

海外優良事例調査について

平成 24 年度の日本食文化ナビ策定事業で実施された海外事例調査では、フランス味覚の 1 週間やイタリアのスローフードといった、食と国民の関わり方やライフスタイルそのものに欠かせない食文化の重要性を理解するため、フランスの味覚の 1 週間やイタリアのスローフードといった食をテーマにした地域活性化の事例を紹介した。

一方、上記 2 事例は取組の母体や組織が大きいため、地域レベルに落とし込んで「日本食文化ナビ」の 5 つの視点に照らした際、地域が行っている内容や実践のポイントといった点が分かりにくい面もある。

そのため、今回の調査では、海外優良事例の中でも、地域の取組やその目的が分かりやすく、農畜産物高付加価値化や地域からの情報発信力に秀でているような事例を調査し、とりまとめにあたっては、「日本食文化ナビ」を活用した地域活性化の取組を進めている地域が参考としやすいよう、“5 つの視点”を意識した整理とする。

事例調査は、国内で地域の食文化を活用して地域活性化取り組む者にとって、より汎用性のある事例として、アジア圏（韓国）の取り組みも含めた以下の 3 事例について調査を行う。

- ① フランス ～味の景勝地制度と地域活性化～
- ② 韓国 ～地域産品と観光農村の一体化による取組～
- ③ オーストリア ～ゲヌス・レギオン(食を通じて元気になる)～

①フランス ～味の景勝地制度と地域活性化～

味の景勝地制度（Site Remarquable du Gout）の目標は、地域に特徴的な「景観」と「産品」とのシナジー（相乗効果）を通じてツーリズム振興を図ることである。

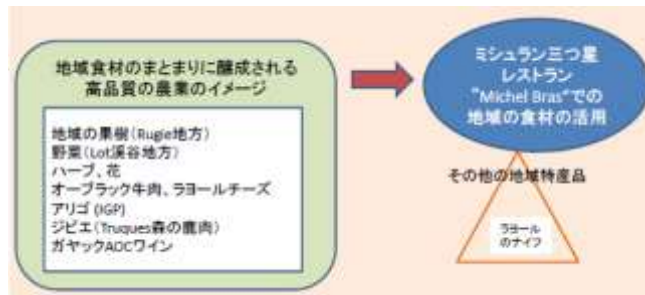
事例紹介

◆SRG の名称

オーブラックのチーズ小屋
(Burons d' Aubrac)

◆特徴

複数の地域食材をブランド化することにより、そのエリアを高品質農業地域としてイメージを作り上げ、更にそのエリアにある地域特産品と一緒にレストラン等で提供することにより、地域ならではの“作品”を作る。



出典：地理的表示を通じた地域振興（農林水産省政策研究所国際領域上席主任研究官須田文明）

◆地名／景観

オーブラック／オーブラック高原での夏季放牧、巡礼の道

◆産品と取組

ライヨールチーズを使用した伝統料理“アリゴ”の提供

◆関連団体

チーズ共同組合

◆効果

夏季放牧の祭りの経済効果（2011年5月22日）

- ・ 1.5万人の観光客（800台のキャンピングカー）
- ・ メゾン・ド・オーブラックは8000人の入場者
- ・ 6000皿のアリゴ販売



オーブラック牛の夏季放牧の祭り



伝統料理“アリゴ”

出典：OFFICE DE TOURISM ホームページ

②韓国 ～地域産品と観光農村の一体型による取組～

韓国では、政府が個人経営の支援や農業と農産物に対する広報、情報交流、農産物の直取引に関する政策の推進を拡大し、地域団体がその連携を担うことで、地域振興を図っている。その事例を下記に紹介する。

事例紹介

◆地名／施設

聞慶市五味子村（ムンギョンオミジャザ）／五味子体験村

◆特徴

地域団体による、地域産品と観光農村の一体型による取組

◆産品と取組

五味子（ジュース、酒 等）

白頭山脈の中心にある聞慶市五味子村に自生する野生の五味子（オミジャ）を里栽培樹木として改良し、国が特産品として振興した結果、韓国の五味子ブームが起こり、世界主要 20 ケ国財務大臣・中央銀行総裁会議の乾杯酒として選定された。

更にそこに“魅せる場所（＝観光農村）”を提供し、周辺資源の集約・農村プログラムの整備することで、人を呼び込み、地域活性化を図った。



五味子



五味子加工品

◆関連団体

地域団体

◆効果

五味子ブームにより、7 億ウォンの売上 （2011 年）

出典：韓国観光公社公式サイト

③ オーストリア ～ゲヌス・レギオン（食を通じて元気になる）～

オーストリアでは、かつてより取り組まれている「農村休暇：田舎体験のようなもの」によって、ヨーロッパ各国からの観光客を受入れてきた。近年では地域で提供される「食」をブランド化することで、地域活性化を図る取組“ゲヌス・レギオン”を展開している。グルメ＝高級志向となってしまうところを、地元の料理を称賛するという新たな観点で発見しようという取組であり、持続可能なグルメとして地域にも定着してきている。

事例紹介

◆地名

オーストリアチロル州（セルゲン他）

◆特徴

地域食材を使った活性化

◆産品と取組

りんご、じゃがいも、山羊を使用した郷土料理

◆関連団体

オーストリア商品学会、チロガストほか

◆効果

観光によるおもてなしはもちろん、地域食材を見直し評価することにより、食のブランディングによる地域の誇りの向上や、特産品開発への波及、さらには地域の食育と、まちづくりの取組に流れをつなげている。



出典：ゲヌス・レギオンホームページ