

# 日本酒づくりを介した市民による棚田の保全 —棚田で地酒を造る会「お殿田」を事例に—

田代 優秋<sup>1</sup>・坂本 真理子<sup>2</sup>・澤田 俊明<sup>3</sup>・森 紗綾香<sup>4</sup>

<sup>1</sup>正会員 徳島大学学術研究員 ソシオテクノサイエンス研究部 (〒770-8506 徳島市南常三島町2-1)  
E-mail:tashiro@ce.tokushima-u.ac.jp

<sup>2</sup>正会員 有限会社環境とまちづくり主任研究員 (〒771-4501 徳島県勝浦郡上勝町福原川北30番地)  
E-mail:mariko-s@beetle.ocn.ne.jp

<sup>3</sup>正会員 有限会社環境とまちづくり代表・徳島大学客員教授  
(〒771-4501 徳島県勝浦郡上勝町福原川北30番地)  
E-mail: tksswduwhu@quolia.ne.jp

<sup>4</sup>正会員 徳島大学特任助教 地域創生センター (〒771-4501 徳島県勝浦郡上勝町福原川北30番地)  
E-mail: mori@cr.tokushima-u.ac.jp

本研究では、徳島県の一般的な棚田における非農家・地域外住民による15年間の棚田耕作から日本酒を製造販売する事例を取り上げ、その継続要因について人的・経済性の要素から分析した。その結果、従来の棚田保全のような“米の生産の場”としての単一的な目的でなく、自分たちが楽しむために日本酒を作るという一見すると棚田とは関係ないことであっても結果的に保全されていることがわかった。そしてこの仕組みには、多くの巧みな仕掛け、すなわち多目的な舞台としての位置づけ、会員の脱落の仕組み、資金循環、割引販売があった。

**Key Words :** *Terrace paddy field, rice wine, conservation, Collaboration among Non-farmer, brewing company and liquor retailer*

## 1. はじめに

わが国の原風景を構成する要素として棚田がある。この棚田は山間地の傾斜20分の1以上の急傾斜地に造成された水田であり、全国に約22万ha（全国の水田の約8%）存在する。そして、その多くを高齢者が耕作、維持管理しているのが現状である。一方、棚田を機能面からみると、食糧生産の場であると同時に、水源涵養、国土保全、生物生息場の提供、文化の継承など、いわゆる多面的機能を有する空間でもある<sup>1)</sup>。また近年では、棚田とそこで営まれる農業と暮らしが調和のとれた機能美として国民から広く捉えられ、重要文化的景観（例えば、檜原の棚田（徳島県）、蕨野の棚田（佐賀県）<sup>2)</sup>）として社会的に保全されるようになった。

このように国土形成上、重要な土地利用形態として位置づけられる棚田ではあるが、その保全をめぐる市民活動は多くの問題を抱えている。棚田の機能性、希少性、文化性の観点から、農業体験を伴う農家民泊、棚田オー

ナー制度、都市農村交流型ワーキングホリデー、修学旅行生の受け入れなど様々な方法で保全が図られている。元来、棚田は狭小で急傾斜地にあるため生産性が低い、農作業性が悪く、鳥獣被害を受けやすいなど農業経済的には不利な農地である。また、社会情勢として高齢化・過疎化の著しい山間部では、棚田の耕作者自体が消失しつつある。このように棚田を従来どおり“米の生産の場”として保全する方法は、活動経費等の経済的な破綻、話題性が先行し一過性に終わる、重労働なため人手不足などの問題によって数年で衰退する事例が多い。このように変遷する社会情勢から疲弊していく農村集落において、“農地を耕作して維持管理を継続できる仕組み”が喫緊の課題となっている。

そこで本研究では、非農家・地域外住民によって15年間にわたり棚田が耕作され続けている活動を成功事例と位置づけ、活動の創始・発展・継続の要因を分析する。対象活動は、徳島県にある“棚田で地酒を造る会”による棚田で栽培した酒米を使って日本酒“お殿田”を醸造

するものである（以下、これを指して酒づくり）。特に本研究では、他の農村集落にも転用できる仕組みとして展開させるために、特に人的要素（人の役割）と経済的要素（資金の流れ）に着目した。

## 2. 研究方法

### (1) 対象団体の概要

棚田で地酒を造る会（以下、本会）は、1997年に日本酒好きの有志数名らが活動を開始し、翌1998年に会として正式に設立された。2010年時点では、会員は約80名からなり、ほとんどが徳島市在住者ではあるが、兵庫県などの近隣県在住者も少なからず在籍している。

本会の活動目的については、発起人の1人が本会の渾名に酒の異称である忘憂をかけて「忘憂君味游会」と称して“憂さを忘れ、あなた好みの酒を自由気ままに楽しむ会”であると形容している。つまり、本会の目的は、日本酒好きによる美味しい日本酒を作って味わい楽しむことであるといえよう。

### (2) 対象地域

徳島県名東郡佐那河内村上字奥野々地区にある急傾斜地の棚田である。棚田の枚数は6筆、合計面積が約2反3畝（2,281m<sup>2</sup>）と狭小な水田である。地勢としては、標高が約295m、年平均気温が約13.5℃、年平均降水量が約2,280mmと比較的標高の高い冷涼多雨地域である。このことから用水源は、新町川水系園瀬川の最上流域の尾根に近いものの沢水が用いられ、灌漑方法は田越灌漑を行っている。つまり、本会が耕作する棚田は、全国的にも徳島県としても一般的な棚田に位置づけられる。

徳島県の清酒製造をみると、その歴史は古く鎌倉時代から始まり、室町時代に栄えて江戸時代には藩主蜂須賀家の政策によって酒蔵が203場を数えたものの、現在は約30場程度に減少している<sup>34</sup>。また、徳島県内における2009年度の日本酒消費量は4,060klであり、これは全国44位（全国消費量は662,838kl）と少ない<sup>9</sup>。つまり、徳島県において棚田の保全方法として酒米・日本酒づくりが成功する素地があったわけではない。したがって、本会の活動は徳島県ならではの特殊な事例ではなく、一般的にみられる普通の棚田で個人的な楽しみの延長として酒づくりが位置づけられているといえる。

### (3) 活動の継続要因の調査

本研究では、15年間つづく本会の活動創始、発展、継続の要因について、人的要素と経済的要素から明らかにするために次の2つの調査を行った。2つの調査ともに、著者らの知人で会立ち上げ時会員のひとりでもあったC

氏から重要人物について事前聞き取りを行い、発起人で酒販売店店主A氏、本会の会長B氏、酒元のD氏の4名を選定し調査対象とした。調査は2010年8月～11月に各人を訪問し、面談方式で2～3時間程度の聞き取り調査を行った。結果を整理するにあたって、発言者や根拠資料について引用後に括弧書きで示した。

#### a) 人的要素に着目した聞き取り調査

聞き取り内容は、当会設立の経緯、動機、継続する上での工夫や苦労とした。また、棚田の耕作や日本酒づくりの状況に関して補足資料として、当会パンフレット（資料1）、2003年度の会報「酔田んぼ通信」（資料2）、地元雑誌紹介記事<sup>9</sup>（資料3）の計3点の提供を受けた。

#### b) 経済性調査

社会活動を持続的に行うためには少なからず予算が必要になる。そこで、当会の資金の流れについて把握するために酒米の生産量と販売額、日本酒の製造量、卸売価格、販売価格を聞きとった。酒蔵の卸売価格については企業秘密であったため、一般的な利益率を用いた。この他に補足資料として、当会の2009年度会計報告の提供を受けた。

## 3. 結果

### (1) 人からみた継続要因

本会設立の経緯について、A氏を中心とした個人的な美味しい日本酒を希求する熱意から創始されていたことが伺えた。A氏は「佐那河内村の棚田のお米は昔から味が良く、藩主蜂須賀家のお殿様に献上されていた。そんな棚田で育てた酒米を使って日本酒を造ったら美味しいものができるだろうなあと、貸してくれる棚田を探していた」と述べている（A氏、資料1）。なお、酒名「お殿田」の由来もここからきており、お殿様に献上するような田から作られた酒とのことである（資料2）。その後1997年2月、ある土地所有者兼耕作者の高齢農家が骨折したことで耕作できなくなったとの情報を聞いたA氏が貸与を受けた（A氏）。ここから販売店の常連客数名と酒米山田錦を栽培したことが始まりであった（A氏）。これに対してC氏は「A氏がいなければこの会はできていなかった」との意見からも、棚田の耕作はA氏を中心とした数名によって始まった個人的、趣味的なものであったといえる。

次に本会の参加動機について、それぞれの立場によって大きく違いみられた（表-1）。本会の特徴は「棚田そのものの保全を目的にせず、棚田で自分たち好みの酒米を育て、自分たち好みの仕込み方法で日本酒を醸造し味わい、楽しむこと」（A氏、B氏、C氏、D氏）が最大の目的であり、これは4名ともに同じように述べていた。また、「日本酒やその製造は日本の文化であり、守って

表-1 棚田で地酒を造る会の主要構成員の参加動機。聞き取り調査時に各人が挙げている動機には○を、発言がなかったものには×をつけた。

動機	A氏 酒販売店	B氏 会長	C氏 初期会員	D氏 酒元	共通動機を もつ人数
うまい酒	○	○	○	○	4人
酒蔵・杜氏の存続, 発展	×	○	×	○	2人
大人の遊び	○	×	○	×	2人
人・仲間づくり	×	○	×	×	1人
商品開発	×	×	×	○	1人
棚田の保全意思	○	×	×	×	1人

いかなければ」(B氏)との思いや「家族的なつながりのある会にしたい」(B氏)、「このような取り組みは一過性のものでそのうち終わるだろうと思っていた。その後何年か続く中で、酒蔵としても新しい商品を開発していきたい」(D氏)など参加動機は多様であった。また、注目すべきはA氏が棚田保全の意思を持っていたにもかかわらず、他の会員に明示的態度をとっていなかった点にある。この理由としてA氏は「強制するものではないと思っている。ただ酒を楽しむ人、田植えや農作業からしっかりやってくる人それぞれ必要だし、それぞれ役割がある。活動を通じて理解が広がっていけばいい」とのことを挙げていた。つまり、本会の位置づけは美味しい日本酒を楽しみながら飲む場が基盤としてあると同時に、A氏によって各人の目的を達成するための自由な舞台として会が位置づけられたことが最大の成功であろう。また、このことは人同士の協働プロセスにおいても同様のことが指摘されている<sup>7)</sup>。

最後に継続する上での苦勞や工夫した点について、おおむね農作業と会の雰囲気づくりに集約された。日本酒づくりが大きな目的であるために、田の草取り、藪の草刈、水路掃除などへの会員の出席率は低く、「A氏と数人の努力に支えられている」(B氏, C氏)現状である。また、「お酒を飲むので、行儀の悪い人が必ずいる。また、酔って会の運営や会費についてひつこく文句をいう人もでる。ただ、そういう人は自然と会からいなくなる」(B氏)との意見から、日本酒を楽しむという本来の目的が保たれる仕組みが読み取れる。さらにB氏は「会に楽しもうという雰囲気があるから、そういう人には自然とお酌をしなくなるし、段々イベントごとに声を掛けなくなり、自然と来なくなる」と述べており、会の雰囲気を保つ“会員の脱落の仕組み”がある。本会のほような任意の団体であれば、たとえそこで人間関係に問題ができて通常の仕事や日常には影響しないので会員が安心して脱落できる仕組みを持っている。

## (2) 経済性からみた継続要因

棚田保全に関する取り組みの財源の多くは、当該市町

村からの助成金、あるいは国・財団法人などの助成金、会費収入によっている。しかしながら、この財源ではいつでも破綻しかねない。このため、経済的な自立が必要である。そこで、本会の資金の流れを図-1に示した。なお、ここには各所属の経費は含まれていない。

この図からもっとも大きな特徴は、外部資金に依存しておらず資金が循環している点にある。当会には会費収入と酒米の売り上げが毎年入ってくるが、これは農作業消耗品、農機具購入・リース代などで消費される。また、会員はできた日本酒を買い支えることで、酒販売店や酒蔵を経営に貢献することができる。つまり、この仕組みであれば一方的に損をする人がいないことが特徴といえる。

この仕組みでは、会員が毎年製造される日本酒を1人あたり最低6.3本購入しなければならない。これを助長するユニークな仕組みとして、会員の割引販売制度と当会からの購入補助である。会員は非会員に比べて数百円安く購入するメリットを持ち、購入のインセンティブが増加する。しかしその一方で、安く販売しなければならない酒販売店のために、当会から一定額の購入補助金を支出することで値引き額を補填している。この措置は毎年されるものではなく、在庫が多いときなどになされるようである。

以上のように、経済性から継続要因をみると、資金循環がなされるように生産量が計画されており、一方的に損をする人がいない仕組みとなっていることが大きい。

## 4. 考察

本研究では、徳島県の一般的な棚田における非農家・地域外住民による15年間の棚田耕作から日本酒を製造販売する事例を取り上げ、その継続要因について人と経済性の要素から分析した。その結果、従来の棚田保全のような“米の生産の場”としての単一的な目的でなく、自分たちが楽しむために日本酒を作るという一見すると棚田とは関係ないことであっても結果的に保全されている

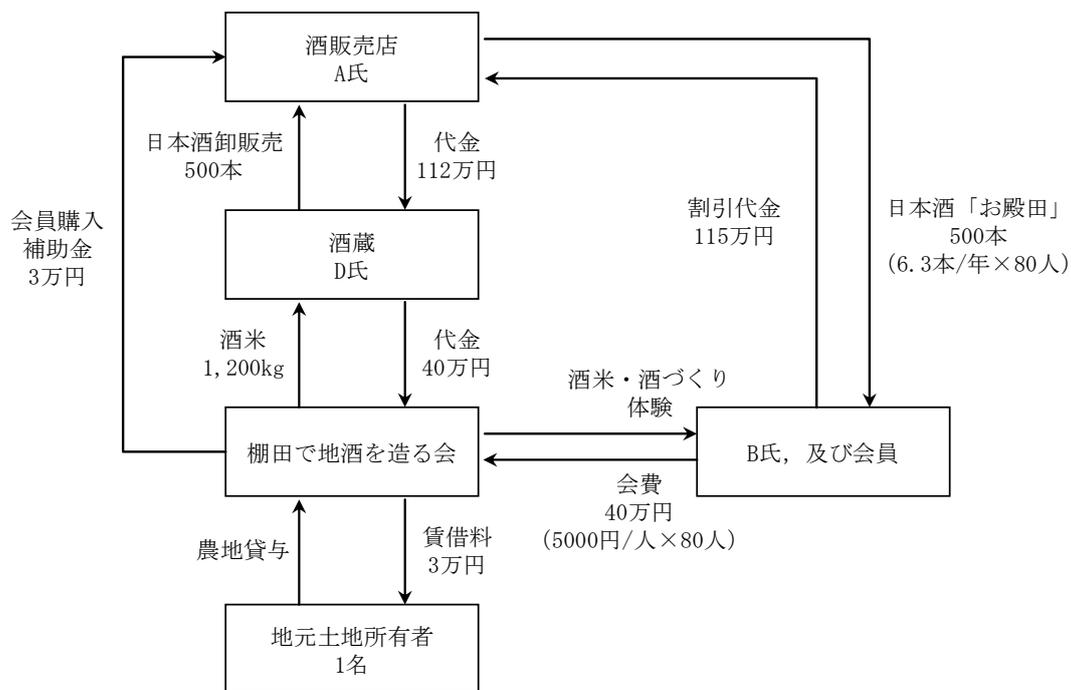


図-1 棚田で地酒を造る会の日本酒と資金の流れ。ただし、小売価格と卸価格については市場の一般的価格を示している。お殿田は会員には割引価格で提供され、会員以外に販売する場合には定価で提供される。

ことがわかった。そしてこの仕組みには、多くの巧妙な仕掛け、すなわち多目的な舞台としての位置づけ、会員の脱落の仕組み、資金循環、割引販売である。

ここで、このような仕組みを他地域への応用・展開の可能性について考察したい。この仕組みは、広義にはビジネスを用いて地域の課題を解決しようとするコミュニティビジネス（ソーシャル・ビジネス）と呼ばれるものに分類されよう。その中でも棚田で作った付加価値の高い酒米を栽培し、高付加価値化するために日本酒にする6次産業化のひとつである。このことは、参画する農家がいれば展開は可能であろう。徳島県の日本酒消費量は非常に少なく、他地域であればもう少し日本酒ユーザーは存在するはずである。つまり、各地で日本酒好きを集め、農家と協働し自主組織化できれば可能性があると思われる。

次に、棚田保全を第一義的な目的としない活動によって、この地域の棚田が保全できるかという課題がある。つまり、例えば土砂災害などで棚田が崩壊した場合、修復してでもその場所で耕作し続けるか、あるいは周辺や他地域で同様の棚田を借りて作るかどうかである。本会については、銘柄名にも「お殿田」とあることから場所依存性が高い。しかしながら、この仕組みを他地域に展開し保全策のひとつとする場合、場所依存性は低くなる可能性がある。すなわち、何らかの愛着が生まれるか、あるいはその場所でなければ得られないものが必要である。例えば、地域住民との交流が考えられる。その地域から支持され社会的意義が付与されれば目的の多様化が促進されるだろう。

最後に、日本酒を取り巻く現状は厳しく、消費量はピーク時から1割程度に減少し、酒蔵も激減している。そのような中で、ノウハウを持つ杜氏や酒蔵、その価値がわかる酒販売店を見つけることは困難かもしれない。そのためひとつの方策としては、近年では農商工連携アドバイザーや6次産業化プランナーが整備され、そのコーディネートに期待される。

**謝辞：**本研究を進めるにあたり、快く聞き取り調査に応じ貴重な情報と記録を提供していただいた棚田で地酒を造る会の皆様には深甚なる感謝の意を表す。また、本研究は徳島大学地域創生センター上勝学舎・地域再生人材創出講座の一環として行われたものである。

#### 参考文献

- 1) NPO 法人棚田ネットワークホームページ：  
<http://www.tanada.or.jp/tanadadate/>
- 2) 文化庁ホームページ：  
<http://www.bunka.go.jp/bunkazai/shoukai/keikan.html>
- 3) 講談社：日本の名酒事典，pp.181-182，講談社，1998。
- 4) 名酒ファン編集部：全国清酒地酒大名鑑（改訂新版），pp.491-498，技興社，1991。
- 5) 国税庁：都道府県別酒類の販売（消費）数量，第135回国税庁統計年報平成21年度版，pp.278-281，2009。
- 6) 徳島出版：飲兵衛の夢「ここに至る」，徳島グラフ2000，pp.20-21，2000。
- 7) 富田涼都：自然環境に対する協働における「一時的な同意」の可能性--アザメの瀬自然再生事業を例に，環境社会学研究，Vol.16，pp.79-93，2010。

(?)