川、海の豊かな恵みに囲まれたこの土地は、夏は冷涼、冬は温暖。春から夏には冷たく湿った『やませ』が海から吹きつけ、潮風に含まれるミネラルがブドウにも独特のすっきりとした味わいを与えてくれます。初代がこの土地で始めたブドウ栽培を守り続けたという思いと、栽培から生産まで一貫して行い、この地でしか出せない味のブドウを育ててきたプライドを代々受け継いできました。

また、早くから加工にも目を向け、今でいう6次産業化に取り組んだことで、今日まで時代の変化に対応しながら事業を継続することができたと考えています」。

身近な商品開発に注力し ヒット商品も誕生

戦前から生産を続けていたワインだったが、時代背景の変化により、需要が激減。1953年には果実酒の製造を廃止した。それでもブドウ栽培は継続し、事業の柱を葡萄液をはじめとする飲料製造、販売にシフトした。

以降、ジュースなど身近な商品を中心にラインアップを拡充しながら業績を回復。1970年には、大手メーカーの飲料に対抗すべく、4代目が社運を懸けて商品化した「マスカットサイダー」が現在まで続くロングセラーとなる。

「懐かしい味わいと製法、レトロなデザインが幅広い世代のお客さまから受け入れられ、今でいう『地サイダー』のはしりとなりました」。

さらに平成に入ると、ブドウを使用したジャムやゼリーなど、菓子系の商品も手掛けるようになる。2002年には旧・道の駅高田松原に直営店を開業するなど、地域密着型の企業として存在感を示すようになっていった。

寄せられた声を励みに 商品の製造を再開

2011年3月、東日本大震災が神田葡萄園に甚大な被害を及ぼした。敷地内には高さ1～1.5mの津波が押し寄せ、工場及びブドウ畑が浸水。直営店も被災し、営業できない状態が4カ月ほど続く。





「当時社長だった父は、居ても立ってもいられず、早く元の状態に戻して営業を再開したいと思っていました。しかし、取引先なども被災している状況を見て、やみくもに再開するのではなく、これまでの事業全体を見直すべきと私は考えました」。

従業員の雇用維持、買い替えが必要な機械類などの資金繰りの見通し、商品の生産体制の確保など問題は山積みだった。事業休止期間には家族や役員、社員が意見を重ねながら事業再開に向けた課題の洗い出しと、その解決の道筋の模索が続けられた。

その一方で、畑や工場ではボランティアの協力によってがれきの撤去作業が進行。津波を被った土壌の塩分濃度を被災前の状態に戻すため、土壌の分析や中和を行う作業は比較的早めに完了し、最も懸念されたブドウ栽培への致命的なダメージを回避することができた。一部の圃場^{ほじょう}で被害が出た平棚の復旧にはかなり苦労したものの、6月下旬に工場が再稼働。7月上旬

には商品の再出荷が始まった。

だが、常に先頭に立って事業再開への指揮と責任を担った熊谷氏は、肉体的にも精神的にも追い詰められる場面が多々あったという。「それでも、また一緒に働きたいと言ってくれる従業員の笑顔や、全国から寄せられるお客さまや取扱店さまからの励ましの声、そして、事業再開の目途が立たない他の事業者を勇気づけたいという自身の意地と責任は、大きなモチベーションになりました」。

原点回帰で強みを見直し 自社でのワイン製造を再開

再スタートを切った神田葡萄園の製造事業が軌道に乗り、熊谷氏が代表取締役役に就任し、6代目を継いだ2015年には、果実酒の製造免許を再取得。ワイン製造を62年ぶりに復活させる。

「復興事業と捉えられがちですが、実は私が父から本格的に家業を引き継ぐことになった2008年ごろから構想自体はありました。原点回帰で自社の強みを改めて見直し

たとき、次代へも継承可能で、最も有望な事業だったのがブドウを生かしたワイン製造なんです」。

神田葡萄園では、2007年から自社栽培ブドウを原料にした委託醸造のワインを販売していたが、2010年に自社の圃場にワイン専用の苗木を植え、SNSなどで自社オリジナルのワイン造りを宣言するなど、自社醸造の準備を進めていた。ただその矢先に被災し、既存事業再開の費用調達を優先するため、新規事業計画はいったん白紙になっていた。

「それでも企業としての未来を見据えた場合、必要な事業はどんな理由があろうとも、やるべきタイミングで始めなければチャンスを失ってしまいます。これまで自身が体験してきた教訓と、お客さまの期待や取引先の後押しもあって、思い切って資金を調達して工場内に醸造用設備を準備。果実酒の製造免許を再取得し、ワイン造りへの挑戦を再開させました」。

2016年3月、「THE RIAS WINE (リアスワイン)」と名付けられた



4



5



6

12 自社に増設した設備で行われるワイン醸造。小規模ながら1本1本丹精込めて製造されている

3 三陸海岸からの海風をたっぷりと浴びたブドウは、内陸部のものと比べてすっきりとして爽やかな味わい

4 他の農家から仕入れたリンゴも、ジュースに加工して販売している

5 「マスカットサイダー」や「葡萄液」など人気の飲料を生産する工場。オートメーション化が進められ、より効率的な生産を可能にしている

6 神田葡萄園の看板商品である「葡萄液」

7 全国にファンが多い「リアスワイン」



7

約1,000本のワインは全国から注文が相次ぎ、瞬く間に完売。その手応えを感じながらも、「まず地元のお客さまに味わっていただきたい」という思いもあって、2年目以降は販路に地元の酒飯店や直売所も組み入れた。

ワインの仕上がりについては、試飲したソムリエや購入者から、「味わいにミネラル感と爽やかな酸味があって、海の幸と相性の良いワイン」との評を獲得した。

「リアスワインは、製造面でも味わいの面でもまだまだ成長過程だと考えています。地元でワイン造りができる喜びと責任を感じながら、陸前高田の海の幸などの食材のおいしさを引き立てられるようなワインとして、今後もより一層進化させていきたいです」。

被災の街から夢のある街へ 地域の多彩な魅力を発信

被災以降、神田葡萄園ではワイン造りと並行して、ブドウの収穫体験、見学会も積極的に実施。2014年からは「収穫ボランティア」

と題した、参加者にブドウの収穫を体験してもらうイベントを開催。現在も収穫期にはSNSを通じて全国から参加者を募るなど、陸前高田へ実際に足を運んでもらうための取り組みを続けている。

その背景にあるのは、「被災前とは違い、ただ商品を売るだけでなく、多くの人を陸前高田に呼び込まないと、街そのものが衰退していき、東日本大震災の記憶もただ風化していってしまう」という熊谷氏の危機感だ。

「子ども連れのご家族をはじめ、全国各地からさまざまな方々が収穫ボランティアに参加されています。

ブドウのおいしさを発信することはもちろんですが、このイベントを通じて、地元の食材の魅力や美しい景色を直接体験していただくことで、陸前高田の多彩な魅力に触れ、また来たいと思っていただけるようになれば最高ですね。現在は当社単独の活動ですが、将来的には他のワイナリーや漁業関係者も含め、地域全体で連携し、観光ツアーなども企画していきたいです。まだまだ被災のイメージが強く残る場所ですが、やがては景観の美しさ、海の幸の恵みなどのイメージが自然と浮かんでくるような、夢のある街になってほしいと思います」。

地域を盛り上げるために

1 オリジナルのワインを醸造し、
地元食材を引き立てる

2 醸造したワインを軸に
地元の魅力を発信

3 陸前高田市全体のブランディングのため
地元の他事業者と協力



地域振興・スポーツ振興

22

津波で流された商店街を 6年がかりで再興

南三陸ハマーレ歌津

宮
城



業種 卸売業、小売業

代表者 千葉 教行氏〔南三陸ハマーレ歌津商店会会長〕

所在地 宮城県本吉郡南三陸町歌津字伊里前96-1

TEL. 0226-36-3117

FAX. 0226-48-5856

WEB <https://hamare-utatsu.com>

南三陸町の歌津伊里前地区に、2017年4月にオープンした商店街。日用品店や飲食店など、全8店舗が入居している。夏祭りや「春つげわかめまつり」などのイベントを数多く開催し、地元住民の買い物や交流の場としてにぎわいを見せている。運営会社は、同町の「南三陸さんさん商店街」も運営している株式会社南三陸まちづくり未来。



にぎわっていた商店街が 津波によって壊滅

南三陸町の歌津伊里前地区で2017年4月にオープンした「南三陸ハマーレ歌津」。東日本大震災による津波で壊滅した伊里前商店街の復旧を目指して造られた、木造平屋2棟の商業施設だ。地元産の南三陸杉が使われ、木のぬくもりを感じられる柔らかな雰囲気は、建築家・隈研吾氏の設計によるもの。日用品店や飲食店など全8店舗が入居し、イベントの日には地元住民や観光客でにぎわう。

「ここ伊里前地区は、江戸時代の元禄年間から宿場町として町並みがつくられ始め、漁業や林業を主産業として発展を続けました。被災前には約400世帯の集落に対して50軒以上もの商店や事業所が軒を連ね、多くの買い物客でにぎわっていたんですよ」と話すのは、南三陸ハマーレ歌津商店会会長の千葉教行氏だ。父親が創業した衣料品店「マルエー」を継ぎ、伊里前商店街で営業を続けてきた。

伊里前商店街のあった南三陸町は、東日本大震災の被害が特に大きかった地域だ。死者619人、行方不明者211人（2018年11月30日時点）。住宅も約70%が壊滅。商店街も例外ではなかった。

「町や商店街が津波にのまれたときは、自分の店や財産が失われていく実感を持てずにぼうぜんと見ているばかりでした。悲しいという気持ちすらなかなか湧いてこない。自分は幸いにもけがもなく避難できましたが、被災直後は将来のことがまったく考えられないような心理状態でした」。

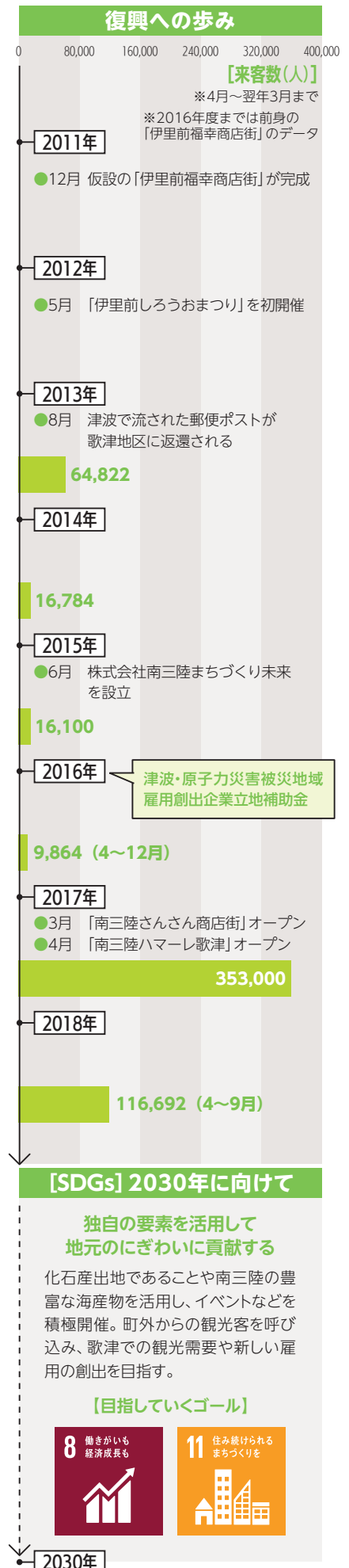
商売再開のきっかけは 南三陸ジャンパー

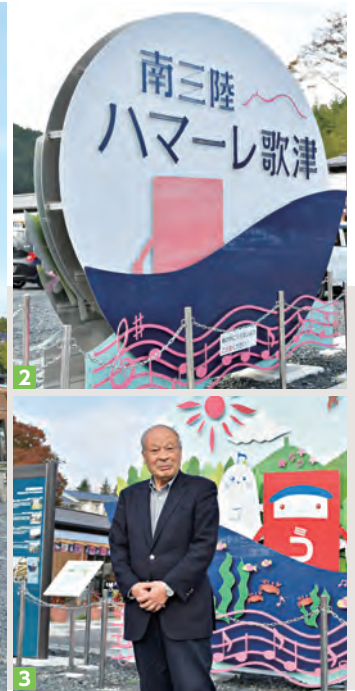
父親から受け継いだ店も自宅も失った千葉氏。気持ちを立て直すきっかけになったのは、2009年ころから店で扱っていた、背中に描かれた「南三陸」のロゴが特徴のオリジナルのジャンパーだった。

「被災から4週間ほどたち、商売をやめることも考えていたある日のことです。他県より南三陸町役場に派遣されていた職員から『あの南三陸ジャンパーを買うことはできますか?』と聞かれました。役場や観光協会の皆さんがジャンパーを着て復興作業を行う映像がニュースでたびたび流れ、話題になっていたのです。すぐに作れる状態ではなかったのですが、『待っているから、ぜひ作ってください』と言われ、『私の商売は地域に必要なんだ。再開しなければ』と考えられるようになったのです。問屋とも連絡が付き、およそ1カ月後に商品をお渡ししました」。

店の営業再開を決めた千葉氏。高台にあって津波を免れた親類の家へ移り住み、ガレージを改築し、仮店舗をオープンした。被災直後は考えられなかったという、被災後の生き方についても心を決める。

「当時の私は60代後半で、たいていの人ならば仕事は再開どころか、もう引退という年齢です。しかし東日本大震災で被災したことによって、いま一度自らの仕事を通じて地域の役に立ちたいと考えたのです。伊里前商店街にいた店主たちとも『前と同じ場所で商店街を復活しよう』と話すようになりました」。





歌津の顔となるイベントが 仮設商店街で誕生

店主たちの熱意が通じ、独立行政法人中小企業基盤整備機構から建物が提供され、2011年12月に仮設商店街がオープンした。名前は「伊里前福幸商店街」。商店街の復興を通じて、地元住民の幸福に貢献したいという思いが込められていた。

「オープン時から7店舗が入居していたほか、観光協会や商工会の事務所もあったので、地域交流だけでなく観光情報やボランティア情報を交換する場所にもなりました。被災者の方々に対して、無料の食事提供などもしていました。被災地の様子を知るために県外から東北を訪れる人も多く、商店街全体で予想以上の売り上げや来客数がありました」。

地元住民や観光客に楽しんでもらうためのイベントも頻繁に開催した。

「2012年から毎年開いている『伊里前しろうおまつり』は商店街の

顔になりました。シロウオ料理の屋台や土産品が並ぶほか、踊り食いやシロウオすくいも楽しめます。南三陸の特産品を生かした『春つげわかめまつり』や『歌津あわび祭り』も人気があり、詰め放題や特売会は毎年盛況です。また、8月の夏祭りには沖縄県出身のバンドBEGINが、2013年から毎年来てくださっているんです。歌津から沖縄県の西表島まで津波で流された郵便ポストを、商店街に届けてくださったことがご縁です。夏祭りに5,000人以上が来場した年もあったほどの人気で、地域の復興に貢献していただき本当に感謝しています」。

ハマーレ歌津がオープン 若い世代も新規に入居

多彩なイベントを開催するなど運営を安定させつつあった商店街はいよいよ、本設商店街の計画を本格化させる。南三陸商工会のアドバイスも受け2015年6月、本設商店街の運営主体として株式会社南三陸まちづくり未来が設立され

た。南三陸町や南三陸商工会、入居予定の店主たちが出資したという。

「勉強会や他地域の商店街視察を通して、『もう一度伊里前に常設の商店街をつくりたい』という目標を当事者たちで共有していたので、意見をまとめる上では大きな障害もなく、皆さんが進んで協力してくれました」（千葉氏）。

2016年には津波・原子力災害被災地域雇用創出企業立地補助金に申請し、2017年4月23日、ハマーレ歌津はオープンした。

「仮設商店街からは6店舗が引き続き入居したほか、若い世代の経営する食事所とカフェが新たに入りました。カフェのオーナーの方は、東日本大震災の後に南三陸にUターンしてこられたそうです。ハマーレの未来を考える上で、若い方がいるのは大変頼もしいことです」。

オープン直後の5月には約8万5,000人もの客が訪れ、商店街はにぎわいを見せた。さらに同年12月には、車で約5分の場所に三陸



12 地元産の「南三陸杉」を使用した木造平屋建ての商店街「ハマーレ歌津」。設計は建築家の隈研吾氏

3 「歌津の魅力を発信したい」と語る千葉氏

4 商店街内の交流施設「かもめ館」ではウニの殻むきなどの体験イベントが開かれる

56 かもめ館に展示されている、歌津から沖縄県西表島まで漂流した郵便ポストと、世界最古の歌津魚竜化石

7 かもめ館の屋上からは伊里前湾を一望することができる



自動車道の歌津インターチェンジが完成し、仙台市内からのアクセスも良くなった。

化石と豊かな海産物で特色を打ち出す

幸先の良いスタートを切ったハマーレ歌津だが、来客数は減少傾向にある。

「地域の人口も減っている現状を考えると、交流人口を増やす試みはますます重要です。従来のイベントを引き続き行いつつ同時に、観光客にも楽しんでもらえる新しいイベントや取り組みにも挑戦し、他団体との連携も積極的に行いたいと考えています。漁業協同組合や町おこし団体『海しょくにん』、『南三陸ふっこう青年会』など、南三陸を盛り上げたいという熱い気持ちを持った方々が多くいらっしゃいますから。実際、以前には『海しょくにん』にご協力いただいて芋煮会やマグロの解体を行ったこともあるんです」。

オープンから2年近くが経過したハマーレ歌津。千葉氏は「これ

からが勝負」と話す。

「商店街が仮設だった頃と比べると『地域のために買い物、観光しよう』と考える人は減っているようです。本設になったことで、以前ほどの支援は不要だと思われるのかもしれませんが、だからこそ、人が集まる魅力を打ち出すことが今まで以上に必要となっています。今後は歌津独自の要素を活用してハマーレ歌津をPRしたいと思っています。例えば、歌津は世界的に有名な魚竜化石の産出地で、貝の化石も多く出土するので、子ども向け化石発掘イベントなど面白いかもしれません。また、ワカメや

アワビなどの多様な海産物の恵みをもっと活用したい。化石と豊かな海という2つの独自の魅力を発信したいですね」。

最後に千葉氏は、商店街復活に至る歩み、ハマーレ歌津に懸ける思いを次のように語った。

「東日本大震災で失ったものは大きいですが、復興を目指す中で物心両面のご支援やご縁をいただき、被災後に得たものもまた多くあります。ご恩を返せるよう、地元住民に便利な場所をつくるという使命感、そして地元観光に貢献するという責任感を持って、これからも活動していきたいと思います」。

地域を盛り上げるために

- 1 定期的なイベントを数多く開き、地元住民や観光客を楽しませる
- 2 地元の多様な人材と連携して新たなイベントをつくり、観光客にPRする
- 3 化石産出地と豊かな海産物という歌津の特色を打ち出して集客を図る



23

地域振興・スポーツ振興

メダリストを支え メダリストに支えられたリンク アイスリンク仙台

宮
城



業種 生活関連サービス業、娯楽業
代表者 加藤 松彦氏 [運営会社 株式会社加藤商会 代表取締役]
所在地 施設：宮城県仙台市泉区高玉町9-2 (三井不動産SPORTS LINK CITY FUN-TEI内)
運営会社：東京都豊島区巢鴨3-22-9 カトウビル2F
TEL. 022-371-0601 **FAX.** 022-773-0545
WEB <http://www.icerink-sendai.net>

1988年11月、「オレンジワン泉」としてオープン。2004年に閉鎖されたが、全国のアイススケートリンクの管理運営を行う株式会社加藤商会が2007年に「アイスリンク仙台」として再開。小学校のスケート教室などで市民に親しまれている。本田武史さん、荒川静香さん、羽生結弦選手ら五輪選手も練習を重ねた。



荒川さんの思いを受け 営業引き受けを決意

2018年の平昌五輪までにフィギュアスケートで五輪金メダルを獲得した日本人選手は、荒川静香さんと羽生結弦選手のみ。くしくも2人は、共に仙台市にあるスケートリンク「アイスリンク仙台」で練習を重ね、世界に羽ばたいた。アイスリンク仙台は、2人の金メダリストを支えてきた。同時に、2人もリンクを支えてきた。

現在、リンクを運営しているのは、東京に本社がある株式会社加藤商会。1965年に創業し、全国約20カ所のスケートリンクの管理運営のほか、整氷機やスケート靴の製造などを行っている。加藤商会がアイスリンク仙台の運営を始めたのは2007年からだ。

かつては別の企業が運営していたが、リンクは2004年に閉鎖していた。その2年後の2006年、荒川さんがトリノ五輪で日本人として初のフィギュアスケート金メダルを獲得する。日本中が歓喜に沸き、荒川さんの得意技「イナバウアー」は同年の流行語大賞に輝いた。

加藤商会の代表取締役、加藤松彦氏はこう振り返る。

「荒川さんが『宮城県は練習環境が整っておらず、私が練習してきたリンクも閉鎖された』と話したことで、宮城県や仙台市が再開に向けて動いたのです。それで、うちに管理運営してもらえないかと打診がありました」。

ただ、社内では「赤字になるのでは」「選手が集まらないのでは」と反対の声も多かった。加藤氏も悩んだ。

「確かに、条件は良くありませんでした。集客の不安に加え、閉鎖期間中に機械は使えなくなってしまい、まるで廃虚のようでしたから改修費もかかります。それでも、当社にとっては東北初のリンクですし、当時は浅田真央さんをはじめフィギュアスケートブームでしたので、挑戦することにしました」。

東日本大震災により休業 リンクには羽生選手も

再開後、数年間は赤字が続いた。そして「やっと経営が軌道に乗り始めた頃に東日本大震災が起きました」と加藤氏は言う。

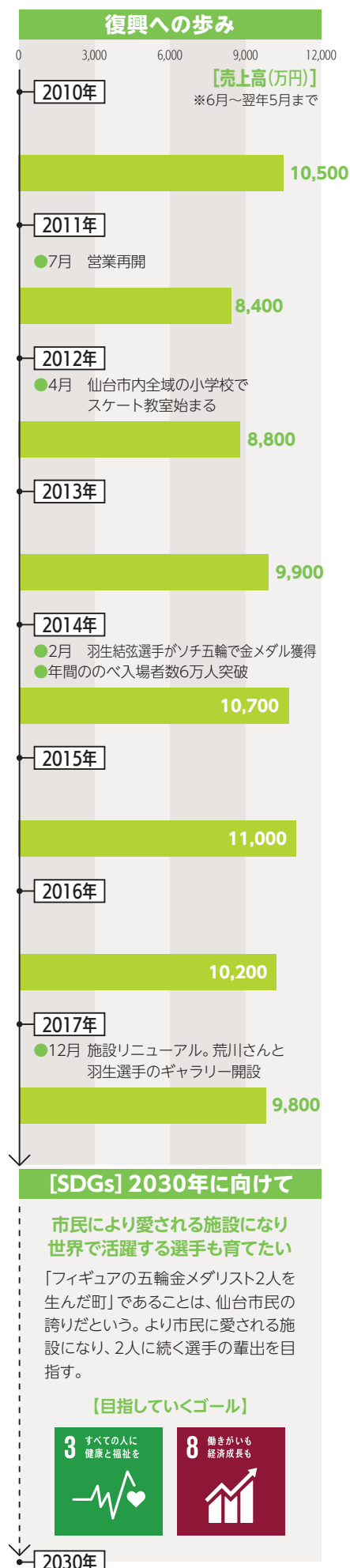
アイスリンク仙台がある仙台市泉区は、震度6弱の地震に襲われた。支配人の在家正樹氏は「私は事務所にいましたが、地面から突き上げられるような感じで、事務所内はぐちゃぐちゃになりました。受付の窓からやっと脱出しました」と振り返る。

リンクには当時、高校生だった羽生選手もいた。

「羽生選手は他のお客さまと一緒に、すぐに外に避難して無事でした。それを聞いてホッとしましたが、『氷が波打った』と話していたそうです」。

政府の節電要請を受け、アイスリンク仙台は休業した。ただ、休業中だった4月、再び大きな地震が起きた。在家氏は「東日本大震災で、壁には崩壊寸前の亀裂が入っていました。その壁が、4月の地震で崩れてしまったのです。リンクの氷が溶けていたため、むき出しになっていた配管は落下した壁で断裂しました」と話す。

休業中、アイスリンク仙台の職

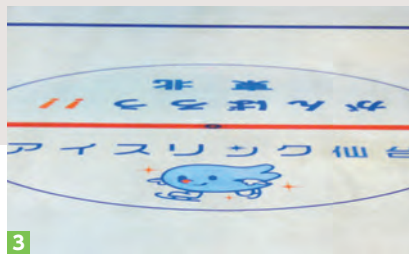




1



2



3



4



5



6

1 かつて荒川さんや羽生選手も練習を重ねたスケートリンク

2 「スケート人口を増やしたい」と語る加藤氏。事務所には羽生選手のサインが入ったパネルが飾られている

3 東日本大震災後に再開したリンクには、「がんばろう!! 東北」の文字を刻んだ

4 アイスリンク仙台で行われた「スケートアカデミー」で子どもたちにコツを教える荒川さん

5 羽生選手からの寄付で購入したアイスリンク仙台のバス

6 荒川さんと羽生選手のゆかりの品が並ぶギャラリー

7 2017年のアイスリンク仙台リニューアル完成披露式典でテープカットをする荒川さん（右から4人目）と本田武史さん（同5人目）

※4と7は三井不動産株式会社提供

員たちは、加藤商会が管理運営する全国各地の現場に派遣された。在家氏も東京や広島、名古屋などに赴任し、ホテル暮らしを続けた。

被災者に喜んでもらえた 早期の営業再開

「スケートどころではない状況が続いている。再開にはしばらく時間がかかるだろう」と、加藤氏も在家氏も考えていた。しかし、羽生選手が各地を転々として練習していたため、「早く再開して」との声を全国のファンなどから受けるようになる。

とはいえ、加藤氏は当時の状況に加え、経営的な観点からも再開を迷った。「夏場に一から氷を張るためには、冬の3倍以上の電力を使う。その上、集客も苦労します」。

それでも、早期再開に踏み切った。「羽生選手のためもありましたし、東日本大震災後にスケートをやめてしまった若い選手も多かった。選手たちの力になれるならという思いでした」。

社員たちも工事を行い、2011

年7月下旬に再オープン。自身も家族と離れ離れになって暮らすなど、被災地の状況を肌で感じてきた在家氏は「まだまだ大変なこの時期に、レジャー施設をオープンしていいのか。市民に受け入れてもらえるのだろうか」と葛藤したという。

しかし、選手や家族連れなどが続々と来てくれ、平日も週末もにぎわった。多くの人が「再開してくれてよかった」と喜んでくれ、毎日のように通ってくれる人もいた。「当時はまだ、娯楽や遊ぶ場所がなかった。必要としてくれる人がこんなにいたんだ、とうれしかったです」と在家氏は語る。懸念していたクレームは1件もなかった。

荒川さんと羽生選手の記念コーナーを開設

羽生選手は仙台に戻って練習を再開した。そして、初出場した2014年のソチ五輪で、日本人男子では初めてフィギュアスケートで金メダルを獲得する。

その後のメディアの取材で、こう話したことがある。「あれ以上、苦しいことも悲しいことも不便なこともない。東日本大震災があったから、困難を乗り越えられるようになり、金メダルを獲得できた」。実は、東日本大震災後はスケートをやめることも頭をよぎったと2012年に出版した『蒼い炎』の中で打ち明けている。

羽生選手は『蒼い炎』、2016年発行の『蒼い炎Ⅱ－飛翔編－』の2冊の印税を全額、アイスリンク仙台に寄付した。アイスリンク仙台は寄付金でバスを購入し、子どもたちの送迎などに使っている。



羽生選手も荒川さんも、折に触れてアイスリンク仙台でのイベントに訪れ、色紙にサインするなどしてくれる。加藤氏は「2人がいなかったら運営を続けられなかったかもしれない」と感謝する。

2017年、アイスリンク仙台が入る商業施設の所有者の三井不動産株式会社は、施設のリニューアル工事を行った。アイスリンク仙台には、羽生選手と荒川さんの記念品を展示するギャラリーを設けた。写真パネルやスケート靴、各賞受賞時の記念品などが並ぶ。写真パネル以外は、いずれも2人が寄贈してくれた。

ギャラリーには多くのファンが訪れる。在家氏は「とりわけ羽生ファンが多いです。最近は中国な

ど外国人観光客も増えていますよ」。今では世界中にいる羽生ファンの「聖地巡礼」の訪問場所の一つになっているという。

地元でさらに愛される施設になりたい

運営を引き受けてから10年以上たち、徐々に仙台に根付いてきた。当初は、リンク周辺だけだった小学校のスケート教室は、今では仙台市内の全域に広がった。フィギュアだけではなく、ショートトラック、アイスホッケー、カーリングなどでの利用も増えている。

加藤氏は今後についてこう語る。「より市民に愛されるリンクにしたいです。また、荒川さん、羽生選手に続く選手も育てたいですね」。

地域を盛り上げるために

- 1 **五輪金メダリスト、選手を応援。**
ギャラリーを開設し、寄付で子どもたちの送迎バス購入
- 2 **東日本大震災後、早期に復旧。**
多くの被災者の娯楽施設に
- 3 **小学校の教室での利用を増やし**
より市民に愛されるリンクを目指す



代表社員の脇坂斉弘氏（中央）と
執行役員の皆さん

24

地域振興・スポーツ振興

特産品焼酎で米を次代に残す 農家のつくった蒸留所の挑戦

合同会社ねっか

業種 農業・林業、製造業
代表者 脇坂 斉弘氏 [代表社員]
所在地 福島県南会津郡只見町大字梁取字沖998
TEL. 0241-72-8872
FAX. 0241-72-8886
WEB <https://nekka.jp>

只見町の米農家が、米焼酎の製造と販売を目的として2016年7月に設立。2017年には福島県内で初となる「特産品しょうちゅう製造免許」を取得し、特産品焼酎の製造を開始。自社で生産した酒米を使った焼酎は、初年度生産分から国際コンクールで受賞をするなど評判を呼ぶ。米や麴を変えた3種類の焼酎を販売するほか、地域の魅力を伝える取り組みも行っている。



「只見の米が消えてしまう」 米農家たちの危機感

福島県の西端、新潟県との県境に位置する南会津郡只見町。ユネスコエコパークにも認定された美しい自然と、その絶景の中を走るJR只見線で知られるこの町で、2016年に地元の農家が集まって酒造会社「合同会社ねっか」を立ち上げた。設立の背景には、地域の農家が抱える強い危機感がある。

只見町は積雪量が2mを超えることもある日本有数の豪雪地帯だ。冬場は農作業が難しく、農家はスキー場などで働くことで収入を得ていたが、ウィンタースポーツ市場の縮小もあり、働き口が減少。福島第一原子力発電所の事故による風評被害もあり、農業を続けることに展望が持てない状況だった。「高齢化が進んで人口が減り、仕事も減る一方では、過疎化もより進行してしまう。このままではいけないという危機感を持っていた」と、ねっかの業務執行社員、三瓶清志氏は語る。

地域の主要産業である米作りも危機を迎えていた。昼夜の寒暖の差を利用したトマト栽培が盛んでブランド化に成功している一方で、専業の米農家は2軒のみ。トマトとの兼業農家も、米の生産比率は3割程度にとどまるのが現状だ。米農家たちには「次の世代に只見の米を残せないかもしれない」という思いがあったという。

雇用創出と米のブランド化 焼酎造りで課題解決へ

冬場に仕事を生み出すこと、只見の米を残すこと。この2つの課

題を解決するため、危機感を共有する米農家の仲間たちで相談を重ね、勉強会に参加する中、地域の特産品を使った「特産品焼酎」であれば、新規参入でも酒造免許が取得できると知った。

自分たちが育てた米で冬場に焼酎を造れば、一年を通して「米」で仕事生まれる。できた焼酎が評判になれば、原料である只見の米の価値も高まる。南会津の蔵元で日本酒造りをしていた脇坂斉弘氏の協力を得て、只見での焼酎造りに動き出した。

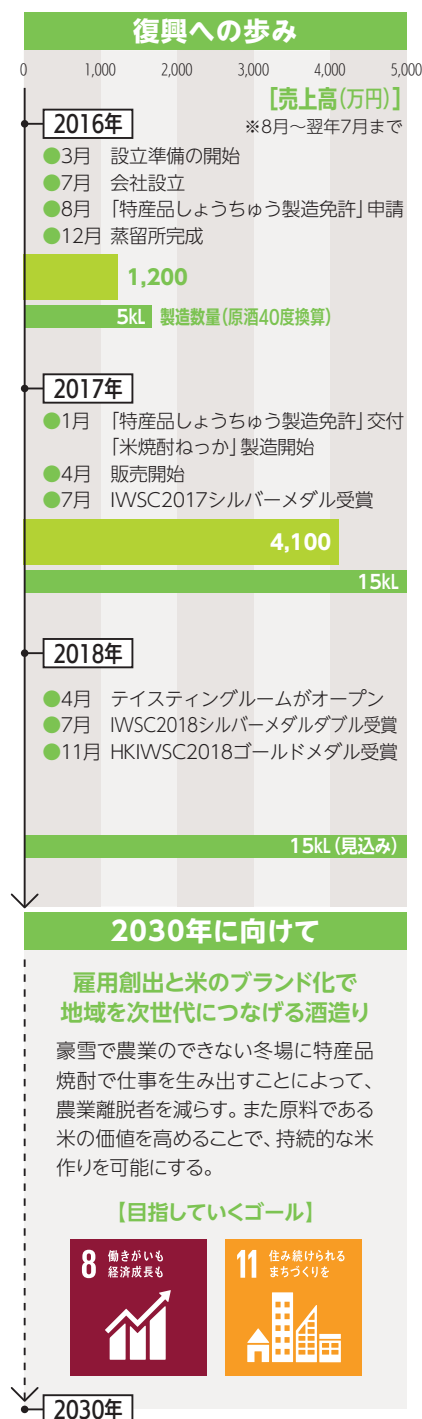
「只見には良い水があるし、自分たちで作った米であれば、年ごとの細かい状態も把握している。うまい酒を造る自信はありました」と脇坂氏。2016年7月、只見町の米農家4人と脇坂氏は「ねっか」という意味を持つ地域の方言「ねっかさすけねえ」から取った。可能性を否定しない、前向きな気持ちを込めた名前だ。

一つひとつ問題を乗り越え 只見らしい焼酎が完成

会社設立後も問題は山積みだった。新規での免許取得が可能とはいえ、国税庁の「特産品しょうちゅう製造免許」の交付には、地域特産品を主原料に使用すること以外にも、年間2万本の製造と、その売り先を事前に確保する必要があったのだ。

「まだ造ってもいない、味も分からない焼酎の販売先を見つけるのは大変でした」と、三瓶氏は笑う。

免許取得はまだだったが、設備の準備も開始した。空き家を譲り受け、地域の人の手も借りながら、



①只見の米と水で造られる「米焼酎ねっか」



1

12345自分たちで古民家をリノベーションした“日本一小さな蒸留所”。只見の米と水に福島県産の酵母を使用した、こだわりの米焼酎が造られており、冬季の仕込み時期には5人の地域雇用を創出している

6782018年4月、蒸留所の横にオープンしたテイastingルーム。バーカウンターで試飲が楽しめるほか、限定ボトルや社員の作るトマトジュースの購入も可能

9ワインと蒸留酒の世界的なコンクール「IWSC」にて、「米焼酎ねっか」（左）は2年連続、「ばがねっか」は初出品で、シルバーメダルを受賞した



2



3

自分たちで蒸留所へと改装。焼酎を保存する樽は只見産の木材を使用したものを用意し、ラベルも町出身の画家に依頼するなど、原料以外も只見にこだわった。

2016年12月に“日本一小さな蒸留所”と自称する2階建ての施設が完成。初蒸留を控えた脇坂氏たちは熊本県へと足を運び、米焼酎のトップブランド、球磨焼酎の4つの蔵で教を乞う。脇坂氏以外の4人にとって、酒造りは未知の分野。脇坂氏にしても焼酎造りは初めての試みで、日本酒造りが中心の福島県では参考にできるデータも少なかったからだ。どんな味の焼酎を目指すのかも決まっていなかった。

学んだ蔵は味にこだわるだけでなく、蔵ごとの個性を持っていた。「どうせ挑戦するのなら、球磨焼酎に負けない個性を持ったものにしよう」と脇坂氏はイメージを固めていく。自分たちで育てた上質な只見の米に、福島県産の酵母を使用。日本酒の醸造技術を土台に、蒸留技術を加え、華やかな香りを持った「世界一、和食に合う米焼酎」が目標だ。2017年1月には「特産品しょうちゅう製造免許」も無事



4



5



6



7



8



に交付され、試行錯誤を繰り返しながらの初蒸留が始まった。

国際コンクールで金賞獲得 地域雇用の創出にも成功

2017年2月、「米焼酎ねっか」が完成した。すでに販売先は決まっている。「果たして売り物になるのか」という不安の中、最初の一樽を5人で試飲。「うまい!」「この味なら戦える」と仲間たちに笑顔がこぼれた。只見で行われた試飲会での評判も上々。手応えを感じた脇坂氏は、いつかは挑戦したいと考えていた国際的な蒸留酒のコンクール、IWSC（インターナショナル・ワイン&スピリッツ・コンペティション）への出品を初年度から決意。いきなりシルバーメダルを受賞した。「できあがるまでは不安もありましたが、海外で評価されたことは自信になりました」と脇坂氏は語る。地域の口コミに受賞効果も重なり、数カ月で在庫が無くなるほどの売れ行きを見せていたのだ。

好評を受け、ねっかは事業を拡大。2018年4月にはテイスティングルームをオープンさせ、蒸留所の増設も検討中だ。雇用創出にもつながり、Uターンで戻ってきた

20代の若者を通年雇用するほか、冬季の仕込み時期には5人の雇用を生み出し、さらに1人が増員予定だという。

米焼酎の製造量も増やした。6haの自社^{ほじょう}圃場には、すべて酒造好適米を作付けしているが、さらに製造量が増えれば他の圃場にも作付けを依頼することになり、只見の農地の維持につながる。会社設立時に考えていた農業と酒造のサイクルが、うまく回り始めるはずだ。

IWSCへの挑戦も続けている。2018年7月には「米焼酎ねっか」に加え、日本酒の吟醸酒と同じように米を精米歩合60%まで削った「ばがねっか」を出品し、2銘柄でシルバーメダルを獲得。同年11月

に香港で行われた「HKIWSC」では「米焼酎ねっか」が最高賞のゴールドメダルに輝き、国際的な評価はさらに高まった。常温で持ち運べる焼酎は輸送がしやすく、海外への展開も視野に入れており、設立からわずか2年で事業は広がりを見せている。

米焼酎を柱に地域を守る 住み続けられる町づくり

行政と連携して新たな取り組みも始めている。一つは田植えと稲刈りを通じて地域外から人を呼び、地域の魅力を伝える農業体験イベント「KARIYASU」。もう一つは高校3年生に酒米と酒造りを体験してもらい、できた酒を2年後の成人式にプレゼントすることで、進学や就職で地域を離れた後に魅力を再認識してもらう「18歳の酒プロジェクト」だ。地域を次世代につなぐために、脇坂氏は積極的に活動を続けている。

「只見へは移住をしてきましたが、家族も美しい自然と住人の優しさを気に入っています。将来、子どもたちが地元に残ると決めたときのためにも、次の世代が安心して生活できる町をつくっていききたいですね」。

地域を盛り上げるために

- 1 農業と酒造のサイクルをつくり
地域の過疎化を防ぐ
- 2 国際コンクールに挑戦することで
地域に自信を与える
- 3 地域内外に魅力を伝える取り組み
を行政と連携して展開