

＜地域経済の現場からⅡ＞

朝日町における酒蔵と行政のかかわり

宮本秀治

朝日町の産業を考える場合に、戦前から戦後の高度経済成長時代においては、東芝を中心に考える必要がある。朝日町に東芝が工場を設立したのは、1938 年のことで、その歴史は古いと言えるだろう。この当時朝日町の産業は、農業が中心であり、工業という発想がそれほど当たり前ではない時代である。朝日町の発展はこの東芝とともにあったので、高度経済成長時代には東芝に就職する事は、町民の意識としては、成功ととらえられていた。

町民の意識としては、東芝と言う非常に大きな工場があり、それによって膨大な税収がもたらされたが故に、大企業へ依存しがちであった。そのため産業の発展を考える場合に、中小企業振興よりは大企業の工場誘致や工場の活性化に意識が行きがちであり、住民も行政もその傾向が強かった。

それに対して、現在、町内では個人商店は非常に少ない。戦前からあった個人商店は時代とともに衰退し、もしくは、後継者がいないために縮小していったが、町内では悲観的な事と受け止められていない。また現在朝日町で継続している個人商店は、日本酒の蔵元など、特色や独自性がなければ存続しえないものが多い。

朝日町は、面積では三重県で最も小さい町であるが、地酒の蔵元が現在でも 2 軒もあり、周辺の市町と比較すると、割合としてはかなり多くなる。例えば、人口が約 20 万人の鈴鹿市には 1 軒、約 14 万人の桑名市ですら 2 軒しかなく、朝日町と同じ郡である三重郡で人口が 1 万人以上の川越町や約 4 万人の菰野町でも 1 軒しかない。三重県北部のいなべ市や東員町、木曽岬町に至っては蔵元が存在しない。さすがに周辺で最大の人口をかかえる人口約 30 万人の四日市市には 6 軒あるが、それでも人口に占める割合は多いとはいえない。三重県に「町」は 15 あるが、その中で蔵元がある町は 6 しかなく、むしろ蔵元がある町の方が少数派で、人口が 1 万人程度にも関わらず、2 軒もある朝日町はかなり珍しい。

酒蔵の存在と数に関する課題は、町内に酒蔵が 2 件あるにも関わらず、その存在を町民が余り知らない事である。酒蔵の出している酒の銘柄を知らない

人や他の銘柄と混同している人も多い。理由としては、酒蔵は生産を専門に扱うので、酒造場での販売場所を知らないことや、そもそも蔵元で販売していること自体を知らない人が多いことなどが考えられる。また県内でも酒造場の割合としては多いが、それを認識されていない。

朝日町は、現在は四日市市の名物となっている萬古焼発祥の地であり、現在は桑名の名物となっている焼き蛤の発祥の地である。その反面で大企業依存が強いのか、それらの産業は現在廃れており、町内で見えることはできない。また町内には主要な名産と言われるものはない。朝日町では、以前より名産品を望む声があり、それに対応する形で山野の竹を利用した筍の瓶詰めなどがあったが、一過性の事業であった。現在でも町の課題の一つとされている。

それらを踏まえて、商工会との関係で、2 件の蔵元がそれぞれの酒を一つの箱に積めて朝日町の名物として販売した。販売結果は、必ずしも多いとは言えなかったが、町内に酒造場があることや名産品の一つになり得る可能性があることを示すことができた。現在まで行政の取り組みとしては、朝日町としては酒蔵は一私企業であるので、全体的な商工業の発展以上の扱いはしていない。先の朝日町の名物においても、商工会という行政とは異なる機関での企画であった。

ここでは朝日町の蔵元である、安達酒造の取り組みを紹介したい。安達酒造が行っている知名度の拡大の方法は、蔵祭、新酒の披露、酒造り体験などである。蔵祭は 2013 年の夏から毎年行われ、既に 3 回を数えることになった。平日の午後から酒造場で行われ、蔵見学や移動販売者による販売、酒の飲み比べ、音楽家の演奏などの行事を行っている。日時にもかかわらず、毎年盛況である。蔵元の工夫としては、SNS を利用しての町外への発信を行っている。またボランティアスタッフの活用も盛んである。新酒の披露は、蔵元でしか飲めない酒の試飲が出来るので、好評である。酒造り体験は地元の学生に対して行われる。

情報の発信として、SNS が中心に行われるが、行政内の有志により、新聞社への情報発信も行われている。情報を求める新聞社と町の情報を発信したい行政職員の有志、知名度を上げたい蔵元の目的が一致することで、新聞記事となる。この場合の行政の情報提供は、産業関係の部局の働きかけではなく、

本業とは全く関係がない新聞社と密接な関係を持つ職員やその他関係者の独自行動によって行われる。よって、新聞記事になる場合も行政全体としては、全く関知しない場合や、記事そのものを知らない場合もある。その意味では純然たる行政活動といえるかどうかは、評価が難しい。これは、朝日町が小さい町であるが故に可能な手法である。新聞記事の利点は一般町民への認識を提供することにある。酒造場自身が宣伝をしても、町内ではそれほど注目を浴びる事がないが、新聞記事なると外部によって権威が付き、町内での評価が非常に上がる。町民が求めているのは、酒の味ではなく町外の権威なのかもしれない。

以上のように朝日町の酒蔵について書いてきた。朝日町の特徴としては、行政が正式な形としては、支援はしていない反面、新聞記事として掲載されるなどである。

(元京都大学公共政策大学院)