

事例  
A-⑧佐賀県・大町町商工会  
炭鉱町のメニュー「たろめん」の復活とご当地グルメ化

(平成27年9月取材)

## 1. 面的支援の概要

## (1) 活動・支援のきっかけ

## ① 地域の状況

大町町は佐賀県のほぼ中央に位置し、昭和の初期には炭鉱の町として栄えていたが、昭和44年に杵島炭鉱が閉山された後は人口が流出し、現在は人口約7,000人の佐賀県一の小さな町となっている。人口減少に伴い商店街も衰退し、小売店の減少率は県内最多となっている。大町町商工会では、地域経済の活性化を図るため、平成18年度から「一店逸品運動」に取り組んでいた。

## ② 商工会による活動・支援のきっかけ

そんな中、平成21年に異動してきた一ノ瀬指導員は、“よそ者”の視線で地域内の資源の調査を始めた。町の人から話を聞くうちに、大町町には昔「たろめん」というご当地グルメがあったことを掴む。一ノ瀬指導員はこの幻のたろめんに着目し、平成22年度∞全国展開事業を活用して、「たろめん復活」を核とした特産品開発と観光開発に取り組むことにした。

事業は「たろめん部会」「ちゃぶ台部会」「観光開発部会」の3部会に分かれて行われたが、「たろめん部会」では、平成12年に閉店したたろめん専門店の元店主をメンバーに迎え、スープ等レシピの数値化や参画飲食店でのメニュー化に組み込み、「大町たろめん運営協議会」も発足した。幻のご当地グルメの復活はマスコミの注目を集め、佐賀新聞に採り上げられたのを皮切りに、NHKが取材するなど、一躍大町町の名前が広まった。

大町  
復活  
たろめん

復活した「たろめん」(食事処「家族庵」提供)と、商工会で作ったロゴ。たろめんは、炭鉱が栄えていた頃に愛されていた大町町のソルフード。専門店の「たろめん食堂」が平成12年に閉店した後は、提供する店も無く途絶えていたが、商工会の支援でレシピを復刻し、ご当地メニューとして提供できるようになって、復活を遂げた。エビや野菜など具材がたっぷり入った牛骨スープを使用したうどん麺で、生姜風味がポイントになった独特の味。

## (2) 支援・活動概略と特徴

## ① 支援概略

商工会による支援は、平成22年度∞全国展開事業を活用した[たろめん開発フェーズ]と、その後の[ブランド化フェーズ]に分かれる。開発フェーズでのたろめん復刻は容易ではなく、元店主へのレシピ開示の説得や、参画店の募集にも相当の苦勞を重ねた。その甲斐もあり、元店主指導の下スープのレシピを完成し、参画店によるたろめん提供にこぎつけた。また、ロゴやポスター、のぼり、HPなど、ブランド化フェーズの基盤となるツール作成も行った。

平成22年度以降のブランド化フェーズでは、マスコミ向け情報発信などPRを活発に行い、平成23年には「たろめん」の商標登録を行った。また、同年には「大町たろめん」が地域産業資源の認定を受け、特産品としてのブランドが構築された。その後、平成25～26年にかけて加工品開発にも取り組み、たろめん乾麺や冷凍のたろまんを商品化し、現在は「大町たろめん運営協議会」が販売している。

## ② 活動の特徴

本活動の大きな特徴は、過去の地域資源の発掘と復刻、そしてストーリー性にある。復刻に際しては、炭鉱の町であったという過去の歴史に、昭和の懐かしさを加えたストーリーを発信している。歴史資源に昭和ロマンというストーリーを付加することで、マスコミや域外からの注目を集めることができたといえよう。



炭鉱と「たろめん」の歴史を語るHP  
(<http://www.sashoren.ne.jp/omachi/taromen/>)

活動の流れ

炭鉱の町のソルフード「たろめん」の発掘

∞全国展開事業  
「幻のB級グルメ“たろめん”復活プロジェクト」  
・たろめんレシピ開発  
・「大町たろめん運営協議会」の発足と参画飲食店によるメニュー提供

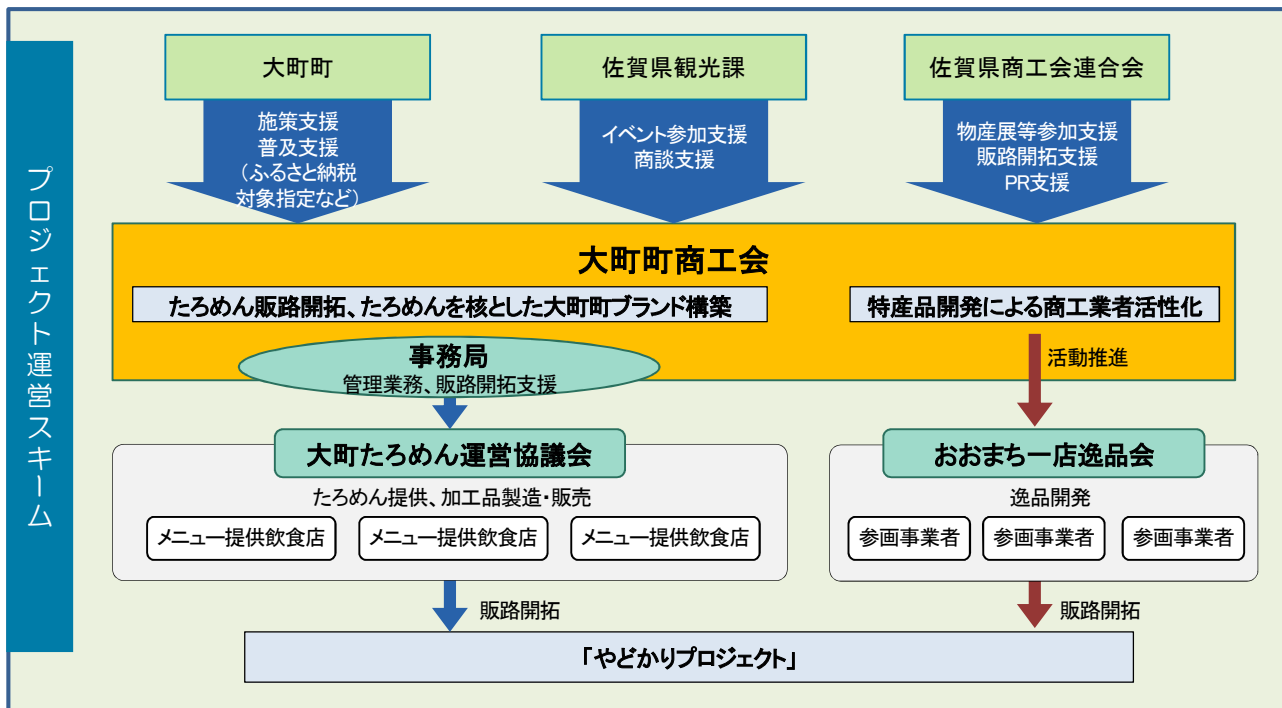
・「たろめん」商標登録  
・「大町たろめん」の地域産業資源認定

・加工品(乾麺たろめん、たろまん)開発・販売

(H27～)「やどかりプロジェクト」への発展

佐賀県・大町町商工会  
炭鉱町のメニュー「たろめん」の復活とご当地グルメ化

2. 支援組織・地域内連携スキーム



(1) たろめん普及スキーム

たろめん事業に関しては、たろめんを提供する事業者で構成される「大町たろめん運営協議会」が運営し、大町町商工会は事務局を務めている。たろめん乾麺やたろまん等の加工品は、商工会の支援を受けて協議会が開発して、製造・販売をしている。協議会には町の緊急雇用事業を活用して専属スタッフも配置され、運営の自立化を目指しているところである。商工会は、佐賀県のイベントや全国物産展への出展支援、県内道の駅や空港、SA等への販路開拓支援を行っている。



「大町たろめん運営協議会」会長を務める「家族庵」オーナーの鈴木さん(右)と一ノ瀬指導員。鈴木オーナーは、お店の看板メニューを作れば、との思いで、プロジェクトに参画した。現在は自店で提供するだけでなく、物産展出展などにも取り組み、たろめんの普及に努めている。「家族庵」の成果としては、県外の新規顧客を獲得できたことや、年間400杯程度のたろめんの売上げがあるなど、地元の名物になりつつあることを挙げてくれた。協議会会長としては、今後は商工会から独り立ちして、単独で事業運営ができる体制を持ちたいと考えている。

(2) 商工業者支援スキーム

平成22年度∞全国展開事業でたろめん復活と共に取組んだのが昭和の家族団らんをイメージにした「ちゃぶ台」シリーズの商品開発である。もともと大町町では「一店逸品会」を通して逸品開発に取り組む事業者も多かったが、本事業が契機となって開発された商品には、「炭鉱焼き豚」や「ブリの昆布巻き」「シニアソムリエ監修のワインアイス」など、その後定番化したものもあり、その一部は後述する「やどかりプロジェクト」を活用して販売されている。



写真上：農業組合法人が運営する「おおまち情報プラザ ひじりの里」。たろめんを提供する「ひじり食堂」を併設し、売場では、地場産のお米、みそ、漬物、野菜などのほか、たろめん協議会が開発した乾麺やたろまんを販売している。



写真右：ひじりの里の藤瀬店长(左)と一ノ瀬指導員。藤瀬店长は、たろめん運営協議会の副会長でもある。

佐賀県・大町町商工会  
炭鉱町のメニュー「たろめん」の復活とご当地グルメ化

## 3 成果・地域への影響

## ① 「たろめん」のご当地グルメ化

全国版NHKや「はなまるマーケット」などTVメディアで採り上げられたこともあり、たろめんの知名度は全国的に上がった。芸能人が訪問するなどの話題性を提供できたこともあり、福岡や宮崎、鹿児島など他県から食べにくるようになった。全店舗で年間約2万杯を販売し、参画飲食店に約1,300万円の売上をもたらしている。

現在ブームは一段落した感があるが、たろめんが呼び水となって飲食店の接待需要が増加するなど、確実にご当地メニューとしての定着は図られている。



写真右: 「おおまち情報プラザ ひじりの里」のたろめんコーナー。お土産として買っていく人も多い。



「ちゃぶ台」シリーズの開発商品

## ② 加工品開発

協議会では、お土産や通販需要に応えられる加工品開発にも取り組んだ。開発した乾麺や冷凍たろまんは、贈答品や引出物としての需要も多く、半年で4,000個売上げているという。また、商品化の過程で、協議会関係者が麺加工に関する知識やノウハウを蓄積できた点も成果の一つと言える。

## ③ 事業者の活性化

大町町の知名度が上がることで、商工業者も活気付いた。商工会の支援を受けて、前述したちゃぶ台シリーズ商品の知名度を上げ、販路を全国に開拓したいと考える元気な事業者もでてきている。

## 4 今後の計画

## ① 「たろめん」の再強化



12月には、たろめん復活から5周年目を迎える。一ノ瀬指導員は、マスコミの注目を再度集めるための仕掛けが必要と考えており、5周年記念の限定商品として、ウルトラマンタローとコラボしたパッケージ「たろめん」の発売を開始した（写真）。現在、新たな話題作りによるメディアへの再露出と販路開拓に向けた取り組みを進めている。

## ② 「やどかりプロジェクト」始動

現在商工会では、より広範な活性化に取り組んでおり、次年度力を入れるのが、平成26年から始めた「やどかりプロジェクト」である。これは、他地域と相互に逸品を交換販売する企画で、現在、北海道・岩見沢市や三重県・鳥羽市とパートナーシップを組み、たろめんや大町町の特産品を岩見沢や鳥羽で、彼地の特産品を「おおまち情報プラザ ひじりの里」で販売し、広域連携による販路開拓を進めている。

## 5 地域経済活性化のポイント・商工会（指導員）の役割

## 【ポイント】

- ① 「炭鉱の町」という歴史と、幻のご当地メニューの復刻、という昭和ロマンが感じられるストーリー性により、マスコミから大きな注目を集めた。
- ② “よそ者”のフレッシュな視線で地域資源をリサーチすることにより、途絶えていた「たろめん」という地域資源を発掘、復刻することができた。
- ③ 事業の受皿組織「大町たろめん運営協議会」を組成することで、事業者による自主的な活動を促している。

## 【商工会（指導員）の役割】

- ① メディアの注目を集めるような仕掛け作りを行い、地域情報を外に発信していく。
- ② 常にアンテナを張り巡らせて、活用できる資源や活用法を提案していく。
- ③ 全国展開事業など施策を活用し、アイデアの事業化を図る。また、事業化に必要な地域人材を集め、ネットワークを組む。