ヒット連発 あふれる地元感

田川のまちづくり会社 他社と組み商品開発・企画

田川市のまちづくり会社「デザインステーション」が、ご当地感あふれる企画商品を相次いで開発している。設立2年目。非常勤役員を含め総勢5人の小さな会社だが、他社と組むことで人気商品も育っている。

東京・秋葉原の「ShoPチロルチョコ」。チロルチョコ関連商品を集めた専門店で、人気の上位に入っているのが、レトルトの「チロルチョコとけこむカレー」だ。チロルチョコをルーの原材料に使い、定番のコーヒーヌガー味とミルク味の2種類がある。

前田優生店長は「カレーとチョコの意外性に驚かれるお客様が多い。お盆前は帰省のお土産用にまとめ買いが目立った」と話す。値段は500円（税込み）。100円前後の商品が多い同店では高額だが、金額ベースで売り上げのトップ10前後を保つ。

デザインステーションと田川市、一番食品（飯塚市）、チロル側のコラボレーションで今年3月に生まれた。田川はチロルチョコ発祥の地で、チョコを製造する松尾製菓の工場があることに着目した。

カレーは福岡空港、博多駅などでも販売。発売から半年で出荷数2万2千個を超えた。デザインステーションの西部知恵さんは「年間8千個と見込んでいたのでうれしい誤算」と言う。

ほかにも、田川の焼き肉店などで提供されるご当地グルメ、ホルモン鍋の「たれ」を家庭用にアレンジして、昨年7月に発売。月に300本ほど出荷する。岩手の南部鉄器メーカーと共同で考案した専用の鉄鍋は、優れた商品開発に贈られる福岡デザインアワードで入賞した。

平成筑豊鉄道で旅情を楽しみながら、沿線の林龍平酒造場（みやこ町）の地酒などを堪能できるJTBの企画列車「里山列車紀行ひとつ星」も、デザインステーションが企画協力。車内でのガイド役を社員が務め、提供されるカップ地酒も同社発案の商品だ。定員（39人）が毎回ほぼ満席となる人気ぶりで、西日本豪雨の影響で中断していた運行を11月から再開する。

これらの商品や企画について、「『地元感』あふれるモノやコトが新鮮なのは」と金子和智副社長（48）。「小さな自社では難しい販路確保などを他社と組むことで克服している」とも話す。社員は商店主、元市職員、建築士、司会業など多彩な経歴で、それぞれの経験や知識、人脈が生きているという。

同社は2017年4月に設立され、資本金300万円。JR日田彦山線と平筑鉄道が乗り入れる田川伊田駅舎の活用計画案を市が公募した際、コンペに応募した伊田商店街の関係者を中心に立ち上げた。「本業」は、改装後の駅舎での店舗やスペースの企画運営だ。

鉄骨3階建て延べ床面積約1600平方メートルの駅舎は現在、市が改装中。来年4月下旬ごろのオープンをめざしている。

1階にパン店や沿線の特産品売り場、観光案内所。2階は寝台車をモチーフにした宿泊ゲストハウス。鉄板焼きレストランではホルモン鍋も出す。3階が管理事務所や貸しスペースで展望デッキも備える。

江頭直行社長（62）は「駅舎を拠点として人を呼び込み、全国の似たような地方と連携した観光企画や特産品紹介も仕掛けたい。田川と沿線地域の活性化につながれば」と意気込む。

（中村幸基）

デザインステーションが改装後の運営を担う田川伊田駅舎＝田川市

地域資源生かす軸ぶれない

北九州市立大学地域創生学群・内田晃教授の話　まちづくりや地域おこしのプランニングやコンサルティングに携わる会社は大都市圏に多いが、どこかで成功した事例を当てはめた「焼き直し」も時折見られる。デザインステーションは田川という活動フィールドを熟知し、地元に愛着を持つ人による会社。地域資源を生かすセンスを日々磨きながらやっているので軸がぶれていない。身の丈に合った姿勢で、地域と向き合っている。

真価を問われるのは、駅舎のリニューアル後だ。駅は訪れる人には街の印象を決めるもので、地元の人にはシビックプライドを醸成するもの。駅に求められるニーズは多様で、それに応えられるかが鍵となる。

チロルチョコをカレーに■ホルモン鍋のタレも

上 人気商品の「チロルチョコとけこむカレー」＝田川市のデザインステーション　下「田川ホルモン鍋のたれ」