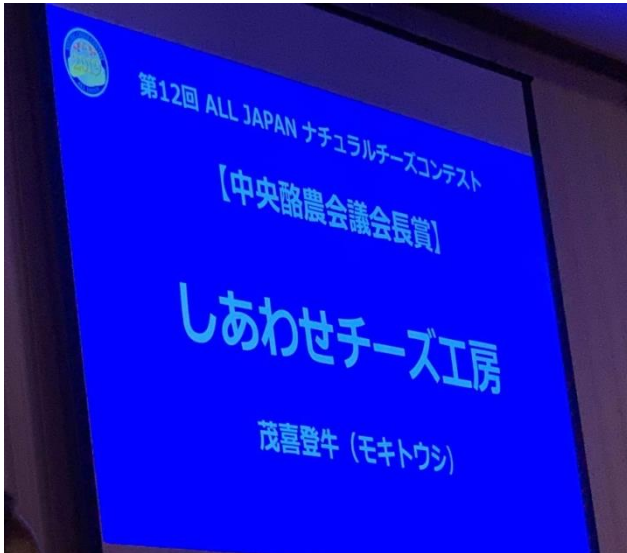


3. しあわせチーズ工房

代表 本間幸雄

第12回 ALL JAPAN ナチュラルチーズコンテストにて、しあわせチーズ工房が特別賞を受賞



昨年の10月30日に都内で開かれた国産ナチュラルチーズの品評会「ALL JAPAN ナチュラルチーズコンテスト」にて（中央酪農会議主催）全国86工房、203品の中から、しあわせチーズ工房の出品した「茂喜登牛」が第三席に当たる、中央酪農会議会長賞を受賞しました。

このチーズは、側面にエゾマツの皮を巻き、香りをつけて熟成するという、日本では珍しい作り方で「地域性がうまく表現されている」「木とチーズの風味バランスが良く、非常に豊かな味わい」「なめらかな口当たり、このようなチーズが日本で作られることに驚きを感じる」などの高い評価を受け、自分自身にとっても大きな自信となりました。

チーズは、ローカルを表現することのできる食品であると思っています（茂喜登牛という地名をつけたのもこのため）。足寄のこと、放牧酪農のことを多くの人に知ってもらえる、そんなチーズをこれからも作っていきたいと思います。



合同会社三ツ町商会 設立から1年。

(開設したホームページトップ画面)

「合同会社三ツ町商会」

足寄町内事業者メンバー

- ・儀間雅真 (GuestHouse ぎまんち)
- ・佐野健士 (FeetMeet)
- ・本間幸男 (しあわせチーズ工房)
- ・木村祥悟 (木村建設)
- ・山下侑他 (足寄石材)



商工会員並びに関係者の皆さまお世話になっております。合同会社三ツ町商会 社員の佐野です。

1年ほど前に、設立の経緯などについて、「まいどさん」から発信させて頂きましたが、今回再び、1年の事業の振り返りと、今後の事業展開のことなどについて、セルフレポートさせていただきます。

本別・陸別・足寄の3町の商工会青年部員が中心となって設立した会社、こんな新規事業のはじめ方もある事を皆さんと共有できれば幸いです。

酒販免許取得から本格的にはじまったミツマチクラフト販売事業

4月に酒販免許を取得しました。免許取得によって、三ツ町商会が販売者となってミツマチクラフトを販売する事ができるようになりました。ただ、本別町の“おやきや TOTTE”バックヤードを間借りして、最低限の設備で酒販事業を行っているため、取扱量に限りがあります。製造を委託している帯広ビールさんも、瓶詰めの機械力がないため、樽の状態ではしか取り扱いできないことから、販売先も限定的（飲食店への卸が中心）になっています。

同時にクラフトビールという新しいジャンルのお酒を地域に浸透させていくことの難しさも感じた1年でした。瓶ビール化すると、取り扱いできる範囲が広がりますが、酒税法上の手続きが煩雑になること、加工コスト掛かり販売価格が現実的ではない額になってしまうことから、現在は検討を中止しています。そこで、樽ビールの最小サイズである5リットル樽に着目し、サーバーレンタルとセットにした新たなサービス開発の検討を開始しています。また、ヨーロッパやアメリカでは、金属樽ではない新

たな形態の樽も出回りはじめているという情報も得ており、今後も、製造から流通、エンドユーザーまでの全ての段階でのサービスの可能性を探りながら、ミツマチクラフトの“地酒”化に取り組んでいきます。



裏面に続く

(ご存知！？ミツマチクラフト)

ミツマチクラフトはきっかけの一つ。地域商社三ツ町商会への歩み

正直、委託製造のためミツマチクラフトは薄利です。この事業開始当初から認識していました。

お酒のある食事は時間も長くなり、食の量も増えます。アルコール摂取すると自動車の運転ができなくなるので、魅力あるお酒があれば地域内に宿泊客の誘引に繋がる可能性が増えます。

三ツ町商会として目指すのは、これらのプラスアルファの経済効果の創出です。

もちろん、地域内にクラフトビールの醸造所を持つという野望を持ち、ミツマチクラフトの販売実績を積み上げていく事も怠らないように地域への普及も積極的に行いますが、同時に“プラスアルファ”の経済を創っていくことを、進めていきたいと考えています。

クラフトビールの販売だけでなく、ミツマチクラフトに合う食、ミツマチクラフトを含めた、地域滞在方法の提案といった検討を開始しています。

当初の見込みよりも、これらのミツマチクラフト以外の事業の動きが鈍くなってしまったところが、大きな反省点の1つです。ミツマチクラフトも広めたいし、ミツマチクラフトだけの会社ではない実績もあげたいという中で、外からはボヤけて見えてしまっているなど自覚しているところです。

情報発信力の強化

昨年3月には、本別出身のYoutuber 大西氏を招聘し、10万人を超える視聴者に3町PRに繋がる動画配信を行うことができ、実際に撮影現場に帯同することで、そのノウハウを学ぶなど、動画による情報発信の実践を行いました。また三ツ町商会 Facebook ページの立ち上げと運営、ホームページ作成を行うなど、情報発信力の強化に努めてきました。

これらの中で、遠くは長崎県の五島列島から突然ミツマチクラフト飲みたい！という問い合わせがあるなど、外への発信力が高まってきていると自負しています。

一方で、web や SNS メディアの利用率が低い地域内への発信という部分と、注目度と売上高のアンバランスさが課題として出てきていると思っています。

現在、その両面を解決する手段の一つとしても、5リットル樽のサービスを進めているところです。利用の場に汎用性を持たせ、個人でも手軽にミツマチクラフトを楽しめる量にすることで、地域内で楽しめる場を広げ、地域外での販売先も広げていくことを狙っています。



(三ツ町商会 Facebook ページ)

情報収集力の強化『三ツ町計画』がスタート

三ツ町商会のメンバーは、若手と言われつつも、30代後半がほとんどで、都市部で生活していた時期もありますが、3町内での生活も長くなり、段々と“若い感覚”“都会の感覚”が鈍ってくる危機感を持

っています。資金力も経験も大したことのない私たちの地域の中での唯一の強みは、新しい感覚を捉えられるところにあると自負していますが、三ツ町商会が続けば続くほど強みがなくなっていくというジレンマを抱えています。

そこで『三ツ町計画』と題して、都市部に住む3町出身者との“繋がり”を作る取り組みを開始し、2月15日に札幌でキックオフイベントを開催しました。

キックオフイベントには、既存の札幌各町会の方々にもご臨席頂きましたが、札幌圏に住む学生や30代の三ツ町商会メンバーより少し若い世代に参加頂き、SNSを通じて、常時相互に連絡を取り合える“場”を作ることができました。

地域の事も知っていて、“若い感覚”“都会の感覚”を持った方たちと意見交換しながら、商品やサービス、地域づくりを行っていきたいと思っています。

既に、大学スポーツ関係者とのコネクションのある出身者の方から、スポーツ合宿誘致の話を頂いており、少し具体的に話を進めて行こうと動きはじめています。

ふるさと納税ではできない、若い世代が参加可能で、行政区の枠組みを超えることも可能、更に相互性を持った新たな「ふるさと応援」です。地域の中に不足している人材を外との繋がりによって確保する交流人口の創出でもあります。



(三ツ町計画キックオフイベント)

地域と共に

情報発信と収集どちらの力も高めていきながら、それらを基に地域に新たな商品やサービスを創出し、地域を盛り上げていく事に繋げていきたいと考えています。

ただ、三ツ町商会として製造部門や直営店舗を持っている訳ではありません。三ツ町商会としての事業拡大を早めていくためにも、会員・関係者の皆さまで検討されている新しい商品やサービスを創りたい場合はもちろんのこと、既存商品のパッケージング変更、PR方法、他の事業所さんとの連携などあらゆる段階でもお話を頂ければ、一緒に取り組んでいきたいと考えていて、それが三ツ町商会にとっての地域内情報の収集にも繋がりますので、三ツ町商会の取り組みに注目頂き、何か新たなヒントなどあれば、メンバーにお声かけ頂ければと思っていますので、よろしくお願いいたします。