

ローカル鉄道応援酒「鉄の道」による地域活性化

佐藤建吉（一般社団法人 洗楓座 & 千葉大学）

Keyword： ローカル鉄道、日本酒、鉄の道

【はじめに】

鉄道は、日本の近代化と経済発展に大きな役割を演じてきたが、ローカル鉄道はマイカー利用・過疎化・少子化等により、経営状態が悪化し、赤字経営が続いている路線・会社も多い。ローカル鉄道の沿線には、創業が江戸時代に遡る日本酒蔵も多いが、ビールや焼酎に圧迫され経営状態が悪化している。「ローカル鉄道」と「日本酒」は、地域の観光の目玉であり、日本の文化・伝統が凝縮されている「地域活性化」には不可欠の地域資源でもある。本稿では、ローカル鉄道と日本酒蔵がコラボレーションすることで、地方を元気にし「地域活性化」「地方復興」を目指す「鉄の道プロジェクト」について報告する。

【概念の構築】

「鉄の道」は、国土交通省の「新たな公」によるコミュニティ創生支援モデル事業（平成 20、21 年度）のローカル鉄道沿線活性化事業として、当初は千葉県の房総横断鉄道沿線（いすみ鉄道と小湊鉄道）をモデルとして行われた[1, 2]。

モデル事業の概要は以下である。全国には 90 社を超えるローカル鉄道があるが、経営が危ぶまれているところも多い。そうしたローカル鉄道沿線には、長い歴史を持つ酒蔵があるが日本酒離れが進み、ローカル鉄道と同様に衰退傾向にある。この事業では、鉄道と酒蔵の両方を活性化するため、同じ状況にある全国のローカル鉄道と沿線の酒蔵をネットワークとしてつなぎ、連携する提案を展開した。具体的には、全国のローカル鉄道沿線の酒蔵から全国共通の銘柄名として、ローカル鉄道応援酒『鉄の道』をリリースする活動を行った。

主旨としては、上述のように「ローカル鉄道」と「日本酒蔵」のコラボレーションにより、地域を活性化することであり、特徴としては、そのツールとして鉄道沿線の酒蔵から全国共通の銘柄の「鉄の道」を商品化することにある。

ローカル鉄道会社も日本酒蔵も、それぞれが大都市への人口流出・少子化・長期経済不況等による事業低迷に耐え抜く経営努力をしているが、これをネットワーク化し全国的なパワーとして、認知度を高め、地方活力にすることがねらいである。「日本酒」のラベルは、書道で書かれるのが通例であるので、モデル事業に相応しい書道家に依頼し揮毫して頂いた。それは、もう一つのシナジ

ーでもある。「ローカル鉄道」と共に「書道」がもう一つの柱となり、「地域活性化」を促進することを概念とした。この概念は、図 1 のように表現される。



図1 「鉄の道」がつなぐシナジー

【活動結果・現状】

ローカル鉄道応援酒「鉄の道」は、ローカル鉄道応援酒/いすみ鉄道/鐵の道として、第1号が、平成21年12月に商品化された。



図2 第1号の「鉄の道」(木戸泉酒造)

第1号の木戸泉酒造の「鐵の道」は、いすみ鉄道沿線の山田地区の田圃で合鴨農法により育てられたコシヒカリを使用して造られたこだわりの清酒(純米酒)である。「鐵の道」の揮毫は、現代書家の渡邊麗先生による。裏ラベルには、「初夏には源氏ホテルも乱舞するほど水がきれいな地域で育てられたお米で造った純米酒です。いすみ鉄道沿線の情景を思い描きながらお楽しみ下さい。」との酒造からのメッセージが刷りこまれている。

第2号の「鉄の道」は、大阪の水間鉄道応援酒/鐵の道として、平成23年5月に商品化された(図3)。その裏ラベルには、「大阪府においては、貝塚市の水間鉄道と岸和田市の井坂酒造のコラボで発売されることになりました。地元泉州のお米を100%使用するこだわりの“大阪もんの”純米酒で、芳醇な飲み口とコクが特徴です。」と



図3 第2号の「鉄の道」(井坂酒造)

ある。また、「鐵の道」の揮毫は、和泉佐野市在住のTV必殺シリーズのタイトルロゴ書家の糸見溪南先生による。本品はイベントで限定販売されている。

第3号の「鐵の道」は、平成23年3月11日の津波で被災した三陸鉄道沿線の久慈市の福来から、平成24年4月1日の北リアス線復旧開通記念行事に合わせ、同日に商品化された。ラベルは、図4のように北リアス線の鉄道路線図を描き、津波で寸断された線路が復旧されたことを記念し揮毫された「鐵の道」の文字も繋げられてデザインされた。



図4 第3号の「鐵の道」(福来)

福来の三陸鉄道北リアス線応援酒／鐵の道の裏ラベルには、「三陸鉄道は2011年3月11日の東日本大震災の地震と津波によって損壊しました。福来は、三陸鉄道北リアス線の復興を特別純米酒『鐵の道』で応援します。」と明記されている。福来の「鐵の道」も、地元の岩手県産の酒造好適米の「ぎんおとめ」を100%使用し、純米酒に仕上げられた。

以上のように、「鐵の道プロジェクト」(商品名「鐵の道」)は、地元が地元を支えることが重要な切り口である。鉄道と酒造、そして書家が、コラボレーションし、プロジェクトの主旨を活かした取組みが実践されている。

【今後の展開】

「鐵の道プロジェクト」は、繰り返しになるが、地方の再生、ローカル鉄道の存続、日本酒文化の復権をテーマに、全国のローカル鉄道沿線の酒蔵から「鐵の道」という共通銘柄の日本酒を発売し、鉄道ファンや日本酒フ

アンをはじめ書道ファンを含めて多くの方々に、ローカル鉄道を応援して頂くとするコンセプトで展開する試みである。このプロジェクトを継続して行うには、「できる状況づくり」[3,4]が重要である。

現在、「鐵の道プロジェクト」は、図5に示すように地域が拡大しつつある。全国的な広がりは「鐵の道」をブランド化し、各地域の価値と重要性を認知させ、地域活性化、地方復権につながると期待される。



図5 「鐵の道」プロジェクトの広がり

「できる状況づくり」の一つとして、「鐵の道」の揮毫を、沿線の高校や大学の書道部の生徒や学生が担うことで、通学者や若い世代が地元を支える輪を広げる展開を進めている。それは、書道ファンを引き付ける波紋となる。さらに輪を広げるため、「鐵の道」書道コンクールを実施することを、今後の提案としたいと考えている。

【まとめ】

ローカル鉄道には、社長の独創的発想・車両デザイン・キャラクター導入等の経営手法、サポーターズの活動、官公庁の支援事業、マスコミ・メディアの報道などが奏して関心が高まり、経営状態が好転している例もあるが、「鐵の道」は全国をネットワークする多面的な仕組みであり、関係者が協働し大いに応援したいと考えている。

【引用・参考文献】

- 1) 平成20・21年度「新たな公」によるコミュニティ創生支援モデル事業、モデル事業の事業結果概要、http://www.mlit.go.jp/kokudokeikaku/aratana-kou/pdf_h21/4_kantou_block/4-10_kantou.pdf
- 2) 「新たな公」によるコミュニティ創生支援モデル事業事例集、http://www.mlit.go.jp/kokudokeikaku/aratana-kou/pdf_h22/4_kantou_block/4-7_kantou.pdf
- 3) 佐藤建吉、2009、地域再生は「地域reづくり」のための「状況づくり」、「今、求められる『地域力』とは」、2009年度年次大会『地域活性化学会 第1回研究大会』
- 4) 佐藤建吉、2012、「できる状況づくり」、毎日フォーラム、2012年1月号、pp. 38-39.