

長岡市摂田屋地区への理解を深め、魅力を見出し、活動により
地域活性化を図る

生島 義英ゼミナール

20K001 青木 大知
20K022 宇田 脩瑛
20K029 岡村 悠太
20K037 加藤 悠大
20K071 高木 翔梧
20K072 高木 大海
20K102 八重尾 光頼
20K108 山崎 康行
20K110 山本 瑞樹
20K403 里麻 永空

21K033 河内 聖樹
21K037 小林 綺莉
21K039 斎藤 楓真
21K063 馬場 信幸
21K070 平山 輝己
21K081 水野 翼
21K087 村山 虎汰郎
21K089 八幡 響
21K097 渡邊 璃空

目次

1.	はじめに
1.1	摂田屋とは
1.1.1	摂田屋の場所と名称の由来
1.1.2	摂田屋の歴史
1.1.3	摂田屋の文化財，歴史的建築物
1.1.4	摂田屋まちづくりの取り組み
1.2	長岡市の摂田屋政策
1.2.1	長岡市の観光戦略への考え
1.2.2	長岡市の摂田屋に対する考え
1.2.3	実現に向けて行っていること
1.3	今期ゼミナールが取り組むテーマ
1.3.1	今までの取り組み概要
1.3.2	今期に取り組む課題
2.	摂田屋の魅力調査
2.1	摂田屋の酒
2.1.1	調査した内容
2.1.2	吉乃川と長谷川酒造の歴史
2.1.3	吉乃川の主力商品
2.1.4	長谷川酒造の主力商品
2.1.5	摂田屋の酒の魅力
2.2	摂田屋の味噌・醤油
2.2.1	実態調査
2.2.2	越のむらさき
2.2.3	星野本店
2.2.4	味噌星六
2.2.5	摂田屋の味噌・醤油の魅力
2.3	旧機那サフラン酒製造本舗
2.3.1	旧機那サフラン酒製造本舗の概要
2.3.2	旧機那サフラン酒製造本舗の鰻絵
2.3.3	旧機那サフラン酒製造本舗についての聞き込み調査
2.3.4	旧機那サフラン酒製造本舗，鰻絵蔵の魅力
2.4	摂田屋の飲食店
2.4.1	摂田屋の飲食店についての概要
2.4.2	ヒアリング調査結果
2.4.3	摂田屋の飲食店の魅力
2.5	摂田屋の魅力とは

2.5.1	撰田屋のお酒
2.5.2	撰田屋の味噌・醤油
2.5.3	旧機那サフラン酒製造本舗
2.5.4	撰田屋の飲食店
2.5.5	撰田屋の魅力について
3.1	地域活性化のための活動
3.1.1	イベントに向けての計画・準備
3.1.2	悠久祭
3.1.3	フレンチトーストの作り方
3.1.4	活動結果
3.1.5	悠久祭模擬店の見直しと今後の展開
3.2	鰻絵ストラップ作り
3.2.1	活動計画と目的
3.2.2	ながおかオトナコドモ夏祭り
3.2.3	HAKKO trip
3.2.4	アンケート結果
3.2.5	反省点
3.3	ボランティア活動
3.3.1	ボランティアの目的
3.3.2	庭園池の越冬用櫓の設置作業
3.3.3	離れ座敷・米蔵・鰻絵蔵の雪囲い
4.1	今期ゼミ活動のまとめ
4.1.1	活動ごとの評価点, 反省点, 改善点
4.1.2	まとめ
4.2	来年度へ向けて
4.2.1	イベント参加や悠久祭出店での内容の一新
4.2.2	撰田屋に関する体験型施設の考案
4.2.3	その他
	参考文献

1. はじめに

1.1 摂田屋とは

摂田屋（せったや）とは江戸時代から続く味噌、醤油、酒の醸造業が盛んな地域である。幕末の戊辰戦争や長岡空襲といった戦災から奇跡的にまぬがれて、土蔵をはじめとした古くからの歴史的な町なみが今も残っている。特に、旧機那サフラン酒製造本舗の鍔絵蔵の壁画、離れ座敷、庭園など、とても独創的でレトロチックな建物がある。摂田屋は狭いエリアに味噌・醤油、酒の蔵元が混在する全国でも珍しいといわれる地域であり、いま世界中から注目されている「和食」その味のベースとなっている麴を使った食材が揃う場所でもある。この醸造業を中心として永年にわたって培ってきた伝統技術があり、景観があり、産業資産となっている。そしてこれらの蔵元は現在も堅実な営みを続けており、最近では日本各地から訪れる観光客が絶えない。

1.1.1 摂田屋の場所と名称の由来

摂田屋は、長岡市 JR 宮内駅の南東側に位置する地域で、三国街道と北陸街道の合流地として栄えた。摂田屋の名称の由来は延喜武内社の都野神社の「接待屋」がなまったものとされ、「接待屋」とは平安時代に租税である米などを納める役人の集団や旅の僧侶などを休憩させる施設などを指す言葉であり、全国各地に残っている。



図 1-1-1 摂田屋の位置

1.1.2 摂田屋の歴史

摂田屋は室町時代から文献に登場する門前町で、宮内駅の場所に神社があり、参詣する人や旅人を接待する場所として名付けられた。長岡城と城下町が生まれた江戸時代に、この地域は東京・上野の寛永寺に寄贈され天領（江戸幕府の直轄領）となり、関東から移り住んだ豪族が城を築く。その一族の中で酒造りをするものが現れたため、摂田屋は醸造業の町となった。その後、江戸時代上野寛永寺領となり、緩い規制の下、新たな醸造が盛んになったことで、味噌・醤油、清酒の醸造業が発達した。

摂田屋地区 年表

室町時代 文献に登場

江戸時代 摂田屋郷が上野寛永寺に寄贈され、天領となる
醸造業が発達する

明治後期

～昭和初期 機那サフラン酒本舗建造

平成 16 年 中越大震災により歴史的建造物が被災し、保存への機運が高まる

平成 17 年 NPO 法人 醸造の町摂田屋まちおこしの会設立

平成 18 年 旧機那サフラン酒本舗の鍔絵蔵が国の登録有形文化財に登録

平成 19 年 旧機那サフラン酒本舗の鍔絵蔵を改修(~平成 20 年)

平成 21 年 街なみ環境整備事業による地区の整備開始

ボランティアによる旧機那サフラン酒本舗の草取りや清掃等の
活動開始

平成 23 年 吉乃川常倉が国の登録有形文化財に登録

平成 25 年 「機那サフラン酒本舗保存を願う市民の会」設立

4 軒の醸造蔵の建造物の一部が国の登録有形文化財に登録

平成 30 年 旧機那サフラン酒本舗の土地・建造物を市が取得

令和元年 旧機那サフラン酒本舗の改修に着手

令和 2 年 旧機那サフラン酒本舗一部プレオープン

図 1-1-2 摂田屋の歴史

1.1.3 摂田屋の文化財、歴史的建築物

摂田屋地区には歴史的なまち並みが残り、国の登録有形文化財が17件ある。越のむらさき「主屋と蔵」・吉乃川「蔵」・星野本店「蔵」・星六「蔵」・長谷川酒造「主屋」・旧機那サフラン酒製造本舗「鋺絵蔵」, 「10棟の建造物群」である。酒, 味噌, 醤油などの蔵元があり, それら醸造製品の製造を継続している。



図 1-1-3 摂田屋まっぴ

引用：もりとしのり, 『せったポンとオケじい』の公式サイト, <https://settapon-okejii.jimdofree.com>

1.1.4 摂田屋まちづくりの取り組み

摂田屋は食, 歴史を中心に県内の方や県外の方に摂田屋の魅力を発信する取り組みを行っている。初めて来た人にも分かりやすいように機那サフラン酒本舗に観光情報案内やレストランなどを設置し観光の拠点とすることで観光客に摂田屋をより知ってもらい取り組みも行っている。その他にも, 長岡市が行おうとしている摂田屋の町に合ったデザインの住宅や庭づくりなどで摂田屋地域を盛り上げようという活動も行っている。

(担当：斎藤 楓真, 小林 綺莉)

1.2 長岡市の摂田屋政策

1.2.1 長岡市の観光戦略への考え

「長岡市観光・交流企画課, 長岡市観光戦略プラン (平成 30 年 3 月)」によると, 長岡市には, 豊かな自然環境, 歴史文化があり, 多くの魅力的な人物を輩出している。長岡花火をはじめ, 生活産業文化や米, 酒などの食と農の文化などの豊かさにおいても日本有数の都市となっている。こうした地域資源を多く有する都市でありながら, 観光を目的とした来訪者の数という観点からは, 目的地は極めて限られている状況にある。交流人口を獲得すること

は、地域経済の活性化において重要な課題になっている。

長岡市は、風景、風物、史跡などを訪ねる「観光」に加え、コンベンションやエキシビション、スポーツ観光や音楽会、展示会等も含め、市外から人々が長岡に訪れる機会を広く「観光」として捉え、その復興を図ることで、長岡市への来訪者、交流人口を拡大することを目的としている。

長岡市における観光については、温泉や景勝地を見るといったいわゆる従来型の観光ではなく、買い物や飲食を楽しんだり、その年の歴史・文化に触れたり、地域の人々と交流するなど、都市の様々な魅力を体験する、いわゆる「都市観光」という点に特徴がある。また、ビジネスやコンベンションへの参加といった理由での来訪者が多く、そのついでに観光するといったことも、数多く見られる。今後一層の誘客を目指していくためには、県外からの観光の目的地となり得る施設の整備が必要となってくる。

年間を通じて長岡花火を核とした地域資源を発信する道の駅「ながおか花火館」

醸造文化・歴史を伝える情報発信交流の拠点として、「旧機那サフラン酒製造本舗」

これらを、長岡市、そして中越地域の各観光地への玄関とし、つなげることで魅力的な広域観光周遊ルートづくりを進めたいと考えている。



図 1-2-1 旧機那サフラン酒製造本舗前

1.2.2 長岡市の摂田屋に対する考え

摂田屋・宮内地区には、味噌、醤油、日本酒の老舗が集まり、古くから醸造・発酵文化が根付いている。歴史的資源も多く残るこの地区の魅力をさらに引き出し、通年で稼げる観光地にしようと長岡市は「醸造・発酵のまちづくり協議会設立準備会」を、立ち上げた。準備会は、「観光客の大きな受け皿として、摂田屋・宮内エリアの可能性を議論し、花火と並ぶ長岡のもう一つのシンボルになるように取り組みたい」と考えている。



図 1-2-2 鍔絵蔵



図 1-2-3 越のむらさき

1.2.3 実現に向けて行っていること

摂田屋は、江戸時代に交通の要所として栄え、味噌、醤油、清酒製造業などが集中した醸造の町であり、現在も旧機那サフラン酒製造本舗の「鍔絵の蔵」をはじめとした17つの国登録有形文化財など、多くの歴史的・文化的価値の高い資源が残っている。これらの地域資源を活かし、美しく潤いのある街なみの形成を目指し、長岡市は摂田屋を観光スポットとして長岡市のシンボルにしようと考え、「街なみ環境整備事業」を行っている。事業年度に関しては、平成21年度から令和7年度を予定している。事業の経過は、「表 1-2-1 主な事業経過」を参考のとおりである。

また主な事業内容は、道路美装化、公園整備、雨水排水施設整備、案内サイン整備、住宅等の修景、旧機那サフラン酒製造本舗の整備、駐車場整備などである。



図 1-2-4 摂田屋公園整備



図 1-2-5 道路美装化整備

表 1-2-1 主な事業経過

平成 19 年度	摂田屋地区まちづくり協議会発足
平成 20 年度	摂田屋地区街なみ環境整備事業方針策定 摂田屋地区街なみ環境整備事業計画策定
平成 21～22 年度	下排水施設設備, 案内サイン・方向指示サイン設置
平成 25～30 年度	旧三国街道美装化工事
平成 26 年度	摂田屋公園整備
平成 27～30 年度	修景施設整備
平成 29 年度	麴の小径美装化工事
平成 30 年度～	摂田屋地区情報発信拠点 (旧機那サフラン酒製造本舗) 整備 ・米蔵改修工事 (令和 2 年度) ・駐車場工事 (令和 2 年度) ・庭園改修工事 (令和 3 年度～)

(担当：水野 翼, 平山 輝己)

1.3 今期ゼミナールが取り組むテーマ

今期のテーマは,

「長岡市摂田屋地区への理解を深め, 魅力を見出し, 活動により地域活性化を図る」
である。

今年度は前期に味噌・醤油, 清酒, 旧機那サフラン酒製造本舗, 飲食店の 4 つのチームに分かれて, 摂田屋地区のそれぞれの魅力をグループごとに調査してまとめた。

その活動以外に, 2 つの活動を行った。1 つは, 2023 年 9 月 16 日 (土), 17 日 (日) の悠久祭で, 摂田屋地区の味噌と醤油を使ったフレンチトーストを販売したことである。

もう 1 つはストラップ作り体験である。今年, 2023 年 7 月 17 日 (月) にアオーレ長岡で開催された「オトナコドモ夏祭り」と 2023 年 10 月 15 日 (日) に摂田屋地域で開催された「HAKKO trip」で活動を行った。長岡市内の小学生を対象とした活動で旧機那サフラン酒製造本舗の鰻絵をモチーフにしたストラップ作り体験を実施して地域の方と交流することができた。



図 1-3-1 「HAKKO trip」でのストラップ作り体験の様子

1.3.1 いままでの取り組み概要

2021年にイベントプロジェクトチームが摂田屋フォトコンテストを実施した。

フォトコンテストの概要

内容は、摂田屋に関するフォトコンテストで、開催期間は、2021年9月1日(水)～2021年10月31日(日)であった。受付方法は、メール・郵送にて応募を受け付けた。目標人数は、摂田屋フォトコンテストを計画段階の予定では、他で行っている、フォトコンテストを参考にし、目標応募人数50人とした。審査発表は、2021年11月22日(月)とした。主催は、長岡大学生島ゼミナールで、協賛企業長岡市摂田屋地区の醸造業を中心とした企業であった。後援を一般社団法人長岡観光コンベンション協会にお願いした。その他入選作品賞の方に摂田屋の特産品を贈呈(味噌・醤油・酒)した。(図1-3-2 展示会の様子)

以上が摂田屋フォトコンテストの概要である。

そして図1-3-3は実際に作成し、使用したポスターである。



図 1-3-2 展示会の様子

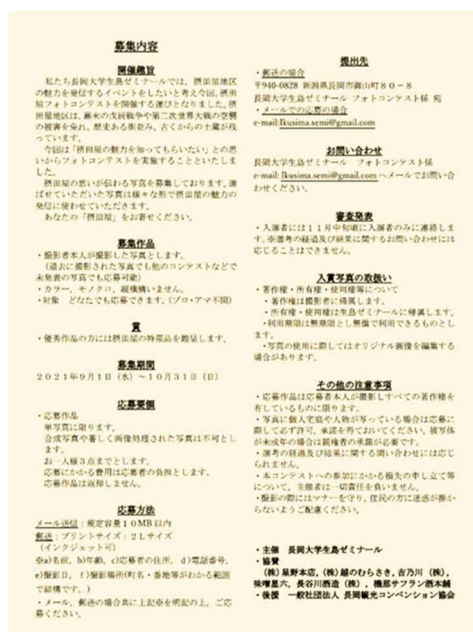


図 1-3-3 摂田屋フォトコンテストのポスター

1.3.2 今期に取り組む課題

昨年に引き続き生島ゼミは、ストラップ作り体験や悠久祭でのフレンチトースト販売を実施することになり、昨年の反省点や経験を生かして、今期は更にブラッシュアップしてイベントに取り組んだ。

フレンチトースト販売で工夫した点は、昨年はフレンチトーストだけを販売していたが、今期は喉が渇くという改善策から飲み物も一緒に販売するという工夫を行った。

鍔絵ストラップ作り体験では、昨年度の反省点から難易度の低い絵を追加し、会場内にポスターをもって宣伝を行った。また、「ながおかオトナコドモ夏祭り」は摂田屋外での活動で、摂田屋外へ知名度や興味を広げる活動であった。



図 1-3-4 鍔絵ストラップ作り体験での宣伝の様子

(担当：加藤 悠大，渡邊 璃空)

2. 摂田屋の魅力調査

2.1 摂田屋の酒

2.1.1 調査した内容

2023年5月24日に吉乃川に取材に行き、歴史とお酒の特徴について調査した。また、2023年5月26日に長谷川酒造に取材に行き、吉乃川と同様の調査を行った。

2.1.2 吉乃川と長谷川酒造の歴史

(1) 吉乃川の歴史

吉乃川は約470年の歴史がある。最初は和泉屋と屋号を定め、個人経営から法人組織に変わり、屋号を中越醸造株式会社とするようになった。

そして、中越酒造株式会社と社号を変更し、100年前に吉乃川株式会社が変わった。創設者の川上家は武士であり、その君主が上杉謙信であった。上杉謙信が亡くなってから、武士をやめて酒造りを行うようになった。

酒造りを始めた当時は、飲ませる酒というよりお神酒に力を入れて製造を行っていた。そして、470年続く理由は、越後平野の前方に信濃川を望み、背後に豊かな山を控え、良質な水と米に恵まれたこの地が、酒造りに適した土地であるからだと言える。

また、川上家の分家が越のむらさきである。

(1) 長谷川酒造の歴史

長谷川酒造の創業は江戸時代末期の1842年で、先祖は戦国時代に信州から当地に移り住んでこの地を開墾した。古くは信州屋と呼ばれ、長谷川酒造の初代当主である重吉が天保の大飢饉の折、蔵王神社の御神酒造りと称して酒造りを始めたのが起源とされている。



図 2-1-1 吉野川酒造の景観



図 2-1-2 長谷川酒造の景観

2.1.3 吉乃川の主力商品

(1) クラフトビール

(1-1) 概要

吉乃川のクラフトビールである「摂田屋クラフト」は吉乃川敷地内で2019年に誕生した「醸蔵」館内で醸造している。吉乃川らしい特徴と伝統的な製法を掛け合わせ、美味し

く飲み飽きない味わいを表現している。

(1-2) 特徴

①副原料に「米こうじ」を使用

→日本酒蔵のこだわりとして「米こうじ」を使用している。米こうじを使うと日本の法律上「発泡酒」となるが、それ以外はビールと同様の造り方をしている。この「米こうじ」はもちろん吉乃川の日本酒にも使われている。

②グループ会社のビール酵母を使用

→「撰田屋クラフト」のビール酵母は、吉乃川のグループ会社でパン酵母やビール酵母をつくる「中越酵母工業」のものを使用している。(図 2-1-3 クラフトビール)

③日本酒と同じ「仕込み水」を使用

→仕込み水は吉乃川の日本酒と同じく、敷地内から汲み上げる軟水「天下甘露泉」を使用している。すっきりとした味わいになっている。

④手で開けられる広口瓶を採用

→栓抜きなしで開けることができるマキシキャップ、グラスに注がなくても香りを楽しめる口が広い瓶を採用した。



図 2-1-3 クラフトビール

(2) みなも

(1-1) 概要

毎日を豊かにする酒、何百年と飲み飽きない晩酌酒を造り続けてきた新潟の蔵元が、モノづくりの原点に立ち返り、素材、造り、その哲学すべてを、いまの時代に合わせて、丁寧に磨き上げた食中酒それが吉野川の「みなも」である。食の引き立て役や、気分を上げることの他、いままででない、それでいて、吉乃川にしかできなかった、新しい味わいを楽しめる。

「みなも」の装いは、吉乃川を育ててきた信濃川の、その時々表情を映したものである。そんなうつくしく湧き続ける新潟の豊かさを、ひろがる時代と食卓に合わせ、シンプルな色とカタチでデザインし、モダンに磨かれたボトルは、食事のひと時に、華やかさを

添えてくれる。(「図 2-1-4 みなも」参照)

(1-2) 特徴

①酒米や酵母の一つひとつにこだわり、吉乃川の伝統である寒造りで、蒸米、浸漬、製麴、すべての工程を、人の手だけで仕込んでいるのが、「みなも」である。

その最高峰の工程、「中汲み」に、新潟県産米にこだわる吉乃川が、酒米の王様と言われる兵庫県産 山田錦を使った、あらたな味わいをプラスし、長年に渡り磨き続けてきた技術と想いに、王道の造りを組み合わせた、吉乃川のあらたな世界観を楽しめる。

②酒米や酵母の一つひとつにこだわり、吉乃川の伝統である寒造りで、蒸米、浸漬、製麴、すべての工程を、人の手だけで仕込みを行う。

搾りの中でも、最も味わいの現れる「中汲み」だけを詰めた一本である。長年に渡って磨き続けてきた、手造りの技を活かし、一つのタンクに込められた杜氏・蔵人の情熱を注ぎ、いまに生きる吉乃川の真髄をじっくりと楽しめる。



図 2-1-4 みなも

2.1.4 長谷川酒造の主力商品

(1) 越後雪紅梅

(1-1) 概要

長谷川酒造（1842年創業）が醸す「越後雪紅梅」は、大吟醸から普通酒までの幅広いラインナップを持つ代表銘柄である。この名前は、故遠藤実氏という作曲家によって名付けられ、「雪紅梅 情けの味がする」という詩とともに授かったものである。大吟醸や純米大吟醸、純米、本醸造や普通酒など多種多様なラインナップを取りそろえる。また、限定ラインナップとして「四季を旅するお酒」というものがある。「四季」と銘打たれてるように、春夏秋冬に合わせた主力4銘柄がある。

春は「悠久山の桜」、夏は「長岡の花火」、秋は「稲刈り日和」、冬は「雪の酒造」と長岡にゆかりのある情景をテーマとした名称がつけられている。

(1-2) 特徴

雪紅梅シリーズの特徴は何ととっても多種多様なラインナップを取りそろえていることにある。季節限定銘柄で7種、大吟醸・純米大吟醸で4種、吟醸・純米吟醸で3種、純

米で2種, 本醸造・普通酒で3種, 生酒で1種類を取りそろえる。同じ大吟醸でも寒い中, 低温でじっくり熟成させたものや長時間かけ雫を垂らしそれを集め大吟醸を完成させるものなど製法が異なる。

そのため和食から洋食, 中華まで幅広く合うこの日本酒は, 国内外で日本酒文化を伝える長谷川酒造の情熱を反映させる銘柄といっても過言ではない。



図 2-1-5 雪紅梅

(2) 初日正宗

(1-1) 概要

大正時代より受け継がれる初代の銘柄であり, 長谷川酒造を長年支えてきた古参の銘柄である。ラインナップは「純米大吟醸 雫しぼり」と「純米吟醸」の二種類である。

両銘柄とも新春初日の出をモチーフにした縁起の良い銘柄となっている。

(1-2) 特徴

「純米大吟醸 雫しぼり」の特徴は新潟県産酒造好適米「越淡麗」を40%まで精米した純米大吟醸であるということ。加えて, もろみを酒袋に入れ, 加圧せず重みだけでしぼられた雫酒のみを瓶に詰めるという時間のかかる工程のもと作られている。

「純米吟醸」の特徴は新潟県産酒造好適米「越淡麗」を使用した純米吟醸酒であり, 柔らかで芳醇な旨みとコクを持ち合わせている。



図 2-1-6 初日正宗

2.1.5 摂田屋の酒の魅力

摂田屋の酒の魅力は以下の三点である。

一点目は昔から受け継いでいる作り方をベースにしながら新しい製法も取り入れていること。クラフトビールなど時代のニーズに合わせた商品の提供を行っている。

二点目は吉乃川と長谷川酒造は信濃川の伏流水を使って飲みやすいお酒を作っていること。信濃川という日本を代表する河川の恩恵を受け、おいしく、飲みごたえのあるお酒が造られている。

三点目は新潟のお米を使い、酒蔵同士で協力しながら摂田屋のお酒を盛り上げていること。「醸蔵」など若者でも日本酒を好きになれるようなコンテンツの提供を行っている。

(担当：山崎 康行，青木 大知)

2.2 摂田屋の味噌・醤油

2.2.1 実態調査

摂田屋には越のむらさき、星野本店、味噌星六の三店舗が醤油・味噌づくりを行う。今回は越のむらさき、味噌星六に実際に足を運びヒアリングを行い、星野本店は業務が忙しく対応が困難とされたため、インターネットや文献などを活用し調査を行った。

2.2.2 越のむらさき

(1) 概要

創業天保2年(1829年)の老舗である。「お口に召されるお客様を大事に最良の逸品」という理念を掲げ、製品の製造に取り組んでいる。醤油の製造に力を入れるほか、味噌やつゆ、酢、野菜漬、味噌の生産、販売も行う。

越のむらさきの醤油は、かけしょうゆやつゆとしてだけでなく、様々な用途で活用できる万能な醤油であると言えるのが特徴である。

(2) 特徴

醤油に関しては県内トップクラスの知名度と人気を誇る醤油である。また、以下の方法を用いて生産を行っている。

表 2-2-1 醤油が出来上がるまで

工程：1 原料処理	大豆を一晩水に浸した後、(NK 缶という蒸煮缶)で蒸す。 小麦は炒った後、(割砕といって)ひき割って細かい粒にする。
工程：2 製麴 ①盛り込み	空気輸送によって運び込まれた大豆と小麦に種麴を混ぜ合わせ均一に広げる。 盛り込みが終わると室の扉を閉め、湿った暖かい風を送り、麴菌を繁殖させる。
②手入れ	麴菌が繁殖すると熱を出し、麴がしまつて通風が悪化ため、麴菌をほぐし、均一に繁殖できるようにする。
③出麴	盛り込み後2日目の昼、醤油麴が完成する。 出来上がった醤油麴を室から出し、諸味蔵まで送り出す。

工程：3 仕込み・ <small>かきいれ</small> 權入れ	1年以上かけ、発酵・熟成を行い、その間權入れという <small>かきほん</small> 攪拌作業を行う。
工程：4 しぼり・火入れ	「しぼり」の工程で諸味を麻でできた布に入れてたたんでいき、積み重ね水圧プレスで押し絞り出す。 「火入れ」色・香・味を調える
工程：5 おり下げ	火入れの際に発生するたんぱく質が凝固したものである「おり」をタンクの中で静かに寝かせ下の方に沈殿させる。
工程：6 瓶詰め	瓶詰めをする前に多段式ろ過機を使ってろ過し、ペットボトルや瓶に詰められ、打栓される。

(3) 越のむらさきの代表的な商品

ここで、越のむらさきの代表的な商品の一部を紹介する



図 2-2-1 特選かつおだし醤油

越のむらさきにおいて、40年以上愛されているのがこの特選かつおだし醤油である。
越のむらさきのおいしさそのままに、つゆ、かけ醤油だけでなく、様々な用途において活用できる万能商品となっている。



図 2-2-2 こいくち 本醸造
特級 本醸造しょうゆ

本醸造の濃い口しょうゆである。
コクと旨みが特徴で、煮物、つけ、かけ醤油など、料理全般に活用できる。
肉や魚の臭み取りや素材の旨みを引き出す際にも活用でき、名脇役な商品となっている。



図 2-2-3 うすくち 本醸造
特級 白王

本醸造の薄口しょうゆである。
透明感のある淡い色と爽やかな澄んだ香りが特徴的で、料理の素材を一層引き立たせる。
いくら醤油漬、野菜や白身魚などの煮物、お吸い物、鍋物にお勧めの醤油となっている。



原料に新潟県産コシヒカリと、越後長岡エンレイ大豆を使用している。お米と大豆を同量にした十割こうじとなっており、豊かな味と風味が特徴の味噌となっている。

図 2-2-4 摂田屋 越後コシヒカリ味噌

2.2.3 星野本店

(1) 概要

江戸後期の弘化3年（西暦1846年）、星野本店は屋号を「ヤマホシサン」と定め、摂田屋に蔵を構えた。以来170年余りの間、伝統を守りながらおいしさの追求を行い続け、現在に至る。また、太平洋戦争時も味噌を作り続け、国民の生活を支えた過去がある。

平成8年に内閣総理大臣より黄綬褒章を受章した中澤信吉氏（前取締役工場長）の味と技術を受け継ぎ、味噌製造一級技能士の佐藤十志宏が大豆・米・麴の特徴を吟味し、発酵熟成期間を見極めながら作り上げた深みのある味と香りが特徴の越後味噌となっている。

また、醤油においても熟練の職人が伝統の技で色と香りに一段の冴えを加え、星野本店特有の醤油となっている。

(2) 特徴

味噌と醤油をはじめとした商品の、生産を行っているがもともとは醤油のみの生産を行っており、かつては味噌を家庭でも作成していた文化があったため、味噌を作り始めたのは、昭和に入ってからである。尚、現在は味噌が主力商品となっている。

味噌づくりにおいて、「発酵」という作業に重きを置いており目に見えない小さな麴を豊かに育て上げる技術は星野本店が大切にしている工程の一つである。また、すべては味噌にしたとき「その味・香りがどうか？」ということを常に考えている。原材料であれば、安全性は大前提としつつも、産地というカタログスペックだけに捕らわれず、「味噌づくりに向いているかどうか」という基準を大切にしている。そして、その材料をどのように下ごしらえするのか、どのような配合や時間で発酵させるのか、など複数の視点で、永年受け継いできた職人の知恵と技術で思考を重ねている。

(3) 星野本店の代表的な商品

ここで星野本店の代表的な商品の一覧を紹介する。



図 2-2-5 越後ふるさと味噌ゴールド

昔ながらの味噌として、星野本店のロングセラー商品である。星野本店の他のラインナップと比べて、約1.5倍もの量の大豆をふんだんに使った味噌である。

豚汁など具材の色が濃く出るお味噌汁では、より一層味を深めることができ、火を通して風味落ちが少なく、味噌汁だけでなく、味噌料理のおいしさが十分に味わうことができる。



図 2-2-6 越の天恵

現代の名工 中澤信吉(平成八年 黄綬褒章受章)のもとで育った若い蔵人(味噌製造一級技能士)が、新潟県産大豆・新潟県産米の特徴を吟味し、発酵熟成期間を見極めながら味噌を造り上げた。

大豆は新潟県長岡市近郊で収穫された越後さんとう農業協同組合の「こしじ娘」を使用しており、米どころ新潟の肥沃な大地で育った大豆というのが特徴である。新潟の恵みがぎゅっと詰まった、深みある味わいと香り



図 2-2-7 神楽南蛮味噌

神楽南蛮は、古くから新潟県長岡市周辺で栽培されてきた伝統的な地場野菜で、唐辛子の一種である。

鮮やかな緑色の実が熟すと、美しい紅に変わる。

この地元の恵みを星野本店の「天恵蔵元みそ(白)」と、丁寧に練り上げ、他の唐辛子味噌とは一味違う、神楽南蛮特有の鋭すぎない辛味と香りが際立つ味噌になっている。

あつあつのごはんのお供や薬味や炒めものなどの、料理のアクセントとしてもおすすめとなっている。

また、化学調味料・保存料・香料は不使用である。



図 2-2-8 こはく 1L

こはくは越後名物「枋尾の油揚げ」と好相性として、地元の油揚げの作り手から長らく支持を受けている商品である。長岡市の老舗醤油店から星野本店が引き継ぎ、美しく透き通ったその色から「こはく」と命名された。

次世代の担い手として変わらぬ味を伝えることに努力を欠かさない。手軽に美味しさを味わうのであれば、卵かけご飯が効果的である。

2.2.4 味噌星六

(1) 概要

味噌星六は 1975 年創業の比較的新しい大豆やお米を使用した製品の製造、販売を行う企業である。もともと、明治 30 年代に同じ町内の星野本店から分家した初代の星野六郎氏が定めた屋号が「星六」で、これを掲げて現在の店主である星野正夫氏が始めたという経緯がある。

店主星野正夫氏はもともと実家の味噌づくりには消極的で、東京でエンジニアとして働いていた。しかし、「サラリーマン」という働き方が正夫氏には合わなかったようで脱サラし、実家の味噌づくりを行うべく新潟に戻ることになった。そこで、正夫氏は自身が職人気

質だったということに気づき本格的に味噌づくりをスタートする。

(2) 特徴

味噌星六の特徴は素材選びを徹底しているということだ。これは正夫氏が高校時代に高校時代に雑草に除草剤を使用する危険性を独学で学び、エンジニア時代に無農薬で野菜を育てたときに、自然と共に生き地球の未来を考えたときにまっとうな農業が必要だと思ったからである。

そのため、味噌の原料になる素材すべてが農薬や添加物が使用されていない素材のみを厳選し味噌づくりを行っている。また、味噌づくりに使う「水」についてもこだわりを持ち正夫氏自身が山の良質な水を求め汲みに行き商品に活用している。

製作工程においても、機械などは一切使わず手作りにこだわり「ふるさと、おふくろなどほっとするような味噌」を目指し製作を行う。

ここで私たちが店主星野正夫氏と対談した際の印象に残った言葉を紹介する。正夫氏が味噌づくりを始めたころ素材や製法にこだわっているのは、採算が合わないのではないかと周りから言われたそうだ。

しかし、正夫氏は「儲かる、儲からないではなく、一人でも星六の味噌がおいしいと言ってくれたらその人のために作る。販売促進などは行う必要がなく一人ひとり、誠意で接し信用を創っていく」とおっしゃっていた。



図 2-2-9 味噌星六
店主 星野正夫氏

(3) 味噌星六の商品について

味噌星六の商品において味噌 1 種類に対しても 1 年もの、2 年もの、3 年ものとそれぞれ分類がある。今回は代表的な商品である「こだわり味噌」について紹介を行う。



図 2-2-10 こだわり味噌
一年もの

1 年ものの味噌は甘みもしょっぱさも経っていてまだまだ粗削りな雰囲気のある漂う味噌であり、人間で例えるなら 10 代の若者といったところである。

そのため、豚汁などのように具材が大きく、具材がメインになるようなお汁に使うと調和がとれおいしく食べること



図 2-2-11 こだわり味噌
二年もの

2 年ものの味噌はしょっぱさ、甘み、旨みのバランスが取れてくる。人間で例えるなら、20 代後半から 30 代前半であり、初めて味噌星六の味噌を買ったとしたらおすすめの味噌である。

味噌汁に使っても絶品だが、夏場であれば新鮮なキュウリと一緒に食べるのもおすすめである。



図2-2-12 こだわり味噌
三年もの

3年ものの味噌は旨みとクセが共に出てくるため、最も個性の強い商品になっており賛否両論が分かれる。人間で例えるなら、60代という所である。

一方で豆腐とネギなどあっさりとした具材で味噌汁を作る際には相性が良く、ふろふき大根焼きおにぎりなどに使用すれば、味噌そのものの味を楽しめる。

2.2.5 摂田屋の味噌・醤油の魅力

摂田屋の味噌、醤油の魅力は前途で紹介した三店舗がそれぞれ個性の異なる味噌、醤油を作っていることだと言える。越のむらさきであれば醤油を製造する企業として認知度、信頼度はトップクラスの企業であると言える。星野本店であれば、古くから製法にこだわり代々受け継がれてきた技術を継承し味噌づくりを行っている。味噌星六に至ってはメジャーには至っていないが、素材にこだわりお客様の安心安全を第一に考えながら味噌作りを行っている。

以上のことから、それぞれコンセプトも異なれば、顧客のニーズもことなっている。三者三様の考えがありそれらが、強みとなり差別化され現在まで3店舗が続いてきた要因であると考えられる。



図 2-2-13 星野本店



図 2-2-14 味噌星六

(担当：馬場 信幸)

2.3 旧機那サフラン酒製造本舗

旧機那サフラン酒製造本舗に魅力があると考え、旧機那サフラン酒製造本舗についての理解を深めるべく調査を行った。その中で、旧機那サフラン酒製造本舗の概要についてと鰻絵の魅力を再発見することの2つに絞り調査を行った。

2.3.1 旧機那サフラン酒製造本舗の概要

旧機那サフラン酒製造本舗は、摂田屋地区の観光スポットの一つである。明治時代から昭和時代にかけて、「養命酒」と勢力を二分した薬用酒であるサフラン酒を製造、販売していた会社であり、創業者は吉澤仁太郎という人物である。

また、摂田屋地区は、江戸幕府の御領地として醤油・味噌、酒などの醸造業が発展し、「醸造のまち」になった。摂田屋地区は太平洋戦争での長岡空襲の被害が少なく、明治時代・大正時代の建物が残っている。



図 2-3-1 吉澤仁太郎氏肖像
(1863~1941)

2.3.2 旧機那サフラン酒製造本舗の鍍絵

旧機那サフラン酒製造本舗には、鍍絵蔵という蔵がある。鍍絵は河上伊吉という人物が作成した。河上伊吉は、元は酒や薪炭の商いを生業としていたが、富山に修行にでて日本の伝統的な左官表現である鍍絵を習得した。摂田屋に戻り大正5年30歳の時に旧機那サフラン酒製造本舗の鍍絵を作成した。



図 2-3-2 鍍絵蔵の鍍絵 1



図 2-3-3 鍍絵蔵の鍍絵 2

漆喰と鍍で図柄を立体的に描きだす鍍絵は、多くは建物の一部装飾と作成された。旧機那サフラン酒製造本舗の鍍絵には、色漆喰を用いて多彩である。瓦と漆喰で作られた白黒格子

のなまこ壁は、色鮮やかである。鍔絵には、十二支や四神などの動物が描かれている。

2.3.3 旧機那サフラン酒製造本舗についての聞き込み調査

旧機那サフラン酒製造本舗について調べ、わからなかったことや疑問点などをまとめて5月17日に現地である摂田屋のサフラン酒製造本舗に行き聞き込み調査を行った。聞き込み調査では、サフラン酒のことや鍔絵のモチーフなどのことを聞いた。

表 2-3-1 聞き込み調査（質問表）

質問	回答	補足
「キナ」「サフラン」という2つの植物と「薬用酒」の関係性	「機那」はキナの木。キナのキニーネという葉がサフラン酒に入っていた。サフランは明治時代に輸入されハイカラさを求めて、サフラン酒に取り入れられた。また、「機那」を付けることで名前に重圧感がまし効き目をアピールしたのではないか。	「機那」という字はキナの木という植物の当て字である。
長岡の中で摂田屋に酒造が集まった理由	水がよく、米が入手しやすい地域であった。お金持ちではないと酒作りはできないのだが、摂田屋にはお金持ちがいた。また幕府の領地であったため規制が緩かったなどの理由もある。	
ブドウ酒について	もともとは薬も売っていたが、サフラン酒が売れたため嗜好品を売るようになる。そこで、時代の先を読んで、ブドウ酒づくりを始める。	サフラン酒では、薬用ブドウ酒も製造していた
吉澤仁太郎とはどのような人物か	努力家でアイデアマンであった。元手がないことから摂田屋のお金持ちになった。時代にあわせたプロモーションを行っていた。	
河上伊吉の人物像	吉澤仁太郎の隣に住んでいた河上伊吉は、親子ほどの年の差があったが仁太郎と馬があった。器用で技術力があつた。魚沼によく遊びに行っていた。（鍔絵のモチーフの研究ではないか。）	河上伊吉は商人であった。商人である伊吉はどこかで仁太郎と知り合った。

縁起物である「鳳凰，麒麟」などをモチーフにした意図	正確にはわからない。十二支がかかっているが十二支がそろっていないので，デザイン重視なのではないか。パワースポットにしようとしたのではないか。一番の鰻絵を作ろうとしたのは間違いない。	
---------------------------	--	--

2.3.4 旧機那サフラン酒製造本舗，鰻絵蔵の魅力

旧機那サフラン酒製造本舗には昔ながらの建物が多く残っており，現在も発酵・醸造文化の歴史を肌で感じられる場所である。

鰻絵蔵に描かれている鰻絵には，風情があり迫力のある鰻絵を見ることができる。この鰻絵蔵の魅力を発信していき地域活性化に繋げていきたい。



図 2-3-4 鰻絵蔵

(担当：高木 大海)

2.4. 摂田屋の飲食店

(1) 調査概要

摂田屋には数多くの飲食店がありそれらの特徴についての調査を行った。調査結果については現地調査や食べログのウェブサイトを活用し，飲食店の評価・価格帯・ジャンル等を調べ，表にまとめることを目標とした。また，調査を通して生島ゼミの摂田屋マップ「摂田屋観光しおり」の更新を行うことを目指した。

(2) 調査方法

飲食店の場所についてグーグルマップを使って調べ，どこ（どこの近く）に何の店がある

のかの調査を行った。また、「青島食堂」「ミヤウチショウガカレー研究所」「Ramen DanoDano」の三店舗には実際に足を運びお店の方からヒアリング調査を行った。

2.4.1 摂田屋の飲食店についての概要

表 2-4-1 飲食店リスト

店舗名	価格帯	ジャンル	評価 (5点)	住所
青島食堂	¥～999	ラーメン	3.55 ～3.71	(宮内駅前店) 長岡市宮内3丁目5-3 (曲新町店), (宮内店)
一福食堂	¥～999	ラーメン, 丼, そば・ うどん	3.08	長岡市宮内1丁目14-12
割烹 新喜屋	予算に合わせて	日本料理	3.0	長岡市宮内1丁目2-25
5en	¥1400～	フレンチ	3.05	長岡市摂田屋4丁目7-35 ミライコンパス 1F
江口だんご	¥～999	カフェ, 甘 味処	3.05	長岡市摂田屋4丁目
おむすびと汁 と茶 6SUBI	¥1400～1999	おにぎり	3.1	長岡市摂田屋4丁目7
喜味屋食堂	¥～999	ラーメン, 丼, そば, うどん	3.47	長岡市摂田屋5-10-21
BUKUBUKU	¥1000～1999	イタリアン	3.27	長岡市宮内3-12-36
ハルヤ	¥～999	ラーメン	3.11	長岡市摂田屋町766 長岡南ゴルフガーデン
ミヤウチショウ ウガカレー研 究所	¥～999	カレー, カ フェ	3.45	長岡市宮内3-1-16
Ramen Dano Dano	¥1000～1999	ラーメン	3.08	長岡市曲新町597-1
丸秀	¥3000～3999	居酒屋	なし	長岡市宮内3丁目1-16
廻る すし道 楽	¥1000～1999	寿司	3.25	長岡市曲新町541-1

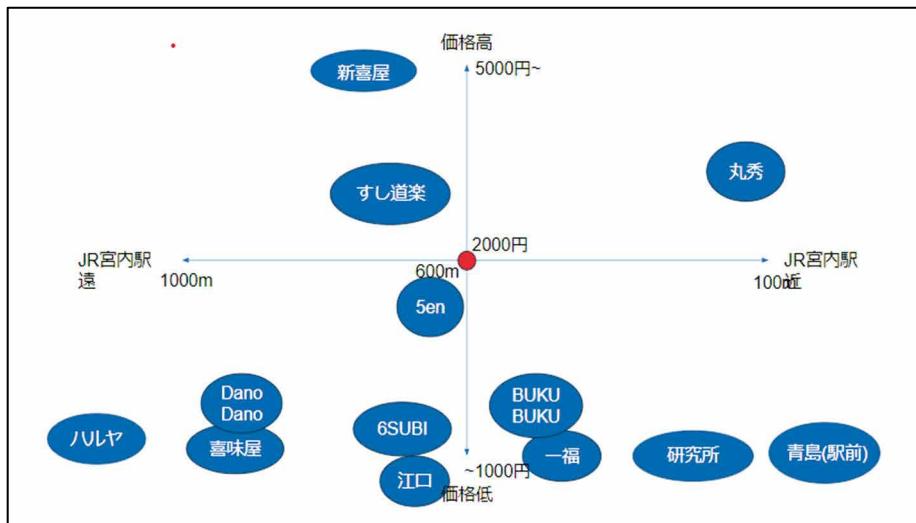


図 2-4-1 飲食店リストを基にしたマトリックス表

2.4.2 ヒアリング調査結果

今回は「青島食堂」「ミヤウチショウガカレー研究所」「Ramen DanoDano」にてヒアリング調査を行った。ヒアリングの目的としては来店客の傾向は地元住民の割合が多いのか観光客が多いのかを分析するためである。

(1) 青島食堂



昭和 38 年創業の長岡を代表するラーメン店である。
普段は地元のお客が多く、帰宅中の学生や社会人が多い傾向である。

図 2-4-2 生姜醤油ラーメン

(2) ミヤウチショウガカレー研究所



平成 24 年創業のカレーショップである。
普段は地元のお客が多く摂田屋への旅行客も低頻度ではあるが来店している。来店客の傾向とし

図 2-4-3 ショウガカレー

(3) Ramen DanoDano



令和5年2月創業のラーメン店である。
普段は地元民の来客が多い傾向にあり、年齢層も老若男女問わず来店している。

図 2-4-4 ラーメン白湯

2.4.3 撰田屋の飲食店の魅力

撰田屋の飲食店の魅力は以下の三点である。

一点目は撰田屋の飲食店の飲食店の魅力は価格帯が手頃な店舗が多く、値段が高めの店舗がほとんどないということだ。ラーメンやカレーなど1000円を目安とした店舗が多くあり、手頃な価格でおなかいっぱいになる。

二点目は多くの種類の飲食店があるということだ。長岡の代表的なグルメであるラーメンをはじめ、フレンチやイタリアン、寿司など多種多様なジャンルがそろっているため撰田屋外に出なくとも様々な料理を楽しむことができる。

三点目は地元から愛されている店舗が多いということだ。「喜味屋」や「青島食堂」「一福食堂」などは何代にもわたり撰田屋の食を支えてきた。近年は「ミヤウチショウガカレー研究所」や「Ramen DanoDano」などの若者向けの店舗も参入してきたことにより世代を超えて、撰田屋の食を盛り上げようとしている。



図 2-4-5 青島食堂



図 2-4-6



図 2-4-7

Ramen DanoDano ミヤウチショウガカレー研究所

(担当：宇田 脩瑛，山本 瑞樹)

2.5 撰田屋の魅力とは

今期のゼミナール活動では撰田屋の魅力について「撰田屋のお酒」「撰田屋の味噌、醤油」「旧機那サフラン酒製造本舗」「飲食店」という四つの視点から調査を行った。これらの魅

力について軽く述べた上で撰田屋の魅力について述べていく。撰田屋の魅力について、まず初めに撰田屋はどのような「まち」であるべきかと現状の問題点を住居者、旅行者、事業者の三視点から考えた。その後どのような「まち」にすればよいのかを考え撰田屋の魅力を導き出した。

2.5.1 撰田屋のお酒

撰田屋には吉乃川と長谷川酒造という二つの酒蔵がある。

一つ目が吉乃川である。吉乃川は約470年の歴史があり、新潟県で最も古い老舗である。吉乃川の特徴として昔から変わらない製造方法、米を洗う時に割らないためにプラスチックのものではなく木のかごで洗うなどを用いているため、昔から変わらないしっかりとした味わいのお酒になっており誰が飲んでも間違えのないお酒になっている。信濃川の伏流水を使っているため水がよく、やわらかい飲みやすいお酒になっている。お酒以外にも日本酒と同じ水と米麴を使用したクラフトビールや食品である甘酒パウダーと乾燥麴を作っている。

もう一つが長谷川酒造である。長谷川酒造は江戸時代に創業する歴史の長い酒蔵である。長谷川酒造の特徴としては二つあり一つは時代のニーズに合わせて新しい製法や商品を取り入れているという点である。二つ目は長谷川酒造の日本酒は、和食だけでなくイタリアンや洋食などの食事にも合う味わいであるという事である。その特徴を用いた「四季を旅するお酒」があり、それぞれ四季に合った味わいとなっている。主力商品は雪紅梅シリーズである。

これらのことから魅力として吉乃川、長谷川酒造、そのどちらの酒蔵も新潟の米と信濃川の伏流水という新潟の水を使ったお酒を造っているという事があげられる。また撰田屋にある二つの酒蔵同士で協力しながら「撰田屋のお酒」というものを盛り上げていることも魅力といえる。

2.5.2 撰田屋の味噌・醤油

撰田屋には味噌、醤油製造を行う企業「越のむらさき」「星野本店」「味噌星六」の三社が存在し、三社とも味噌、醤油を取り扱っている。

「越のむらさき」は、主力の40年以上愛されている「特選かつおだし醤油」という商品のほかにも数多くの醤油のラインナップがあり、越のむらさきの商品の特徴は透明感のある淡い色と爽やかな澄んだ色である。この理由として新潟県産大豆と国産小麦を使用した醤油であることが挙げられる。

「星野本店」は、太平洋戦争中も味噌を製造し続け国民の生活を支えた過去がある。また農林水産省のJAS認定を受けている。「星野本店」の製品は発酵作業にこだわり目に見えない麴を豊かに育て上げる技術は一級品である。その技術を用いた「越の天恵」という長岡近郊で収穫されるこしじ娘という大豆を使用した味噌がイチオシ商品である。

「味噌星六」は、店主である星野正夫氏が厳選した農薬や添加物を一切使用していない材

料のみで昔ながらの製法を用い味噌づくりを行う。また販売促進はあえて行わず、一人ひとり誠意で接し信用を創っていくことをモットーとしている。

以上のことから撰田屋にはそれぞれの製造元で特徴や考え方が違い、個性の異なる味噌、醤油が売っており差別化できていることがわかる。そのため自分好みの味噌、醤油を探ることができる。また、食べ比べなどを用いて好みの味噌、醤油を探ることができることも可能である点も魅力であるといえる。

2.5.3 旧機那サフラン酒製造本舗

「旧機那サフラン酒製造本舗」とは、明治から昭和にかけて「養命酒」と勢力を二分した「サフラン酒」を製造、販売していた会社である。旧機那サフラン酒製造本舗ではサフラン酒のみではなく葡萄酒も製造していた。この葡萄酒は「赤玉ポートワイン」などの砂糖入りのものが販売されそちらのほうが売れてしまったため、本格的なサフラン酒の葡萄酒はあまり売れなかったという過去がある。創業者は吉沢仁太郎という人物であり、その吉沢仁太郎と親交のあった河上伊吉という人物が手掛けた縁起のいい十二支や四神などの縁起のいいものがモチーフになっている鰻絵蔵が有名である。十二支や四神などをモチーフにした意図は不明である。旧機那サフラン酒製造本舗の鰻絵は凹凸がはっきりしており、その絵は大振りで多彩であり色鮮やかである。この鰻絵は作られた当時のまま残っているため、歴史的な価値があるといえる。鰻絵というものは普通、建物の一部に典型として描かれるが旧機那サフラン酒製造本舗では壁から軒から戸袋まですべて鰻絵である。また日本の伝統的左官表現の中でも異色である鰻絵となまこ壁が一緒に使われている。旧機那サフラン酒製造本舗の魅力として河上伊吉が手掛けた鰻絵蔵である。歴史的な価値ばかりを上記では述べたが美術的価値のほうが大きいように感じるようなものであり、言い表すことのできない迫力を持つことが大きな魅力である。

2.5.4 撰田屋の飲食店

撰田屋の飲食店の魅力の調査では食べログとホットペッパーグルメの情報を活用し飲食店の評価、価格帯、ジャンル等を調べた。しかしながらホットペッパーグルメのほうには登録していない飲食店がかなりの数あり、サイト間での比較も視野に入れて調べたが、有効的な比較にはならないと感じ最終的には食べログのみでの調査となった。食べログの飲食店の評価では一番低い評価で3.0であり高いものでは3.71と飲食店の評価の中では高いものであった。調査範囲としては宮内駅から撰田屋に続く通りである宮内商店街雁木通りを中心に行った。飲食店の情報を調べた後、現地調査を行った。

撰田屋にはラーメンやフレンチ、おにぎり、日本食など様々なジャンルが揃っている。また、撰田屋付近の飲食店には手ごろな価格帯の飲食店が多く、値段が高めの店がほとんどない。「5en」や「BUKUBUKU」等の撰田屋の比較的新しい飲食店の中には地元の食材や発酵食品を使用している店舗も存在するため、撰田屋ならではの味を楽しむことができる。昔から撰田屋に根付いている飲食店「青島食堂」や「喜味屋食堂」、「一福食堂」、「割烹 新喜屋」

なども多く存在し地元の人々からだけでなくテレビ番組や口コミなどの広がりによって県内、県外問わず愛されている店舗も存在する。

2.5.5 撰田屋の魅力について

これらの調査から撰田屋の魅力とは「発酵文化と歴史を味わうまち」であると私たちは結論付けた。この結論に至った過程としてまず撰田屋はどのような町であるべきかを考えた。考える視点として住居者、旅行者、事業者の三つの視点からそれぞれのグループに分かれ考えた。

はじめに撰田屋の魅力、地域資源には何があるのかを考えた。

住居者の視点からは味噌や醤油、酒など地域に馴染んだ食品があり、地域の味というものを持っていることなどが挙げられ、旅行者の視点からは一つの町の中に二つの酒造があり車や電車、バスなどの交通機関を使わずにそれらのお酒を味わうことができるとことや、飲食店の中には撰田屋の味噌や醤油などを用いた商品を提供している店舗もあるため撰田屋という地域の味を知ることができるという点などが挙げられた。

事業者の視点からは、信濃川という日本で一番長い川があり、その伏流水を使用できる撰田屋という土地は発酵食品を製造する上でこの上ない土地といえる。また、昔は江戸への通り道であり商売するのに適した土地であったことなどが挙げられた。反対に現状の問題点では住居者の視点からは道が狭く、吉乃川ミュージアムや撰田屋の飲食店に訪れた観光客などの車や歩行者によって道が狭められてしまい車の通行が難しいことや撰田屋に暮らしている人でも旧機那サフラン酒製造本舗の鍔絵蔵の鍔絵について認知していないことなどが挙げられた。

旅行者の視点からは撰田屋にある主な企業は徒歩での移動は可能であるが徒歩での移動が少し億劫になるほどの距離があることや撰田屋の街歩きの際に歩道と車道の幅が狭くすぐ横を自動車を通るため注意が必要となり、子供を連れている際に、子供の安全に気を付けて観光をしなければいけないことなどが挙げられた。事業者の視点では、道路が狭くトラックなどの大型の車で道をふさいでしまうことや対向車がいる場合すれ違いが困難であることが挙げられた他に交通整備が整った現代では撰田屋という昔からの町並みを残した町は運搬物の搬入がしにくい土地ではないかなどが挙げられた。現状の問題点ではすべての視点で道路が狭いことが挙げられ現状の問題点の結論として昔からの面影を残す町並みは現代の社会において訪れづらい土地に変わってしまっていることが問題点ではないかと考えた。

そして最後にどのような「まち」にすればよいかと考えた。南魚沼市にある牧之通りのように交通整備をし、建造物を解体もしくは建物をずらし道の幅を広げ新たな観光地とするという意見も出たが、牧之通りは地元の住居者からの声が始まりであり部外者が主導で行うことは難しいと考えた。そのため撰田屋の土地柄である発酵食品と歴史のある景観を知ってもらい、味わってもらえるような場所にしていこうと考えた。

撰田屋という地域は歩けばその深い歴史に発酵商品の香りや工場の稼働している音などによって撰田屋の町の雰囲気に触れることができる場所が多く存在し、その地域にある企

業は発酵食品を主に取り扱っているまたはいた場所が多くありその面影が残る歴史景観を感じることができる。また飲食店においては飲食店の魅力にあるように比較的最近できた店舗では摂田屋の発酵食品を用いて作られた摂田屋の味というものを感じることができる。長岡の風土がもたらす発酵文化を摂田屋の町の中において味覚をはじめ様々な感覚で感じることができる。これらのことから摂田屋を「発酵文化と歴史を味わうまち」と結論付けた。この「発酵文化と歴史を味わうまち」が摂田屋の地域資源であり、地域活性化の鍵であると考えている。



図 2-5-1 機那サフラン酒本舗



図 2-5-2 越のむらさき

(担当：八幡 響)

3. 地域活性化のための活動

3.1 摂田屋フレンチトースト

3.1.1 イベントに向けての計画・準備

摂田屋の味噌、醤油を活かした名物商品開発の一環として摂田屋フレンチトーストに取り組んだ。フレンチトースト液には「星六の味噌」を使用し、「みたらしソース」は越のむらさきの醤油を使用した。

昨年から引き続きそれぞれの役割を決めるためメンバー全員集まり調理担当・運搬担当・販売担当に役割を決めた。調理担当者は去年のレシピを覚え試作を行った。また、去年は、摂田屋の醤油を活かしたら「みたらしソース」と蜂蜜のみだったが、今年は味の変化が楽しめるように、数種類のジャムを加えた。さらにお客様の飲み物が欲しいというニーズに応え、飲み物の販売をすることにした。

3.1.2 悠久祭

悠久祭1日目のフレンチトーストの販売数は40食で、新たに追加した飲み物(コーヒー、ジュース)は30缶販売することができた。売上は15,000円であった。悠久祭全体の来訪状況は去年よりも多くのお客様に来ていただけたが、他の出店でも飲食を扱っているところが多く競合状態となった。その影響もあり、売上が去年と比較して4,800円減少してしまった。

悠久祭2日目のフレンチトーストの販売数は35食で、飲み物は25缶販売することができた。売上は13,000円であった。1日目同様に来訪状況は良好であったが、生島ゼミナールの模擬店に来客された方は少なかった。また、私たちのフレンチトーストは注文を受けてから作り始めたため、作り置きがない状況であった。そのため、すぐに提供することができず、提供時間をお客様にお伝えすると帰ってしまうことが多々あった。売上は去年と比較して8,900円減少してしまい、2日間赤字という結果となった。



図 3-1-1 悠久祭 1 日目



図 3-1-2 悠久祭 2 日目

3.1.3 フレンチトーストの作り方

①ボールに牛乳 100cc, 砂糖大さじ 1 卵 1 個, 星六味噌 小さじ 1 を入れカットしたフランスパンを液に漬ける。



図 3-1-3 下味付け

②液漬け込んだフランスパンをオリーブオイルを敷いたフライパンで焼く。



図 3-1-4 焼き

③完成



図 3-1-5 完成品

3.1.4 活動結果

2日間の合計売上は28,000円であった。売上原価は37,874円、営業利益は△9,874円であった。販売個数が少なく営業利益がマイナスになってしまった。

表 3-1-1 悠久祭模擬店の決算書

	金額 (円)
売 上	28,000
売 上 原 価	37,874
営 業 利 益	△9,874

3.1.5 悠久祭模擬店の見直しと今後の展用

今年度の活動の見直しとして「フレンチトーストは大量生産ができない」「甘すぎてくどい」「去年と同じ味」「気温が高い時期に熱い食べ物はいらぬ」などの意見が出た。飲み物
の見直しとしては「他店が飲み物メインで販売していた」「種類が少なかった」などの意見
が出た。改善点として保温ができるようにし、3個セットをやめる必要があると考える。ま

た、フレンチトーストではなく、摂田屋の味噌鞠腫を活かした味噌ラーメン、醤油ラーメン、ギョーザ、豚汁、味噌チャーハンなどの意見が出ており、新たな試みを今後考えている。

来年度は今年の反省を生かし悠久祭や他のイベントで摂田屋の魅力を広げたいと考えている。

(担当：岡村 悠太，村山 虎汰郎)

3.2 鰻絵ストラップ作り

この活動では、7月17日(月)の「ながおかオトナコドモ夏祭り」と10月15日(日)の「HAKKO trip」にてストラップ作りのワークショップを行った。この活動は昨年度考案したもので、今年度も引き続き行った。

3.2.1 活動計画と目的

ストラップ作り体験の目的は「小学生を中心とする子供に鰻絵の魅力を発信する」というものだ。鰻絵を通じて、摂田屋地域に興味を持ってもらうことがこの活動の最終目標だと考えている。ワークショップの内容がストラップ作りになったのは、小学生でも作ることができることと、大学生の資金力でも材料を揃えることができたことが理由だ。

我々の作るストラップはただのストラップではない。「旧機那サフラン酒製造本舗の鰻絵蔵の鰻絵」をモチーフとしたストラップである。透明なプラスチックの板(以下、プラ板)にオーブントースターで加熱して作るものを採用しているため、好きな絵を描き、色塗りができるという自由さがある。そのプラ版に模写してもらう下絵を摂田屋の名物であるサフラン酒の鰻絵にしたものが、我々のストラップ作り体験である。基本的に我々が用意した下絵にプラ版を重ね、その上から下絵の絵を模写してもらうので、自分の好きな絵が描けるといふ自由さこそないものの、色塗りは好きなようにやってもらうのでそれぞれの違った表現で、多種多様な作品をみることができるといふ工作である。

この活動では、小学生をターゲットとしているがこれには主な理由が3つある。自身の経験と未来の摂田屋を担う人材の発見、親御さんも巻き込むことができるという3つである。まず1つ目だが、自身が小学生時代に授業で造形大学の学生と一緒に段ボールでできた行灯を作り、それを摂田屋のイベントで飾った経験である。その経験から、自分たちも同じように小学生となにか活動をできないかと思いついたのだ。2つ目はこの活動を通じて地域に興味を持ってもらい、今後の摂田屋を担ってくれる活気ある人材になってもらいたいという願いからである。3つ目は、小学生は親と一緒にイベントに来ていることが多いため、小学生にストラップ作りを体験してもらうと、親にも活動の様子を見てもらうことができることからである。



図 3-2-1 お客様が作業している様子

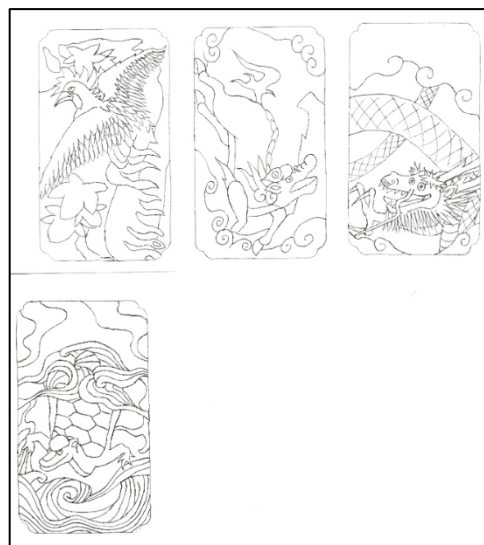


図 3-2-2 鍔絵をモチーフとしたイラスト

3.2.2 ながおかオトナコドモ夏祭り

今年度 1 回目の活動で参加した「ながおかオトナコドモ夏祭り」は、7 月 17 日にアオーレ長岡にて開催された長岡東ローターアクトクラブ様が主催のイベントである。様々な年代の方々が来場されていたイベントで我々のターゲットである小学生を中心とした子供たちも大勢来ていた。

このイベントは今年度初の活動であるとともに初の地域外での活動であったため、準備作業を入念に行った。昨年度のメンバー 3 人に 4 年生 2 人と 3 年生 2 人が参入し、計 7 人での活動であった。準備作業では、新メンバーにストラップの作り方を教えるところから始め、看板づくり、地域の紹介パネルづくりを行った。特に摂田屋地域外での活動のため、摂田屋の紹介パネルに力を入れた。摂田屋地域の概要と、ストラップのモチーフになっている鍔絵の説明が主な内容となっている。

当日は 8 時 30 分集合で 10 時開始であった。我々の持ち場は会場の入り口付近で人の通りが多い場所で、2 基のテントの中に 7 脚の机を並べ、すぐに工作ができる環境に整えた。また、人の目につきやすい位置に看板と地域紹介パネルを配置し、すべての作業をイベント開始までに終わらせることができた。当日は気温が 30 度を超え、異常なほどに蒸し暑い過酷な環境ではあったが、紹介パネルや 3 年生 2 人が会場内を回って宣伝してきてくれたおかげもあり、40 人を超えるお客様にストラップ作りを体験してもらうことができた。今回も子供を中心に体験してもらえたのだが、何人か大人にも体験してもらえたので、子供のみならず大人でも楽しめるコンテンツに仕上げることができた。



図 3-2-3 「ながおかオトナコドモ夏祭り」の様子

3.2.3 HAKKO trip

今年度 2 回目の活動で参加したのは、10 月 15 日（日）に撰田屋地域で開催された長岡市主催の「HAKKO trip」である。このイベントは生島セミナーが毎年参加しているイベントで、年に一度撰田屋地域で行われる大きなイベントのため、セミナーでも総力を挙げて参加する大事なものである。このイベントは地域と深い関りがあるようで、大勢の地域住民がイベントを楽しむのだが、中でも校区に撰田屋を含む上組小学校の児童を中心とする子供たちが大勢来ている。我々が小学生をターゲットにしたのは、そのことを知っていたのも理由の一つである。

昨年度の活動と前回の「ながおかオトナコドモ夏祭り」での活動を経ていたため、大体の準備が整っており、今回準備するのは新しい下絵イラストのみで済んだ。このイラストは昨年度と前回のイベントでとったアンケートで「絵の模写が難しい」という意見をいただいていたことから作成した。昨年度用意した 4 枚と今年度用意した 2 枚の計 6 枚のイラストがあり、昨年度のイラストは鍔絵の絵を忠実かつ抽象的に表現したものだったが、今年度は昨年より線が少ない簡素なものとなっている。

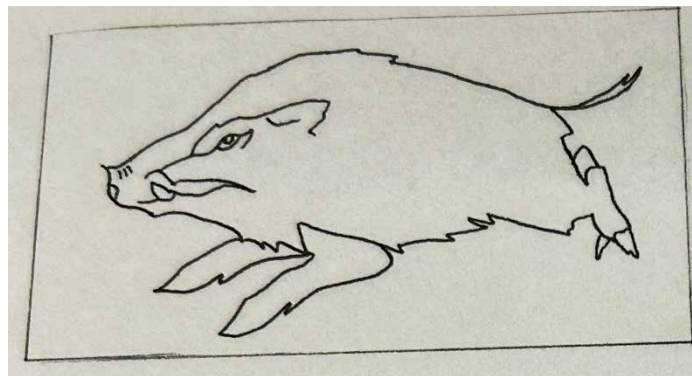


図 3-2-4 簡略化した鍔絵イラスト

当日は生憎の雨で、持ち場の準備も濡れながらやることとなった。持ち場は6 SUBI 様の前という人の通りが多い場所で鍍絵の実物も近い場所にあり、雨天ではあったものの恵まれた環境であった。そのような天候であったにもかかわらず、会場には多くのお客様が来られており、我々のワークショップにも最初の方こそ全く人が来なかったものの、お昼過ぎには全席を埋めるほどに賑わっていた。前回効果のあった会場内での宣伝も行い、今回は子供を中心に 50 人を超えるお客様に来てもらうことができた。また、前回同様に大人の方にも体験してもらうことができ、天候に負けることなく実りのある活動ができたのではないかと感じている。



図 3-2-5 「HAKKO trip」の様子

今回の活動は「新潟日報」と「市政ニュース」に取材していただけることとなった。これは我々の活動の大きな進歩だと感じている。2年間この活動を続けてきたが、このようにメディアに取り上げてもらえたことで、自分たちが続けてきたことが認められたと実感できた。最初は手探りで何もわからないまま突っ走ってきたが、そのまま走り切ることができて本当に良かったと感じている。

3.2.4 アンケート結果

「ながおかオトナコードモ夏祭り」「HAKKO trip」の両イベントでアンケートを取った。その結果を見ていこうと思う。

まずは「ながおかオトナコドモ夏祭り」だ。以下の「図 3-2-6」がアンケート結果をまとめたグラフである。

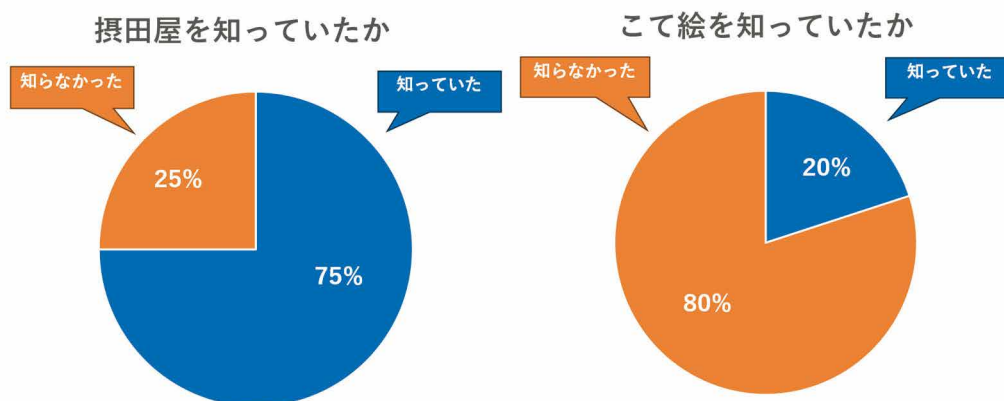


図 3-2-6 アンケート①

このイベントでは「摂田屋を知っていたか」「鰻絵を知っていたか」の2つの意見を募った。「図 3-2-6」をみると摂田屋の知名度は高いが、鰻絵の知名度が低いという結果がわかる。鰻絵をもっと多くの人に認知してもらえる活動をする必要があるのではないかと考えさせられる結果であった。

次に「HAKKO trip」だ。以下の「図 3-2-7」～「図 3-2-10」が参加者アンケート結果をまとめたグラフである。

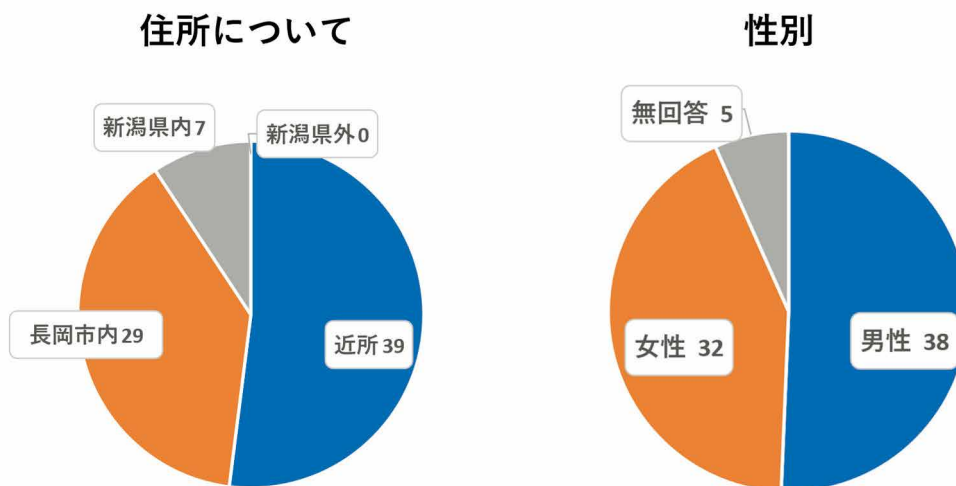


図 3-2-7 アンケート②

年齢について

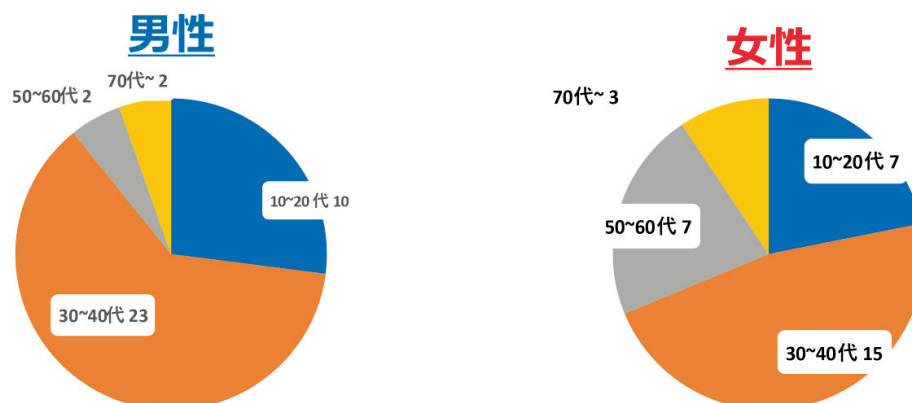


図 3-2-8 アンケート③

摂田屋に訪れた回数

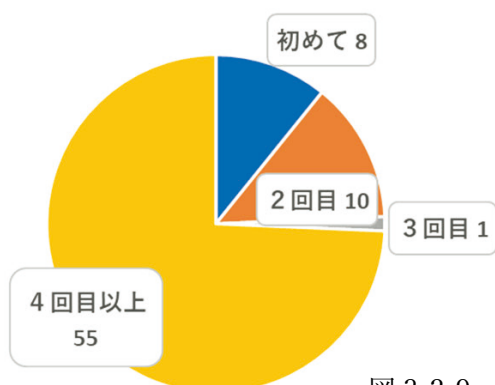
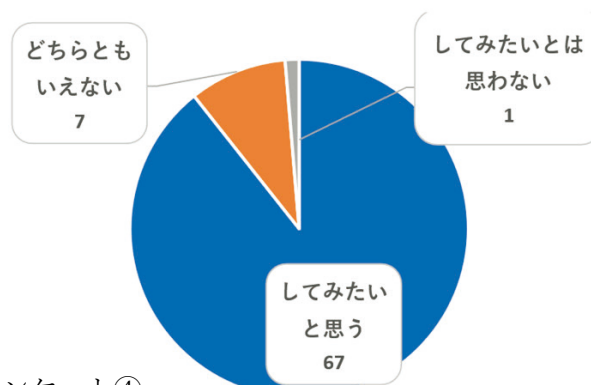
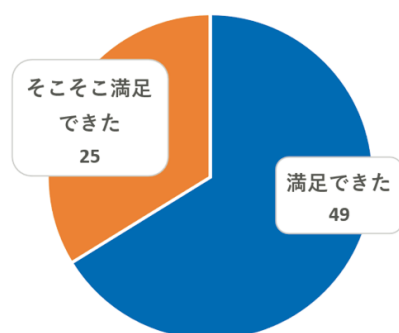


図 3-2-9 アンケート④

摂田屋に体験型施設があったら利用したいか



イベントの満足度



摂田屋までの交通手段

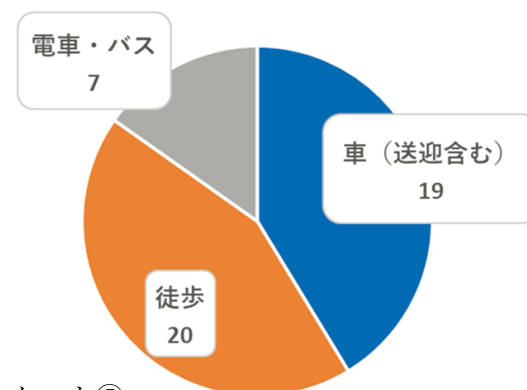


図 3-2-10 アンケート⑤

このイベントでは「どこに住んでいるか」「性別」「年齢」「摂田屋に訪れた回数」「摂田屋に体験型施設があったら利用したか」「イベントの満足度」「摂田屋までの交通手段」の8つの意見を募った。今回のアンケートでは、摂田屋地域からのイベント参加が多いということがわかり、地域にとって大事なイベントであるということがわかる結果となった。また、イベントの満足度に関しては4割近くが「そこそこ」の満足度であるということから、改善の余地がまだまだ残っている、言い換えればまだまだ進化できるイベントであるということがわかった。

3.2.5 反省点

今年度は去年の経験があったこととメンバーが増えたおかげで、昨年度ほど困ることがなかったように感じているが、反省すべき点もいくつか見えた。まずは、準備不足である。昨年度同様に今年度も途中で買い出しに行く必要があった。ほとんどの道具は揃っていたのでワークショップの運営に困ることはなかったが、全員分の名札やアンケートボードなど、当日になって必要なことに気付くものが多かった。事前に数量の確認や、当日のシミュレーションなどしておく必要があると感じた。次に、工作の内容である。昨年度に「好きな絵を描きたい」という意見をいただいていたのだが、これの改善をすることができなかった。どうしても工作を摂田屋と関係するものにしたかったため、仕方がないことではあったが、他の工作を用意するなどの改善案も考えてみるべきだったと感じている。

(担当：八重尾 光頼)

3.3 ボランティア活動

「旧機那サフラン酒本舗保存を願う市民の会」と長岡市の職員の方と連携して、2つのボランティア活動に従事した。

3.3.1 ボランティアの目的

生島ゼミナールで活動をするにあたり、常日頃からお世話になっている摂田屋に、ボランティアを通して少しでも力になればと考えたためである。

3.3.2 庭園池の越冬用櫓の設置作業

今年度、初めてのボランティア活動は旧機那サフラン酒製造本舗にある庭園池に関する作業であった。実施日は2023年11月23日(木)の勤労感謝の日で、9時30分から12時まで行った。生島ゼミからは2名が参加した。内容としては、錦鯉がいる庭園池周辺の落ち葉などを回収し、清掃を行った。その後、池の半分ほど水を抜き、網を使って錦鯉を捕獲し水槽に移動する。錦鯉の移動後、網を使って池の中に浮いている落ち葉を回収し、ブラシで掃除をして学生は終了となった。なお、櫓の設置は旧機那サフラン酒本舗保存を願う市民の会と長岡市の職員の方が行った。

今回の作業の狙いとしては、錦鯉の越冬とお客様がいらした際に楽しんで見ていただくためである。



図 3-3-1 庭園池の錦鯉



図 3-3-2 庭園池の清掃中の様子

3.3.3 離れ座敷・米蔵・鍔絵蔵の雪囲い

2つ目のボランティア活動は、昨年と同様に旧機那サフラン酒製造本舗の建物周辺の雪囲いを行った。実施日は、12月9日(土)で9時30分から14時30分まで行った。生島ゼミからは5名が参加した。内容としては、小屋から板を運び出し、その板を離れ座敷の周辺に設置を行った。昼休憩を挟んだのちに、鍔絵蔵の扉にバリケードを設置し、米蔵(6SUBI周辺)に板とアクリル板を設置し終了した。

今回の作業の狙いとしては、建物や鍔絵を雪から守り状態を維持するためである



図 3-3-3 離れ座敷の作業の様子



図 3-3-4 離れ座敷の完成した様子



図 3-3-5 米蔵の作業の様子



図 3-3-6 米蔵の完成した様子

(担当：宇田 脩瑛)

4.1 今期ゼミ活動のまとめ

生島ゼミナールは前期、摂田屋の魅力調査として味噌・醤油、酒、旧機那サフラン酒製造本舗、飲食店のチームに分かれ摂田屋に直接赴き質問をする、書籍やネットで調べるなどして摂田屋の魅力を発見、再認識する機会を設けた。また、「ながおかオトナコドモ夏祭り」でストラップ作りを行った。

後期では悠久祭でのパネル作りや、フレンチトーストの販売、「HAKKO trip」でのストラップ作り、ボランティアの参加、成果発表会などを行った。また昨年に引き続き Instagram の更新も行った。昨年と比較し多くのイベントに参加したので評価点、反省点、改善点をまとめていく。

4.1.1 活動ごとの評価点、反省点、改善点

表 4-1-1 魅力調査のまとめ

評価点	現地の人に話を聞いた
	魅力の発見、再認識ができた
	チームに分かれたことによって調査がしやすかった
反省点	アポイントメントが遅かった
	現地の取材不足
	スケジュール管理不足
	役割が明確でなかった
	事前準備に時間を掛けすぎた
改善点	具体的なスケジュールを立てる
	メンバーとのスケジュールの共有を早めにする

表 4-1-2 摂田屋フレンチトーストのまとめ

評価点	摂田屋を知ってもらえる機会になった
	数種類のジャムの追加
反省点	大量生産ができない
	甘すぎてくどい
	高気温と熱い食べ物の相性が悪かった
	去年と同じ味だった
改善点	3個セットをやめる
	フレンチトースト以外のものを作る
	トッピングをお好みでできるようにする
	保温ができるようにする

表 4-1-3 鍔絵ストラップ作り(ながおかオトナコドモ夏祭り)

評価点	地域紹介パネルを作成した
	子供だけでなく大人にも楽しんでもらえた
	撰田屋の鍔絵のことを撰田屋地域外の人にも知ってもらえた
反省点	イラストを忠実に再現しすぎて難しかった
	鍔絵を題材にしているので自由度にかけた
改善点	イラストを追加で作る
	臨機応変に対応し作りたいイラストのものを作ってもらう

表 4-1-4 鍔絵ストラップ作り(HAKKO trip)

評価点	イラストを簡素化した
	自発的にアンケートへの協力を呼びかけた
	会場内での宣伝を行った
	メディアに取り上げられた
反省点	準備不足による買い出しが必要だった
	イラストの自由度の改善ができなかった
改善点	事前の数量の確認や当日のシミュレーションをするべきだった

4.1.2 まとめ

以上の表から今期生島ゼミナールの取り組んだテーマである「長岡市撰田屋地区への理解を深め、魅力を見出し、活動により地域活性化を図る」を達成できたのではと感じている。また撰田屋フレンチトーストでは経常利益があり、鍔絵ストラップ作りではニュースや新聞で取り上げられるなどの成果を実感することができたと感じる。しかし、その反面スケジュールの調整や事前のシミュレーション不足などの課題点も見えた1年だった。



図 4-1-1 生島ゼミナール集合写真

(担当：高木 翔梧)

4.2 来年度へ向けて

来年度は今年度の反省点を踏まえた上で「新しいことにチャレンジする」ことを一つのテーマとして取り組んでいこうと考えている。

4.2.1 イベント参加や悠久祭出店での内容の一新

今年度は「ながおかオトナコドモ夏祭り」と「HAKKO trip」では鰻絵ストラップ作り、悠久祭では摂田屋フレンチトーストを実施した。

これらの活動は昨年度の結果を踏まえて改良こそ行ったものの、おおもとの企画を引き継いだことで真新しさが薄かったと考えている。特に摂田屋フレンチトーストでは大幅な減収となったことで顕著に表れていると考えることができる。

2年連続で行うことで道行く人の興味や関心も引きづらくなっていると考え、この問題を解決するために来年度はこれらの内容を一新しようと考えている。摂田屋との関連性は保持しながら、今までとは異なる面から摂田屋の魅力をアピールしていきたい。

鰻絵ストラップ作りで多くの子どもたちに体験してもらったことを踏まえ、次回以降の企画でも子どもたちに寄り添い、子どもたちが楽しむことのできる内容にしていこうと考えている。

4.2.2 摂田屋に関する体験型施設の考案

今年度前期に行なった摂田屋の魅力調査にて、一つのグループから摂田屋の魅力を知ってもらうために体験型の施設が必要だという結論を提示した。

これを発表した際に、長岡市では摂田屋にある旧吉沢邸を活用するために話し合いを行っていることを伺い、大学生という視点からのアイデアを出すため、体験内容を中心に提案できるように準備を進めていきたいと考えている。

現状でも摂田屋を訪れる観光客は一定数いるとみられるが、吉乃川株式会社の行う「酒ミュージアム 醸蔵」や旧機那サフラン酒本舗の鰻絵蔵など摂田屋の観光施設は比較的大人向けの内容となっており、子どもには少々難しい内容となっている。

子どもに難しい内容であるが故に子ども連れの観光客には足を運びづらい地域になっているのではないかと考えている。これを解決するために子どもも楽しむことのできる体験型の施設が摂田屋には必要であると考えた。

体験型が良いと考えるのには二つの理由がある。

一つは子どもが楽しめる要素が必要と考えるからである。子どもが楽しむことのできる施設というのは大人も楽しめる可能性を秘めている。ここで重要なのが子ども”だけ”が楽しめるではなく、子ども”も”楽しめるである。こうすることで今までの大人層の観光客を維持しながらさらなる集客を取り込む狙いである。

もう一つは滞在時間の長期化である。現在の摂田屋は鰻絵蔵や「酒ミュージアム 醸蔵」の見学、「6SUBI」や「江口だんご」などでの食事とどれも滞在時間は短時間であると考えられる。滞在の長期化によって長岡に宿泊してもらうことが狙いであり、同時に蓬平温

泉などのアピールに繋げることもできる。

4.2.3 その他

そのほか、積極的に摂田屋の魅力を伝えられるような活動を考え、検討し、実行していきたいと考えている。

また、ボランティア活動には積極的に参加することで摂田屋の活動に貢献し、摂田屋に関わる方々との交流を深めていきたい。



図 4-2-1 旧機那サフラン酒製造本舗と饅絵蔵

(担当：河内 聖樹)

参考文献

- (1) 地域活性化プログラム 発表 PPT 資料, Wikipedia
「<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E6%91%82%E7%94%B0%E5%B1%8B>」
- (2) <令和3年度 長岡大学 地域志向教育研究>, 長岡市摂田屋地区の来訪者に関する研究, A Study of Visitors to the Settaya District of Nagaoka City, Niigata Prefecture, 長岡大学経済経営学部准教授 生島義英
- (3) Google マップ
- (4) な！ナガオカ「越後長岡の風情と芳香に浸る, 醸造の町・摂田屋巡り【1】越のむらさき～吉乃川編」長岡市地方創生推進部 広報・魅力発信課, 摂田屋地区エリアイノベーション(摂田屋地区街なみ環境整備事業)
- (5) 長岡の歴史薫る景観翹の香り漂う醸造のまち摂田屋, 長岡市都市政策課
- (6) 文化遺産オンライン, <https://bunka.nii.ac.jp/>
- (7) 長岡市役所ウェブサイト,
<https://www.city.nagaoka.niigata.jp/kankou/miru/brewing/index.html>
- (8) 長岡市観光戦略プラン平成30年度～34年度, 長岡ツーリズムイノベーション
- (9) 長岡市 HP,
<https://www.city.nagaoka.niigata.jp/kurashi/cate07/keikan/cityscape-st.html>
<https://www.city.nagaoka.niigata.jp/shisei/cate02/blog/20230828-1.html>
- (10) 吉乃川公式ホームページ, <https://yosinogawa.co.jp/>
- (11) 長谷川酒造公式ホームページ, <https://sekkobai.jp/>
- (12) 越後雪紅梅(えちごせっこうばい), 日本酒 評価・通販 SAKETIME,
<https://www.saketime.jp/brands/2491/>
- (13) 初日正宗 純米吟醸 | Sakenomy - 日本酒を知り, 日本を知る,
<https://www.sakenomy.jp/sake/TST0000003474/>
- (14) 長谷川酒造 | 酒の国新潟, 新潟酒造組合, <https://www.niigata-sake.or.jp/interview/k04.html>
- (15) 越のむらさき公式ホームページ, <https://www.koshi-no-murasaki.co.jp/>
- (16) 星野本店公式ホームページ, <https://hoshino-honten.com/>
- (17) 味噌星六公式ホームページ, <https://hoshi6.com/>
- (18) 長岡観光ナビ, <https://nagaoka-navi.or.jp/>
- (19) 食べログホームページ, <https://tabelog.com/>

