

6

奄美大島 (鹿児島県瀬戸内町)

地ビールで 奄美の食文化に広がり

瀬戸内町地域おこし協力隊・合同会社奄美はなはなエール代表社員／Uターン 泰山 祐一

島の宴の乾杯は地ビールで

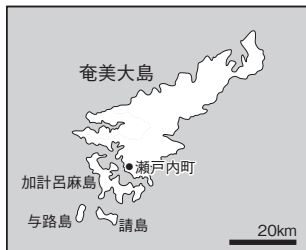
私は現在、奄美大島の南端に位置し、大島海峡を挟んで加計呂麻島・請島・与路島を含む四つの有人島からなる瀬戸内町で地域おこし協力隊として活動しています。奄美大島に生まれ、同島出身の両親を持つ私は、幼少期に首都圏へ引越しましたが、島を離れてからも、祖父母に会いに奄美へはよく帰省していました。生まれ故郷であり、祖母、親戚などとの思い出の詰まった奄美大島に何か貢献したい、という気持ちから隊員を志願しました。

協力隊としての活動内容はさまざまで、主なものだけでも農業の地産地消の啓蒙活動や観光体験プログラムの開発、移住者・希望者への対応、(久慈や西古見など西方地区の)集落

支援活動などがあげられます。

これらの取り組みを通して、あらためて実感したのは奄美の食文化の豊かさです。鶏飯をはじめユセイ(エソ)のヒムン(焼き魚)、油そうめんなど島独自の郷土料理があり、そこには必ず黒糖焼酎(酒税法で奄美群島でのみ製造が認められている)も並びます。ただ、私が宴の席で気づいたのは、乾杯は「ビール」という点です。しかもそのビールには、奄美の原材料がまったく使われていません。

その後、独自に調べたところ、奄美群島には地ビールがないことが分かりました。地元の方々から「奄美のビールがあれば良いのに……」という話をよく耳にしていたこともあり、地域の声に応えたいと「奄美群島島地ビールプロジェクト」に取り組み決意を固めました。地ビールが完



奄美大島：鹿児島の南約380km、沖縄の北約300kmに位置する亜熱帯海洋性の島。周囲約461km、面積約712.21km²、人口60,054人(平成29年7月現在)。アマミノクロウサギ、ルリカケスなどの特別天然記念物をはじめ固有の動植物にめぐまれることから、東洋のガラパゴスとよばれる。

成することで、奄美の「食」がさらに豊かになると思ったこと、観光面にとっても効果が大きいと考えたことも動機のひとつです。また、私が新たな取り組みを始めることで、奄美に住む近い世代の若者が、自分のやりたいことに挑戦できる環境を醸成できればとの思いもありました。

ビジネスコンテストに挑戦、みごと採択

地ビールづくりに際し、全国の地域おこし協力隊を対象とした総務省主催のビジネスコンテスト「地域おこし協力隊ビジネスアワード事業」の活用を検討しました。この事業は「自治体の支援のもと、起業に取り組み現役隊員または隊員OB・OGの取り組みで、先進的なものをモデル的に支援」（総務省HP）するもので、採択されると最大三〇〇万円まで国から財政支援が受けられるほか、専門家からのアドバイスや研修を受けながら事業の実現に取り組んでいくことができます。



「奄美群島 島地ビールプロジェクト」についてプレゼンする筆者。

事業計画を書いたこともなく、ビール業界の経験のない私にとって、同事業への応募は不慣れな部分が多くとても苦労しました。酒類を販売するのにどのような免許が必要なのか、お酒がどのように流通し、どのくらいの利益が出る構造になっているのかなど、基礎的なことも知らない状態から手探りでのスタート。奄美での先行事例もなく、専門的な知識を持つ方々にヒアリングしたり、ご意見をうかがいながらなんとか二〇一六年度のコンテストの申請までこぎつけました。

提案した事業内容は、黒糖をはじめ奄美群島の特産品を活用し、さまざまなフレーバーを使った島の地ビールを試作、実際にクラフトビール会社に委託してつくってもらおうというものです。

審査員の方々からは、「将来的な事業規模の拡大が見込まれ、地域での雇用創出につながる可能性がある」「地元の方々が島の地ビールに期待しており、取り組む意義がある」といった評価をいただき、幸運にも採択となりました。二〇一六年七月のことです。

採択に際しては、「奄美群島は、国立公園の指定、さらに世界自然遺産登録などが予定されており、観光客が増加傾向にあるかもしれない。しかし、それもピークが過ぎれば減少に転じていくことを忘れてはならない。右肩上がりを見込んでいくのではなく、あくまでも自分たちの身の丈にあ



地元のイベントで一般の方に試飲をしていただいた。

った規模で、着実に事業を進めること」という指摘をいただき、肝に銘じながら取り組んでいるところです。

島の人たちと試行錯誤したビールの味

国の支援のもと本格的に事業に取り組み始めましたが、すべてがトントン拍子で進むわけもなく、苦労したことはたくさんあります。

一つ目が、ビールの味です。ビール通が好みそうな味(大手ビールメーカーのビ

ールとは異なる、微炭酸でコクのあるまろやかな味わいなど)を追及すると、意見が極端に割れてしまいました。試飲した半数の人が美味しいと評価してくれたと思ったら、残り半数から美味しくないという意見が出されたこともあります。

当初は、全員に美味いといってもら

えるものにしたと考えていました。しかし、試行錯誤を重ねるうちに、人の味覚は各々で異なり、すべての方の理想に添えることは難しい、ということに気がつきました。

そこで「まずは自分が好きな味であること、そしてそこから島の人たちと一緒に改良を加えていこう」と、考え方を切り替えて商品開発を進めました。

昨年度は、委託醸造による二度の試作品開発を行い、総勢五〇〇名を越える方々に試飲していただくなど、一緒に味を検討できたと思います。

「結いわく」の精神が生きる商品づくり

二つ目は、奄美群島の原材料を活用した地ビールづくりへのこだわりです。この点については、奄美の特産品として、黒糖、パッションフルーツ、タンカンの三種の原材料を確保していくことにしました。このうち特に果物はそれぞれ旬の時期に原材料を確保しなければなりません。ビールに合う原材料をつくっている会社もなく、農家や加工会社と相談をしながら原料を確保していきました。

原料の仕入れに際し意識した点は、妥当な価格での買入れです。昨今、過度な価格競争が進み、農産物が買い叩かれ、一次産業の従事者が苦しい思いをしているケースが少なくありません。しかし、事業の継続性という点において、一次産業従事者が納得して、快く協力をしてくれるフ

エアな関係づくりはとても重要なことです。かつて奄美では「結いわく」という島人たちが互いに助け合いながら農作業などを行う仕組みがありました。この地ビール事業も結いわくの精神で、農家や加工会社の人たちとともに島おこしにつながる取り組みをしていきたいと考えています。

大切なのは作り手と消費者の関係性

そして最後が、この事業の重要なポイントで、島の地ビールを「単なる地ビール」にしないための工夫です。単なる地ビールとは、味や価格、デザインのみに判断されるビールという意味です。もちろん味や価格は、商品にとって絶対に押さえておかなければならないポイントではありません。しかし、私が大切にしたいと思っているのは、ビールの作り手（製造者だけでなく原料の生産者から小売店まで）と消費者の関係性です。

この商品がどのような想いで開発され、どのような想いをもって売られているのかをしつかりお客様に伝えた上で、手にとってもらいたい。例えば、大手ビールメーカーが販売している商品は、CMなどでよく目にします。しかし、この商品を通じてどのような世界を創りだしたいのかという作り手の想いまではなかなか見えません。私の目標は、多くの方に商品を飲んでいただくだけでなく、地ビール事業を通じて作り手から消費者まで一緒になって島おこしを

していくことです。そのため私は常に自分たちが目指すビジョンをオープンにすることを心掛けています。

クラウドファンディングで経営ビジョンを示す

以上の地ビール事業を今後も継続的に進めるべく、今年四月に「合同会社奄美はなはなエール」を設立、六月には酒類販売免許を取得しました。社名には「奄美の乾杯を応援する会社」という意味が込められています。

奄美群島には多様な自然、動植物が残っています。そんな島はまさに楽園であると考え、開発した地ビールは「AMAMI GARDEN」（＝奄美の楽園）という商品名にしました。ラベルは、同じく島人の YUNA TOYOSHIMA さんによるデザインです。

本格的にビールの販売を開始するにあたって、私たちの目指すビジョンや地ビールにかける想いを広く示し、これに共感し「AMAMI GARDEN」を応援してくれる方々に「初仕込みビール」を届けることはできないかと、考えました。そこで一つの選択肢として目をつけたのがクラウドファンディング（事業に共感する不特定多数の人から資金などの調達を行う仕組み）です。クラウドファンディングは、企画立案者の想いを一般の方々に広く訴え、運転資金を得る手段として、とても良いツールだと思います。

五月、支援金の目標金額を一〇〇万円に設定し、支援者

行政からのメッセージ

◎地元の良さを町内外に伝える実践者

平成27年6月、瀬戸内町の本島側において、特に過疎化が進みつつある西方^{にじかた}地区を活性化させる目的で、泰山祐一さんを地域おこし協力隊員として配置いたしました。

同地区は飲食店や宿泊所が少なく、観光客が訪れることも少ない地域であり、どのような地域活性化の取り組みができるかが課題となっております。

泰山隊員の活動は、役場が実施する移住定住事業や集落行事の手伝いからスタートしましたが、早い段階から自ら事業を企画し実践に移してくれ、地元民の目線では見逃していたことを、少しずつ気づかせてくれました。特に、訪れる機会の少ない本町最西端の西古見集落の絶景をPRした「西古見フォトコンテスト」は、地元の良さを改めて確認する機会となりました。

このほか田んぼの少ない本町で「田んぼ再生プロジェクト」を立ち上げるなど、今まで誰も思いつかなかったことへのチャレンジや、「西方新聞」の発刊など同地区の情報発信にも精力的に取り組まれております。

泰山隊員の魅力の一つは、誰とでも笑顔で爽やかに接するコミュニケーション能力です。さまざまな分野の方々と関係を構築していく姿には、目を見張るものがあります。また、ユーモアあふれる企画力や行動力も長所です。周囲を楽しくさせる性格のため、会議などでも笑顔が絶えません。

現在、泰山隊員は地域おこし協力隊ビジネスアワードを活用し「地ビール開発事業」に取り組んでおります。焼酎文化が強い奄美にあって、地ビールのアイデアが受け入れられるのかと、当初は心配でした。しかし、イベントなどでの試飲会やテレビ番組などで紹介されることで、町だけでなく奄美全体に周知されはじめています。実際に、いつ販売されるのか、といった島の方々の声も聞こえてきています。酒類の特産品がない瀬戸内町においては、ぜひ成功してもらいたい事業です。

泰山隊員の活動により、西方地区をはじめ瀬戸内町の住民も、自分たちが住んでいる地区の良さを再認識し、考え方も少しずつ変わってきているのではと感じています。

隊員の任期満了まで残すところ1年を切りました。これからは、起業して瀬戸内町に残る準備期間でもあるため、町としてもバックアップしていく必要があると考えております。

本誌が発行される頃には、地ビール「AMAMI GARDEN」が販売されていると思います。奄美大島・瀬戸内町にお越しの際は、ぜひ「AMAMI GARDEN」で乾杯しましょう！

(瀬戸内町企画課 産業立地係長 太原佳文)

には初仕込みの地ビールやオリジナルグッズを返礼品として贈る形で支援を募りました。その結果、約四〇日間の募集中期間（五月一九日～六月三〇日）で、目標を超える一七七万

円の支援金が集まり、我々の事業の方向性に共感してくれ方が多いことを確認できました。支援金はもちろんですが、今まで関係のなかった方々と知り合い、人間関係の輪

が広がったことが一番の収穫だと思えます。自社のフェイ
スブックのページも、この取り組み前後で二〇〇名程ファ
ンが増え、今後の情報発信の強化につながりました。また、
知り合いの事業者を紹介してくださる方もおり、奄美群島
内外の販路を開拓することもできました。

地域に愛され、挑戦を続ける会社を目指して

動き出したばかりの地ビール事業ですが、私にはこの事
業を通じて、成し遂げたい目標があります。

一つ目が将来的に奄
美群島で醸造設備を立
ち上げ、さらに島内で
麦やホップの生産を行
っていくことです。奄
美の島々には五穀豊穡
を祈る豊年祭という伝
統行事があります。こ
の五穀豊穡には、米や
麦、粟、豆、黍の穀物
が豊かに実ることを願
うという意味があり、
かつては各集落でその
穀物をつくっていたそ



左から「たんかんパベルエール」「パッションウィートエール」
「黒糖スタウト」。



合同会社奄美はなはなエールのロゴ。

泰山祐一（やすやま ゆういち）

昭和61年奄美大島生まれ、両親も同島出身の生粋の島人。幼少期より神奈川県で過ごす。大学卒業後、広告代理店やオーガニック専門店の販売企画などを経て、平成27年にルーツである奄美大島の瀬戸内町に地域おこし協力隊として孫ターン。現在は、協力隊の任務を遂行しながら、合同会社奄美はなはなエールの事業の拡大に奮闘する日々を送る。

うです。現在、穀物をつくる集落はほとんどなくなってしまいましたが、麦畑を復活させることで、豊年祭も本来の姿に近づけていければと考えています。

二つ目は、従業員から愛され、周囲の人々から働きたいと思われる会社にする事です。社員の給与額を島の平均から、島の平均に近づけることも目標です。そして、将来的に島外へ出ていく若者を減らし、戻ってくる若者を増やすことができればと思っています。

もちろん、私自身も今よりもっと島が好きになるよう取り組んでいきたい。奄美はなはなエールという会社に関わるすべての人たちが切磋琢磨し、どんどん新たな島おこし事業にチャレンジできるような会社に成長させていきたいと思っています。