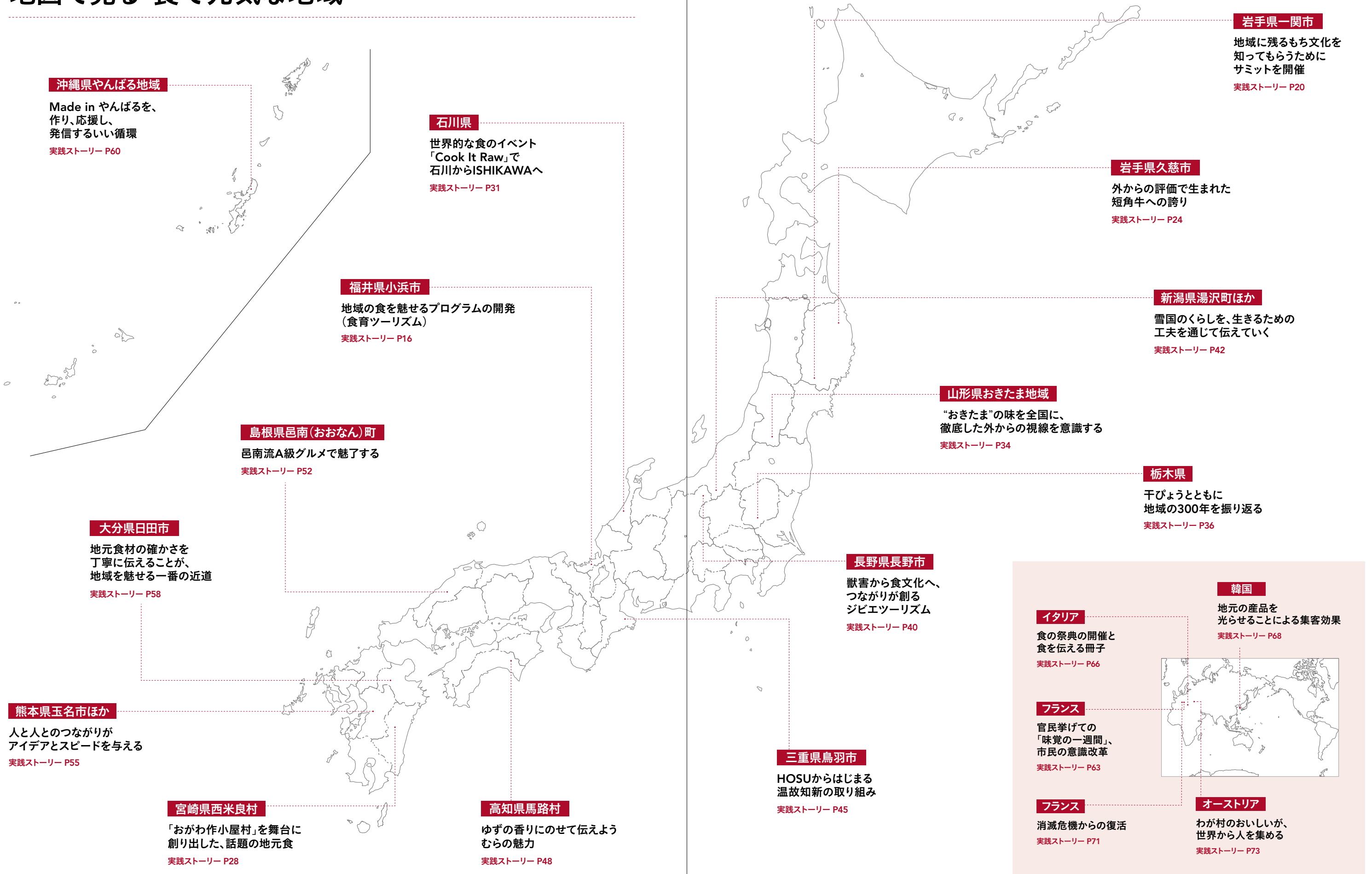


第1部

ケーススタディ

ー各地の実践ストーリーからー

地図で見る“食で元気な地域”



【「食」を活用して地域活性化に取り組む国内事例の一覧】

取り組みの概要	地域名 (掲載頁)
① 地域の食を魅せるプログラムの開発（食育ツーリズム） 飛鳥・奈良の時代より、豊富な海産物や塩などの食材を朝廷に供給した御食国（みけつくに）の歴史を背景に、子どもからお年寄りまで幅広い年齢層を対象にした食育プログラムを、市民主導で展開し、食のまちづくりを行っている。	福井県 小浜市 【P16】
② 地域に残るもち文化を知ってもらうためにサミットを開催 藩政時代から地域に根づく「もち文化」を徹底的に研究し、日本唯一の「もち本膳」を再現。子どもや地域住民への普及（食育）のほか、「もち食」に関わる商品開発やイベント開催などを通じて、商業・観光などの発展につなげている。	岩手県 一関市 【P20】
③ 外からの評価で生まれた短角牛への誇り 山形村名産の短角牛や地元産の農産物を、域外の流通業者との連携により全国展開。さらに流通業者を通じた域外消費者との交流により、地元の良さ、誇れる部分を地元住民が再認識。それをきっかけに、山形村短角牛を活用した新商品の開発や、地元料理“まめぶ汁”の見直しに発展。イベントをきっかけに、地域の食が全国に知られることとなり、地域に賑わいが形成された。	岩手県 久慈市 【P24】
④ 「おがわ作小屋村」を舞台に創り出した、話題の地元食 季節の山菜などの地元食材を用い、16種類の地元料理を小皿に盛った御膳（おがわ四季御膳）を開発し、「作小屋」という伝統的な生活様式と併せて演出。取り組みが軌道に乗ったことにより、「作小屋」を拠点とする地元農家と厨房の連携による季節メニューづくり（住民間の交流）や、若者の定住化にも貢献（過疎化対策）している。	宮崎県 西米良村 【P28】
⑤ 世界的な食のイベント「Cook It Raw」で石川からISHIKAWAへ 加賀百万石の歴史を有する食材や発酵食品、加工品や工芸品に加え、食・酒・工芸品・温泉などをパッケージにした“おもてなし”で、海外にPR。世界的な食イベントを石川県で開催するなど、石川を世界にPRすることで、地域自身が価値を再認識することにもつながる。	石川県 【P31】

取り組みの概要	地域名 (掲載頁)
⑥ “おきたま”の味を全国に、徹底した外からの視線を意識する 美味しい食の宝庫おきたまを、地域だけに留めない取り組みとして、都市圏での露出を高めている。おきたまの価値を求めて地域との接点を持つ人々の新たな消費行動にも期待している。そのサイクルをきらさぬよう、新たな生産物を紹介し、常においしいものを消費者目線で提供することで、地域の良さを伝えるべく取り組みを開始。	山形県 おきたま地域 【P34】
⑦ 干びょうとともに地域の300年を振り返る 滋賀県を発祥とする干びょうが地域に根付いて300年。干びょうを食する文化は地域のさまざまな食と融合して今に続いている。その生産量は年々減少しているものの、観光との連携によって、特産品や旅館のメニューに加えるなど、干びょうの原料であるゆがおの活用も含めて、新しい取り組みの輪が広がっている。	栃木県 【P36】
⑧ 獣害から食文化へ、つながりが創るジビエツーリズム 増えすぎた猪や鹿の被害が各地で問題視されているが、地域で仕留めた獣を地域で食すことはできないか。その循環を創るべく、捕獲から加工、販売の仕組みを構築した。地域の食としてジビエを定着させるためには、地元での認知と理解を高めるとともに、外から訪れる観光客にも楽しめる仕組みづくりも必要である。その窓口として若手飲食店経営者を中心に、ジビエを新たな地域の食として提案している。	長野県 長野市 【P40】
⑨ 雪国の暮らしを、生きるための工夫を通じて伝えていく かつては年の半分以上を雪に閉ざされていた地域に根付いた食文化は、雪と共存するために保存技術を利用したものであった。便利な時代においても、こうした不便さの中にある丁寧な暮らしぶりを地域の価値として磨き上げ、雪国の食を地元で食すことで、地域に食文化への見直しの機運や観光客をひきつける魅力が増している。	新潟県 湯沢町ほか 【P42】
⑩ HOSUからはじまる温故知新の取り組み 元来地域に存在している高級食材を改めて見直し、伊勢神宮にのし鮑を奉納する2000年来の伝統に着目し、祝い魚を干すことで鯛や伊勢えびの干物も特産品にした。“HOSU”を新たな文化として発信している。	三重県 鳥羽市 【P45】

取り組みの概要	地域名 (掲載頁)
⑪ ゆずの香りにのせて伝えよう むらの魅力 ゆずしかない村が「ゆずの村」へ。全国区のビジネスへと取り組みが拡大したのは、人と人を介した徹底したマーケットインの発想に基づいてお客様の声を聞き、改善を重ねた結果である。購入いただいた方には手書きの葉書やお知らせを配布し、肌感覚のコミュニケーションを徹底。声を聞き続けることが地域発展の原動力になっている。	高知県 馬路村 【P48】
⑫ おおなん 邑南流A級グルメで魅了する これまでは大量生産ができず、ビジネスになりにくいとされてきた邑南町の食材だが、その丁寧な仕事ぶりを発信し、その反響に地域に誇りと自信が生まれた。少量多品種の食材を活かしたイタリア料理店をオープンさせ、邑南町の人々の間でさらなる地域の食文化見直しの機運が高まっている。邑南でしか味わえない価値を提供することで、無理をしないA級グルメが地域を活性化している。	島根県 邑南町 【P52】
⑬ 人と人とのつながりがアイデアとスピードを与える 米の食味ランキング1位の「森のくまさん」などを活用し、地域の若手グループが集結。様々な食にまつわるイベントを手掛けながら、地域の食への気づきとその価値の向上、さらには地域観光への波及と、様々な経済効果を及ぼしている。常に進化し続けながら、人と人の出会いが新たな地域の情報発信へとつながっている。	熊本県 玉名市ほか 【P55】
⑭ 地元食材の確かさを丁寧に伝えることが、地域を魅せる一番の近道 地産地消や6次産業化が注目される以前から、先進的な取り組みで成果を出していた地域。近年は福岡を中心とした都市圏との交流から新たな価値の向上につながっている。地域での農家レストランの経営や地元農産物の提供にとどまらず、周辺の都市部にも進出し、食の魅力を発信しながら、最終的に地域への資金循環につながっている。	大分県 日田市 【P58】
⑮ Made in やんばるを、作り、応援し、発信するいい循環 「やんばるは美味しい」をテーマに、若手の農家と加工業者、飲食店経営者が手を組み、チームビルディングによって商品企画から販売、PRを手掛ける。農家の所得向上と地域優先を理念とした活発な取り組みが年を追うごとに地域に浸透している。	沖縄県 やんばる地域 【P60】

①～⑤は平成24年度調査、⑥～⑮は平成25年度調査に基づき記述したものです。

【「食」を活用して地域活性化に取り組む海外事例の一覧】

取り組みの概要	地域名 (掲載頁)
① 官民挙げての「味覚の一週間」、市民の意識改革 フランスの伝統的な料理と地域色豊かな郷土料理、ワイン、チーズ等の発酵食品について、「味覚」に着目し、次世代を担う子どもたちへ味覚教育を実践することにより全国的な食生活の見直し運動を展開。	フランス 【P63】
② 食の祭典の開催と食を伝える冊子 イタリアの食文化を支える各地域の郷土料理や伝統漁を続ける漁師、在来種を生産する小生産者を守るなど、食の均質化に対抗する考えを示した各種取り組みを展開。子どもたち、消費者に郷土の味覚を伝え、環境へ配慮した農業生産に取り組む生産者を守り、その活動を消費者に伝えるための出版やイベントを実施。	イタリア 【P66】
③ 地元の産品を光らせることによる集客効果 地域の特産物であるお茶を徹底的にPRし、広く知らしめることで、地域そのもののPRにつながり、その効果で何もないと思っていた村に人が訪ねて来るようになった。お茶を起点に地域の情報をつなぎ合わせ、観光として展開、今では韓国の田舎でのお茶体験が、地域への誘客コンテンツとして浸透している。	韓国 【P68】
④ 消滅危機からの復活 一年の半分以上が雪に閉ざされたフランスポーフォール地域の山岳地帯では1960年頃から都市への人口流出が進み、特産であるチーズ生産量が衰退した。しかし消滅に直面した農家の人々はポーフォールチーズを復活させるための組織を設立。環境保護や販売チャネルの制限等により付加価値をつけることに成功、復活を遂げた。	フランス 【P71】
⑤ わが村の美味しいが、世界から人を集める 地域の食に注目し、その食を光らせ、来訪者を受け入れることで、地域が発展している。ヨーロッパでは地産地消は山間部を中心に浸透している。しかし、その取り組みを突き詰め、もっと地域を限定し、地域の暮らしとともに見える化することにより、地域の人や心意気が鮮明に表現される。その風景に感動した人々がこの地域を訪れるようになるという、まさに食を通じた地域の経済効果向上に資する取り組みである。	オーストリア 【P73】

①～②は平成24年度調査、③～⑤は平成25年度調査に基づき記述したものです。

地域の食を魅せるプログラムの開発（食育ツーリズム）

① 福井県小浜市

A：地域の概要

小浜市は、福井県南部、若狭湾のほぼ中央に位置する自然環境の豊かなまちです。小浜市を中心とする若狭地域は、近畿地方と歴史的・文化的なつながりが強く、風俗、習慣、言語などに多くの共通性がみられます。飛鳥・奈良の時代より、豊富な海産物を朝廷に供給した御食国（みけつくに）の歴史を有しています。また、豊かな食を有する地域であり、現在でも、若狭湾では様々な魚介類が育まれ、水産業や食品加工業が盛んであるほか、農業分野でも有機栽培や伝統野菜のブランド化等が進められています。



B：取り組みの概要

市民参加で「あるもの探し」

小浜市は食のまちづくりに向けて、市民一人一人がまちづくりに参加できるよう、小浜市内の12地区毎に「いきいきまちづくり委員会」を立ち上げるよう促しました。これは、委員会運営に係る補助金を出し、各地区の特色を生かした「地区振興計画」を策定し、食のテーマに係る事業について「あるもの探し」をさせるためのものでした。

若狭の文化遺産と食文化の関わり

御食国とは、古代王朝時代、朝廷へ食を貢進した国をさします。古代より若狭の食が豊かであったのは、暖流と寒流が会う若狭湾に面した豊かな自然が基礎となっています。古墳時代では、膳臣の祖の墳墓が築かれ、大和朝廷における食の担当であり、その出土品は朝鮮半島との交流の証左ともなっています。現在も、京の市場では若狭の食は『若狭もの』として珍重され、葵祭りの鯖寿司や塩鯖に代表されるように、年中行事や祭礼に食を通じた関係が見て取れます。



提供：小浜市企画部食のまちづくり課

〔若狭の文化遺産〕

〔食文化〕

人と自然のたゆまぬ共生

採取と漁撈

- ・狩猟 ・ 採集時代の痕跡【鳥浜貝塚・丸木舟など】
- ・農業のはじまり【三生野遺跡、田舟・梯子など】

御食国若狭の成立

都への食の貢進

- ・朝廷へ御贄 ・ 調【海産物、塩、米、ナレズシ】
- ・製塩遺跡 ・ 木簡等
- ・御食国の基礎の成立

神仏習合の社寺と暮らし

都からの食文化の伝播

- ・京の禅文化による精進料理【味噌、醤油、豆腐、納豆、麴など】
- ・社寺芸能と食文化の結合【貢物、魚介類、どぶろく、饅頭、餅など】

京へつながる鯖街道

京との食の交流

- ・独自の特産物の評価の定着【若狭物、へしこ、葛など】
- ・食文化の地域への波及
- ・往来を通じた地域への広がり

海に開かれた小浜城下町

食文化の発達

- ・城下町 ・ 湊町の食文化の発達【料亭料理、茶の湯、和菓子など】
- ・まち ・ 里を担い、現代につながる食文化の多様な展開



浜焼き鯖



鯖のなれずし

提供：
小浜市企画部
食のまちづくり課

箸文化を取り入れた食のプロデュース

日本食文化の象徴である塗り箸の一大産地でもあり、若狭塗り箸は国産塗り箸の生産シェア9割を占めています。市は、食育や地産地消の観点から、全国をリードして箸文化を大切に後世へ継承していく役割を強く認識し、各種講習等において、箸の正しい持ち方の普及や、地場産業への理解促進等に努めています。



提供：小浜市企画部食のまちづくり課

「食の達人」「食の語り部」認定制度の活用による伝承料理の継承

食文化の基本は、語り継がれて残してきたものです。しかし、近年は世代間のコミュニケーションが減っており、食文化が存続の危機にあると認識しました。
有志市民が調査員となり、各地域の食文化を聞き取り、データベース化する活動や、市民(若年層)を対象に体験学習・講習会を開催しています。

活動拠点としての
御食国若狭おばま食文化館

全国にさきがけ「食のまちづくり条例」を制定した小浜市。その中心になる施設が「御食国若狭おばま食文化館」です。
食文化館では、狭い意味での「食」ではなく、食材にこだわった農林漁業の振興、食文化を支える食品産業や箸産業の育成、味にこだわる民宿や観光産業の振興、食料の地域自給、健康への貢献、食を育む森と水・川・海などの環境保全、食を作る体験学習を通じた児童教育、広範な分野にわたり「食のまちづくり」をコンセプトに各種展示、体験教室等のプログラムを展開しています。



提供:小浜市企画部食のまちづくり課

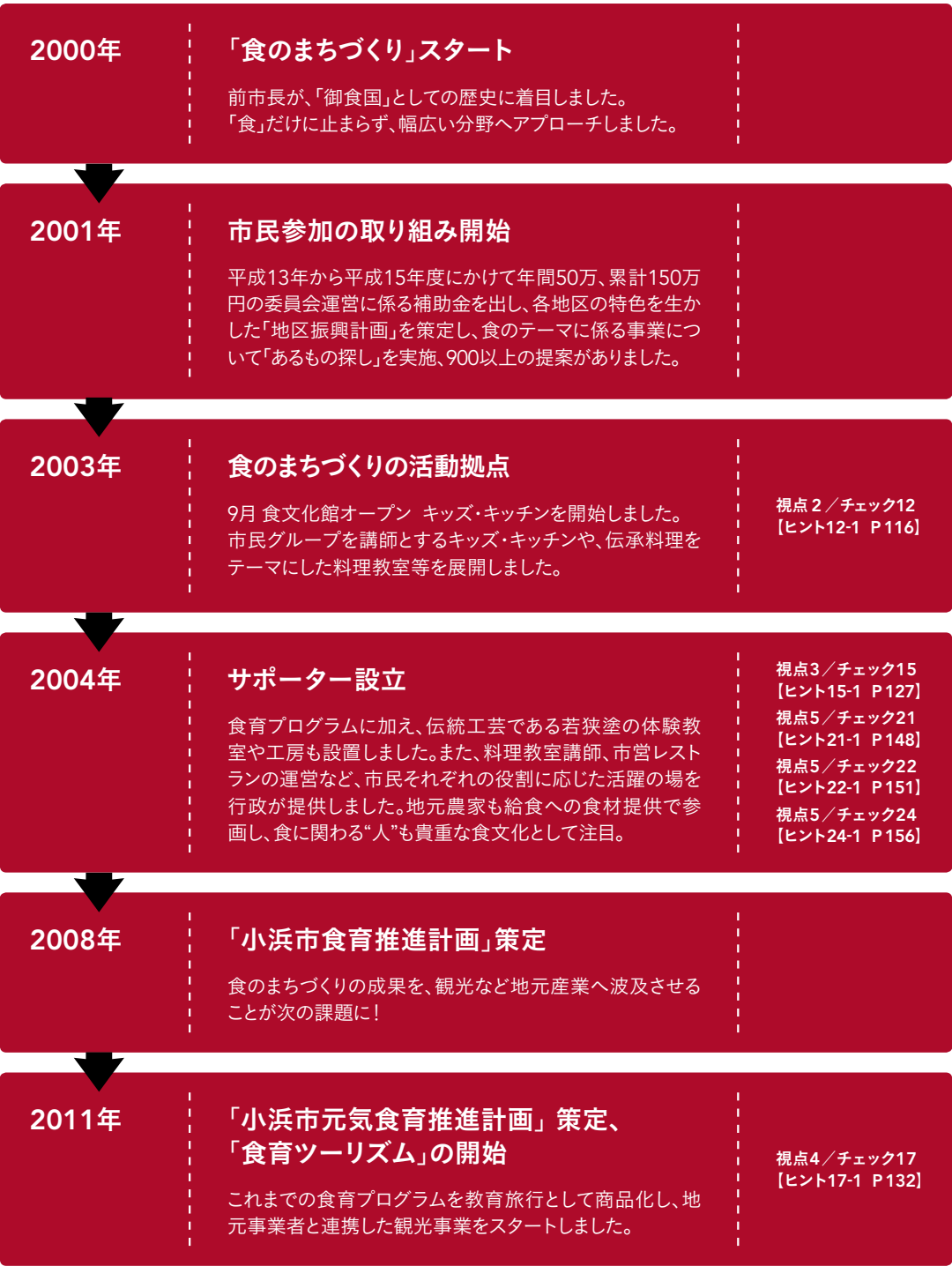
食育ツーリズムの実施

「キッズ・キッチン」などの食育事業と農林水産業体験、食育セミナーなどを核にした教育旅行、日中に行われるキッズ・キッチンに参加する日帰り客が多かったため、前日の畑見学等をオプション化して1泊2日のパッケージプランを提案するなど、宿泊客が増加するように工夫、体験学習プログラムの円滑な実行に向け、2010年に設立された「おばま観光局」(第3セクター)と地元観光協会とが連携し、市民ボランティアが中心となって、受け入れ態勢の整備や情報発信を実施しています。



食育ツーリズムのチラシ 出典: 小浜市ホームページ

C: 取り組みの流れ



【取り組みの成果】

- ① 食文化館来場者数:145万人(2011年)
- ② 校区内地場産学校給食実施校:14校(全校)(2011年)
- ③ 観光交流人口:140万人以上(2003年～2011年) ※2002年以前は100万人未満

地域に残るもち文化を知ってもらうためにサミットを開催

② 岩手県一関市

A：地域の概要

県南地域に位置する一関地方は江戸時代伊達藩の城下町として発展しており、藩政時代・大正時代には新田開発等が積極的に行われ、稲作地帯として栄えてきました。

現在、北上川流域の平地が多い西部の地域では、水稻を中心に肥育牛や野菜、花などが、また、緩やかな丘陵地が多い東部の地域では、野菜、花などを中心に、水稻、酪農、繁殖牛等が生産されています。



B：取り組みの概要

もち食文化継承のピンチ

岩手県南にあたる一関地方では、特に米は粉にして食することが多い地域となっており、もち料理は、この地方を代表するハレ食であり、地域で採れたものを絡めているので多くの種類があります。同じ一関市内においても、豪族たちのエリアや藩の単位で、また同じ山の麓一帯によっても、もちの作法・丸め方が異なることが確認されています。

しかし、食の欧米化が進んだ結果と、学校給食費を絞ったことにより、食が貧しくなっていました。学校給食が自校方式であった頃は、近隣の水田でもち米を栽培、収穫まで通して体験し食することができていました。また、もちの調理方法については各家の秘伝であるため、外に伝わりにくく、文献にも残っていません。雑煮に油揚げを入れるか否か等、細分化するほど全体像が見えなくなってしまうため、地域によりもち食文化が異なることを踏まえた上で、共通項をスタンダード化することを目的としてもち食の推進を進めています。



日本唯一の「もち本膳料理」
提供：一関市商工労働部商業観光課

もち食文化の伝承を進める「一関もち食推進会議」設立

元々、もち食文化に関する様々な団体があり、それぞれが活動をしていましたが、認知度アップに向け、行政の声掛け等により「一関もち食推進会議」として活動を束ねました。活動としては、農林分野に関するものから商業・観光、そして教育へとシフトしながら、もちの産業化、百万食達成、商品開発、被災地へのもち食提供、「中東北ご当地もちサミット」の開催、また学校給食を通じた一関の食文化への理解増進と当地域の食文化の継承などを行っています。

見て楽しむ美味しさ

もちの食べ方は200種類以上にもおよびますが、特に一関地方で特徴的なもちの食べ方としては、もちの本膳料理が知られています。

もちの本膳料理は、もてなし料理として、武家から商家、農家へと伝えられ、現代においても結婚式、葬式等において「もち振舞い」として漆塗りの高膳を用いて提供されています。この地域では、このようにもちが生活に密着している点に特徴があります。



一関地方のもち各種

藩政時代から地域に根付く「もち文化」をまちづくりのキーワードに

一関に伝わるもち文化をテーマに、子どもや地域住民への食育、地元商工会議所との連携による商品開発・観光への展開などを民間主導で実施しています。

地域毎に異なるもち文化を集約し、全市的な取り組みに

「一関もち文化研究会」による、もち文化の徹底的な研究から、地域によってもちの調理法や盛り付けなどが異なっていたことが明らかになりました。研究会では、これらの共通項を引き出し、一定の標準化を行ったことで、全市的な取り組みを可能にしました。

外部への発言が逆輸入的に地域での文化の再認識へ

もちサミットを始めとする各種イベントの実施、同様のもち文化を有する都市との交流、テレビによる情報発信等は、地元市民がもち文化を再認識する良い刺激となっています。

「中東北ご当地もちサミット2012 in 一関」について

もち食の伝統の深い中東北地域には、地域の農産物、商工業資源と結びつけた多彩な「ご当地もち」が存在します。こうしたご当地もちの魅力を多くの人に知ってもらい、同時

にもち文化の聖地であり世界遺産に認定された平泉地域の一部でもある一関市において食による地域活性化を図っています。
類似のイベントとして「地ビールフェスタ」を開催しており、食品を提供する模擬店には、地元産の食材、もしくは地元で加工された食材を利用することを義務付けており、これらの規定により、食と組み合わせたのが成功要因です。



もちサミット
提供：一関市商工労働部商業観光課

教育や地域生活への浸透に向けて

もちは日本の各地で食べられていますが、もち食を利用した「もち本膳」が食べられるのは一関市だけの事例であり、もちを一年中食べるのもまた一関市の特色です。
そのもち食文化を子どもたちに伝承していく上で、家庭生活が変化しているため、学校給食を通した継承ができればと考えています。小学生向けのもち本膳研修会では「おとり持ち」役を地域の長老にお願いし、教室でもち本膳を行っています。食器や御膳も運搬しています。



もち本膳研修会の様子
提供：一関市商工労働部商業観光課

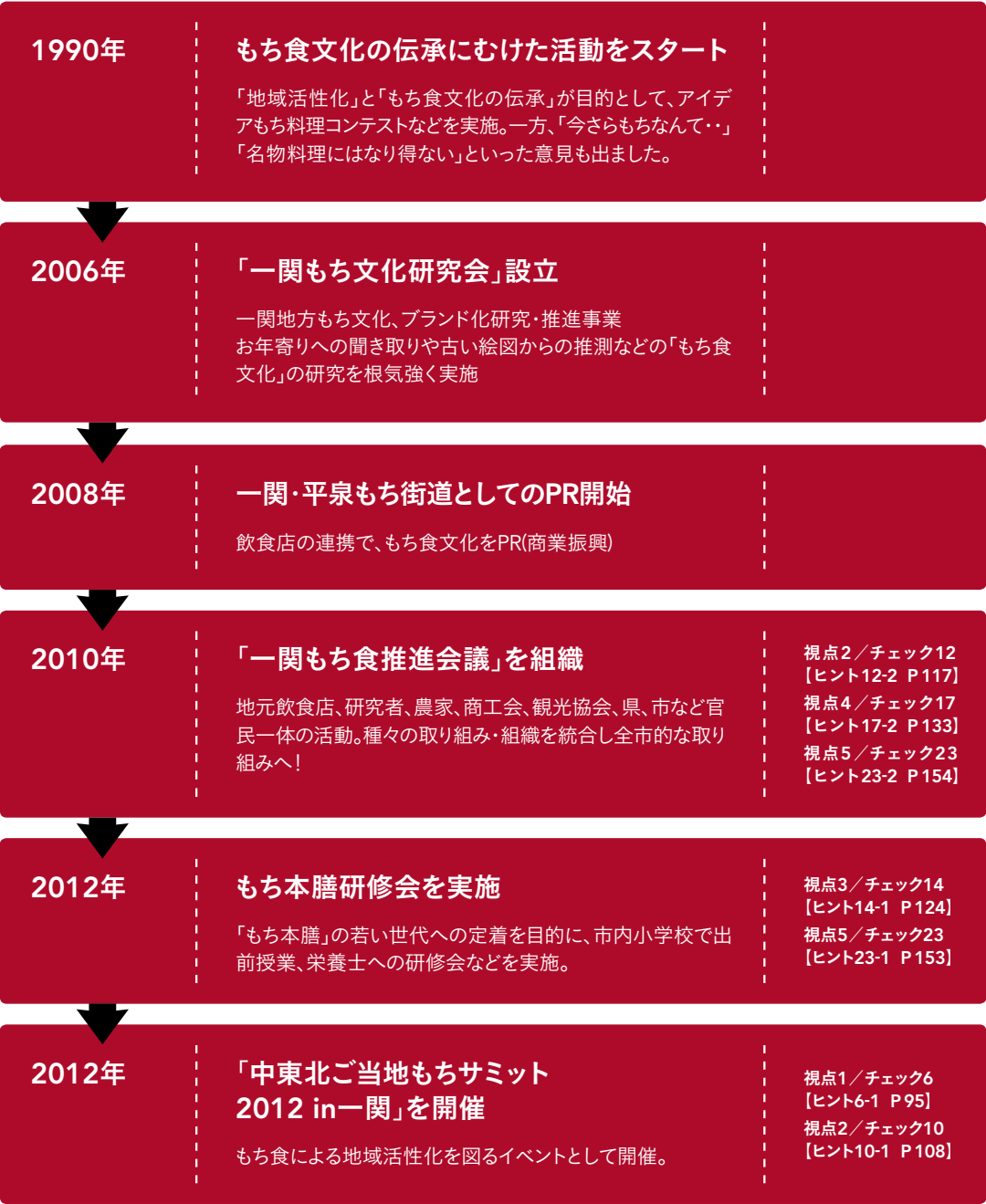
もち本膳研修会
(栄養士等、学校給食関係者向け)

学校給食でのもち食提供に役立てていただくことを目的に、栄養士等、学校給食関係者を対象に、「もちサミット」イベントの一環として、もち本膳研修会を開催しています。



もち本膳研修会の様子

C: 取り組みの流れ



【取り組みの成果】

- ① 中東北ご当地もちサミット2012 in一関の来場者：約52,000人（同時開催イベント分を含む）
- ② もち食の定着化（学校給食でのもちメニュー提供、もち関連商品の開発、スーパー等商店でのパック商品の販売など）

外からの評価で生まれた短角牛への誇り

③ 岩手県久慈市

A：地域の概要

久慈市山形町(旧山形村)は、北上高地の北端部にあたり、森林面積が87.3%を占めています。西側の山間部では多雪地域もあり、春先の大雪や晩霜により農作物が被害を受けることもあります。山形町などの県北エリアは、厳しい気象と山間部という自然の中で、たび重なる飢餓と闘ってきた地域であり、古くは雑穀中心の食生活でした。

また、太平洋に面していることもあり、海洋性気候と内陸性気候の両方の気象状態を併せ持ち、夏季はヤマセ(偏東風)の影響を受けることが多く、平均して比較的冷涼な気候です。



B：取り組みの概要

元村長による「住民が胸を張れるむらづくり」

30年前に元村長が、“住民が胸を張れる(わが村に誇りを持てる)まちづくり・人づくり”を政策の柱として取り組みを開始しました。

山形村短角牛の消費者団体が連れてきた会員によって、住民にとっては当たり前すぎて気がつかなかった自然環境や郷土料理などの価値が再認識されました。

山形村短角牛の存続が地域の美観を維持

エリート牧場における山形村短角牛の「放牧による繁殖牛の飼育」は、雄大な牧場の風景や、耕作放棄地のデントコーン栽培など、地域の景観美化・維持に大きく貢献しています。また、牧場景観や生活体験工房「バッテリー村」は、消費者との交流や学生の民泊などにおいて好評を得ており、都市農村交流の資源のひとつになっています。



山形村短角牛 沿岸と内陸を結ぶ“塩の道”の物資輸送に使われた南部牛がルーツ
提供：久慈市山形総合支所

地場の農産物の活用

第3セクター「総合農舎山形村」は、山形村短角牛のみならず地場産の豊富な農産物を中心に加工し、全国に流通させています(年商2億円弱)。これまでに開発した加工品は150アイテムに上り、従業員はパートタイマー含め32名で、すべて地元雇用です。

山形村短角牛の生産流通の変化による活性化

1980年当時、従来型の生産・流通を続けていては短角牛の先行きが暗く、黒毛和牛と比較すると短角牛の評価は低すぎたため、その対策を迫られていました。

生産流通については、農家の中にも「流通は経済連に任せておけばいい」という消極的な意見もありましたが、経済連以外への産直販売を開始しました。当時、後継者は減る一方でしたが、安定的な流通ができたことで経済的に支えられました。

短角牛は赤身の肉は高齢者に好まれるヘルシーなものでしたが、脂肪が黄色であり、肉質も固いなどイメージが悪かったのですが、販売や消費者との交流を通じイメージが変化しました。また、国産の飼料だけで育てるという特異な飼養についても評価を受けました。

短角牛を生かしたメニュー作りについて

「短角牛マン母ちゃんの会」は、スジ肉やスネ肉の活用方法として、肉まんの生産を検討し、協力者にも相談しました。女性や子どもでもヘルシーに食べられることを目的に、野菜を加え、250円を超えないように調整しました。あまり価値を下げて、「短角牛=B級(ここでは、品格を下げるという意味で使用)」というイメージにはしたくないのですが、逆に手頃を買えないのも課題となっています。



短角牛まんのチラシ
出典：久慈市ホームページ

地域資源を掘り起こし、町の魅力発信に挑戦

南部藩政時代より食べ継がれてきた久慈市山形町(旧山形村)の「まめぶ」。オンリーワンの地域資源「まめぶ」は地域の誇りです。

料理教室では、「まめぶ」の調理方法を教えています。若いお母さんたちにも調理方法を継承したいと思っていますが、集まってくるのは50~60代の方が多数です。

近年では、先人やお母さん達が守り伝えてきた“まめぶ汁”で、久慈市のまちおこしをしようと、2010年に地元青年を中心としたボランティア団体『久慈まめぶ部屋』を設立しました。第8回ご当地グルメでまちおこしの祭典“全国B-1グランプリin豊川”に出展し第5位に入賞するなど、地元にあった資源を、様々な形で全国へ発信しています。



久慈まめぶ汁
出典：久慈まめぶ部屋ホームページ

都市農村交流開始の背景

短角牛が美味しい、と食べていることを短角牛の生産者に証明するため、短角牛のバイヤーが消費者を連れて久慈市山形町(旧山形村)を訪問したことを契機に都市農村交流を開始しました。都市の人たちをもてなすにあたり、何を食べてもらうか等の対応を考えていましたが、反省会で聞いたところ、漬物や手作りの料理など、あまり手のかからない地元のものが受け入れられていることが分かり、地域の文化を見直すきっかけとなりました。

地域食材加工の取り組み

農産物を加工製造する「総合農舎山形村」は第3セクターとして1994年2月に設立、全員地元から雇用しています。
短角牛をはじめとして、地域で生産される安全な食材を中心にして、冷凍食品等の150アイテムを生産しています。



総合農舎山形村

都市農村交流の受け入れ先についてー バッテリー村の取り組み

「バッテリー」とは、沢からのわずかな流水を利用して石臼を搗き、雑穀を製穀、製粉することができる、大きな丸太をくり抜いた「鹿威し(ししおどし)」のような形の道具のことです。1981年、山形村短角牛の出荷先が固定化したことにより、1983年、その消費者との都市農村交流を開始しました。
「与えられた自然を生かし、この地に住むことに誇りをもち、一人一芸何かを作り、都会のあとを追い求めず、独自の生活文化の中から創造し、集落の共同と和の精神で生活を高めよう」というバッテリー憲章を掲げ、1985年にバッテリー村を開村しました。
リピーターは多く、久慈市が取り組む教育旅行もバッテリー村の活動が原型とされるほか、山形町内で取り組んでいる農村民泊も、バッテリー村のグリーンツーリズムの精神が模範となっています。



バッテリー村の様子
出典：久慈市ホームページ



バッテリー村における都市農村交流の様子
出典：久慈市ホームページ

C: 取り組みの流れ



【取り組みの成果】

- ① 農林水産省「食と地域の『絆』づくり」優良事例(2010年)
- ② 総合農舎山形村の従業員数:32名(地元雇用:2012年)

「おがわ作小屋村」を舞台に創り出した、話題の地元食

④ 宮崎県西米良村

A：地域の概要

西米良村は宮崎県の最西端に位置し、地形は急峻で平地がほとんどなく山林が村の96%を占めています。

過去には林業の村として発展してきましたが、林業の衰退とともに急速に過疎・高齢化が進展し、過疎化対策に取り組む機運が高まることとなりました。

小川地区の集落としての歴史は古く、江戸時代中期から明治維新に至るまでの約200年間、旧米良領主(菊池氏)が居住したことで、西米良村の中心地となっていました。



B：取り組みの概要

きっかけは“このままでは集落が無くなってしまう!”の危機感

西米良村の集落の一つ、小川地区は人口100人弱の集落です。

2005年の時点で、高齢化率は7割を超え、“このままでは集落が無くなってしまう!”の危機感から、若い世代を定住人口として呼び込むことを目的に、まちづくりがスタートしました。



西米良村の主な食・料理・特産品等
提供：西米良村総務企画課

伝統的な生活の仕組みを生かしたまちづくり

西米良特有の「作小屋※」という伝統的な生活の仕組みを生かしながら、平成の桃源郷を理想の姿とし、御食事処での「おがわ四季御膳」等の地元食材による郷土料理の提供、特産加工品の製造・販売、花見山づくり(集落の景観づくり)、宿泊・研修施設の運営、山菜まつり等により、集落の人々が中心となって住民主導で地域づくりを展開しています。

※『作小屋』とは領民の休憩小屋。第17代領主であった菊池則忠公が、領地のすべてを均等に領民に分け与えたことから、領民は自分の土地を持つことになり、水利、日当たりなど、田畑に適した場所を求め開墾を始めた。そこに休憩用の小屋を造り、この休憩小屋が後に作小屋となった。(西米良村ホームページより)

西米良村における地域づくり

小川地区は、過疎化、高齢化の問題を抱えており、平成17年度において高齢化率で71%に達していました。こうした現状を危惧し、西米良村から、小川地区へ「平成の桃源郷・小川作小屋村づくり」(以下、作小屋村づくり)の事業提案がありました。

集落の活性化に向けた処々の課題を踏まえ、小川集落をモデルとした西米良特有の「作小屋」という伝統的な生活の仕組みを生かしながら、平成の桃源郷という理想の姿を求めて総合的な地域活性化を目指しました。



作小屋(本家)



作小屋(休憩所)



小川民俗資料館



民話の宿

地域の家庭料理を用いた「おがわ四季御膳」のヒット

おがわ作小屋村の看板商品は、16品の地元食材による 山菜等のおかずを小皿で少量ずつ盛り付ける「おがわ四季御膳」です。毎月、16品中6~7品を季節のメニューとして替えることで、リピーターからの期待も大きく、多い時で1日100食程度出る大ヒット商品となっています。季節に応じて地域の生産者から採れたものの情報が集まり、その情報が有効に活用されています。



おがわ四季御膳

イベント運営を契機とした住民のまとまり

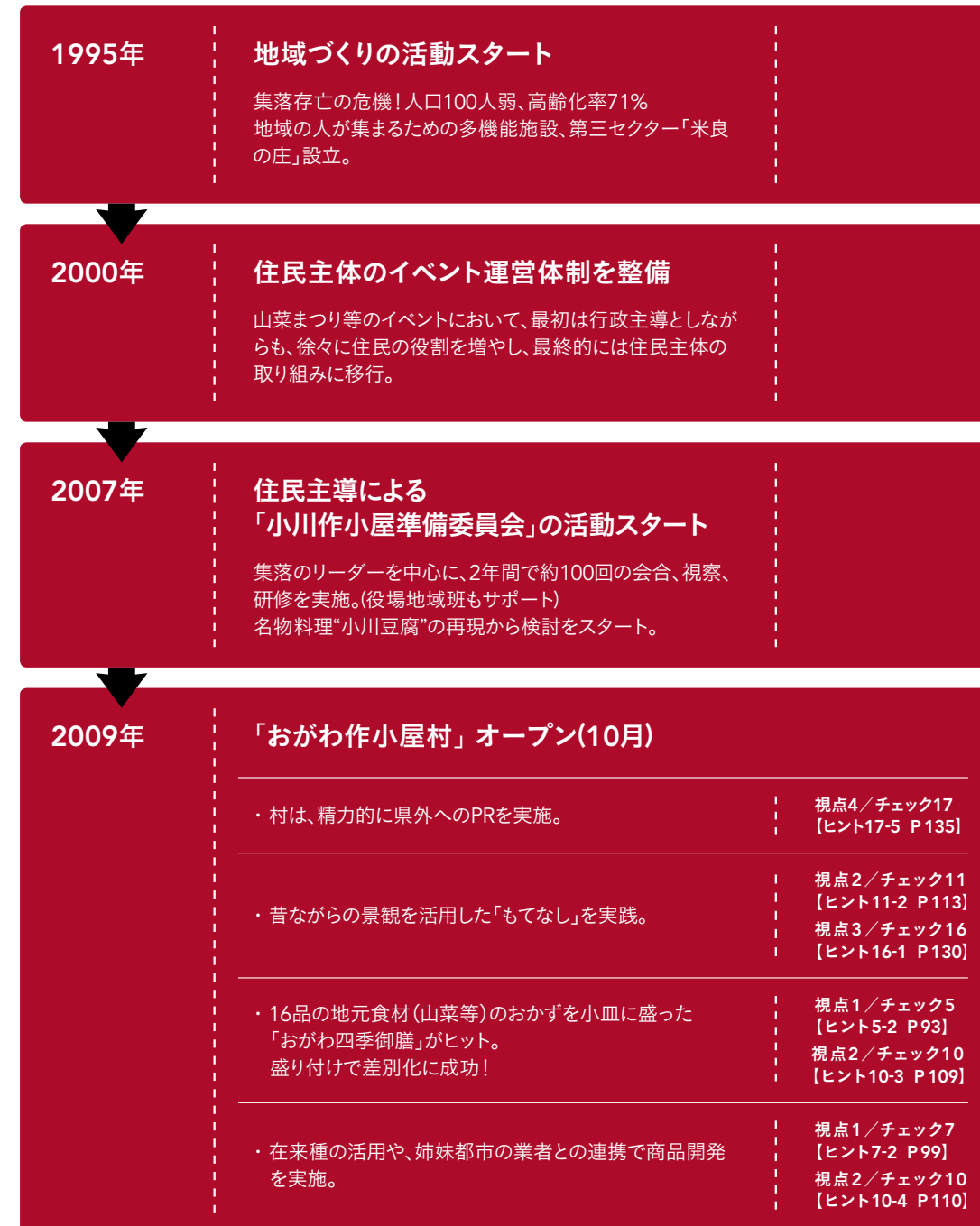
「カリコボーズの山菜まつり」は小川地区で採れる山菜を地区住民が持ち寄り、その場で調理実演し、来訪者にふるまわれる他、小川地区に伝わる「小川米良神楽」が披露され、現在では1日に1,000人から1,500人を集める小川地区の一大イベントとなっています。

山菜まつりに提供される食材は、その開催時期にあわせ、地区住民が共同で栽培、調達を行っており、こうした定期的なイベント開催を通して培われた食材調達の知恵と地区住民の協力体制が、おがわ作小屋村の運営を支える基盤となっています。



カリコボーズの山菜まつり
出典：西米良村ホームページ

C: 取り組みの流れ



【取り組みの成果】

- ① おがわ作小屋村の来場者数：1.9万人(2009年)、2.2万人(2010年)、2.3万人(2011年)
- ② 西米良村小川地区のI・Uターン者数：11名(うちおがわ作小屋村で2名を雇用)(2009年)
- ③ 高齢化率の改善：事業開始前70.9%(2006年)→事業開始後65.9%(2012年)

世界的な食のイベント 「Cook It Raw」で石川からISHIKAWAへ

⑤ 石川県

A: 地域の概要

石川県は、北陸地方の中部に位置し、南は白山国立公園を源に発する手取川による肥沃な加賀平野、北は日本海に突き出た能登半島に囲まれています。

金沢は、江戸時代から代表的城下町であり、「加賀百万石」の四季折々の行事とともに豊かな食文化が残されています。商人の町、職人の町、軍人の町として発展してきた歴史的背景から、華やかさ、食材の種類の面で他地域とは異なる金沢独特の食文化を形づくってきました。

また浄土真宗が盛んであることから、信仰の町としても知られ、行事食として精進料理も継承されています。



B: 取り組みの概要

食文化と伝統工芸

石川県の食に欠かせない食器は主として「焼きもの」と「木器」が使用され、特に主として「焼きもの」は日常生活に、「木器」は仏事や慶事に使用されてきました。

こうした食と器の歴史をさかのぼると、一つは、輪島塗や山中漆器のように庶民の生活道具として、生活から自然発生的に生じたものと、もう一つは、九谷焼のように、江戸時代に大名道具として加賀藩の文化振興施策の中で発生したものに分けられます。

石川の代表的な郷土料理の一つである治部煮(じぶに)には専用の盛り付けるための器(治部椀)がつくられていることに象徴されるように、石川県における食文化は器とは切り離せない関係にあります。



治部煮と治部椀
提供：石川県観光連盟

石川県における世界的な食イベントの開催

国際展開の取り組みの一つとして位置づけられる事業として、インバウンドを狙った平成23年度における世界的な食イベントである「Cook It Raw※」の開催があります。「Cook It Raw」の日本開催は、石川県の食文化のPRだけでなく、日本の食文化の安全・安心を発信する意味で重要な意義が付加されていました。

※「Cook It Raw」とは、コペンハーゲンの著名なシェフが代表となり、食の立場から温暖化防止、環境保全に対してアクションを起こすべきいう考えの下、結成された思いを同じくする料理人グループの取り組みです。

国外への販路開拓

対外的な販路開拓に向けては、石川の風土、歴史、伝統に育まれた食文化をトータルした情報発信を行っています。
例えば、中国向けのパンフレットでは、単に食品を紹介するのではなく、石川県の風土、伝統工芸等を前面に出した形で広くPRし、石川の食品の魅力を引き立てることを意識したものとなっています。



中国向け「石川の食」の紹介
出典：(社)石川県食品協会ホームページ

海外富裕層をターゲットとしたPR

海外事務所で具体的に取り組んだ食文化発信事業として、2008年には外務省の協力の下、ニューヨーク総領事公邸で「加賀料理提案会」を開催し、2010年には知事のトップセールスの下、石川の伝統工芸展覧会「いしかわのかたち：ISHIKAWA Style」の開催など、他県にはみられない海外向けの活動を展開しています。
「本物」志向の富裕層に対し、石川の食品や日本酒、伝統工芸品の米国での販路開拓や米国富裕層の誘客につなげていくことを目的とした取り組みを行っています。



「いしかわのかたち：ISHIKAWA Style」
伝統工芸展覧会を用いたテーブルコーディネート
提供：石川県

食品、伝統工芸品の
販路開拓に向けた取り組み

ニューヨークに所在する日系商社との連携により、石川県産品（食品、日本酒、魚醤、伝統工芸品等）を売り出しており、県内企業と海外企業のマッチングを支援しています。
九谷焼を用いたワイングラス、山中漆器を用いたお弁当箱を売り出しています。伝統工芸品は非常に高価であることから、販売機会が限られているという点で課題もあります。



九谷焼を用いたワイングラス
提供：鎗木商舗

C：取り組みの流れ



【取り組みの成果】

- ① 石川県における外国人宿泊数：7.8万人（2004年）→19万人（2008年）

“おきたま”の味を全国に、徹底した外からの視線を意識する

⑥ 山形県おきたま地域

A: 地域の概要

おきたま地方とは山形県内陸部に位置する3市5町を指す地方名で、「湿地帯」を意味するアイヌ語「ウキタム」に由来するという説もあります。四方を山に囲まれた盆地気候で朝夕の気温差が大きいため農作物がおいしく育ちます。江戸時代から一貫して支配の変わらなかった米沢藩領や近隣の天領地域と共に豊かな食文化を構築し、現在に至るまでその多くを引き継いでいます。数多くの伝統野菜や、個性的な保存食、豊かな伝統食の文化など、未だ広くは知られていない魅力的な食材を有しています。



B: 取り組みの概要

従来の概念を打破

米沢牛、米、ラ・フランス、ぶどうなどおいしい農産物がたくさんありますが、個々にPRをしてきたということが逆に「おきたま」という地名・歴史・伝統などのストーリーを見えにくくしてきたのではないかと考えから、従来の概念を打破してPRしていこうということが取り組みの原点です。

異業種とのコラボレーション

より多くの人におきたまを知ってもらうには、新しい顧客との接点を作ることが大切です。そこで、農作物と親和性の高い異業種のヒントとして「道の駅」から発想を転換し、カーディーラーとコラボレーションしました。おきたまから離れた兵庫県のカーディーラー新店舗オープンの際、ブースを設けて、おきたまのPRイベントを実施しました。



提供:JA山形おきたま

既存のイメージを打破する、「おきたま」を象徴する新メニューの開発

東京のシェフやカクテル世界チャンピオンなど、外からの視点を取り入れて、「おきたま」を象徴するメニューの開発を行い、そこに昔から脈々と受け継がれてきたおきたま食材をプラスオンすることで現代風にアレンジした新しい価値を引き出す取り組みを進めています。試作品発表会では、おきたまの季節食材を使った試作品とそのレシピがお披露目となり、地域の飲食店と連携して新しい料理として提供される予定で、食を通じたおきたまの情報発信を行っています。



つや姫のご飯に味噌を混ぜ、米沢牛でラッピング



シャインマスカットを使ったデザート
提供:JA山形おきたま

C: 取り組みの流れ

2013年

異業種とのコラボレーション

新しい顧客との接点を作るため、カーディーラーとコラボレーションし、新店舗オープンの際、おきたまの農産物をPRしました。

視点4/チェック18
【ヒント18-4 P142】

2013年

海外でのプロモーション展開

日本産品がほとんど流通していないマレーシアとフィリピンの百貨店などでプロモーションを展開し、有望市場で経済交流の活発化を図っています。

視点4/チェック19
【ヒント19-3 P146】

2014年4月

おきたまWeb新聞の立ち上げ

地域密着型の新聞ネットワークを立ち上げ、おきたまに特化した街の情報やイベント情報などを発信します。

【取り組みの成果】

- ① 県内外でのキャンペーン活動を通し、着実におきたまファンやサポーターが増えてきています。

干びょうとともに地域の300年を振り返る

⑦ 栃木県

A：地域の概要

栃木県は四方に海を有さない内陸県で、北西部は山岳地帯、南部は広大な関東平野が開け、また気象条件としては夕立による雷が多い地域であるため雷都とも呼ばれています。栃木の特産品である干びょう。その歴史は300年におよび、1712年に近江水口(現滋賀県甲賀)城主であった鳥居忠英が下野国壬生へ転封となった際にゆうがおの種子を取り寄せ、栽培を始めた、という説が一般的に伝えられています。干びょうは栽培面積・生産量ともに日本一を誇る栃木県の特産物の一つです(国内シェア95%以上)。



B：取り組みの概要

栃木が誇る世界一の干びょうで活性化

干びょうのイメージと言えば、干びょう巻やお寿司ぐらいしか思い浮かばず、特に最近の若い世代では知らない人も多く、なかなか主役にはなりにくい農産物です。取り組みのきっかけは、「栃木が誇る世界一の干びょうで活性化しよう」というシンプルな発想から始まりました。

「今も昔も変わらない」という付加価値

「干びょう皮むき体験」は、国内シェア95%以上の栃木県において、唯一無二の貴重な体験で、来訪客へのPRはもちろんのこと、ゆうがおや干びょうを知らない地元の子どもたちへの伝承にも一役買っています。干びょうを干す作業は、包帯を干しているようにも見えますが、今も昔も変わらず、栃木の夏の風物詩の一つとして風景に溶け込んでいます。



提供:栃木県農政部

恵方巻き発祥の地?! 祭りでPR

干びょうの消費量は収穫期でもある夏が多いと思われがちですが、実は正月の昆布巻や2月の恵方巻きに使われることが多く、12月や1月がもっとも消費量が多いのです。この恵方巻き、起源・発祥は諸説ありますが、栃木県では「福巻寿司」と呼ばれ、昔から節分の時に食べる風習がありました(「壬生町磐裂根裂神社の節分祭が発祥」という説)。栃木県では12年前から「かんぴょう祭り」を開催、干びょう太巻(幸福巻き)早食い競争などで干びょうのPRを行っています。



提供: らんどまあむ



壬生城址公園精忠神社に建立されている干びょう発祥250年記念碑

連携組織の構築

干びょうの需要拡大やメニュー開発等に取り組むために、2市2町や干瓢商業協同組合など関連組織が参加した「歴史とロマンのかんぴょう街道」のほか、需要拡大研究会など、各種の連携組織が立ち上がり、取り組みの母体となりました。

道の駅の開発

第三セクターが運営する道の駅を開発。これにより、単に地域の農産物を販売したり、干びょうをアピールする場ができたということだけではなく、道の駅で何をするか、何を売るかと地域が考えるきっかけとなり、勉強会等が開催されるようになりました。

需要創造のための取り組み

干びょうが栃木で栽培されるようになってから300年を迎えようとしているなか、関連事業者などが干びょうの需要拡大のため、現代の消費者の健康志向にも合致したヘルシーで食物繊維豊富な食材として、新しいメニューの開発、新しい食べ方の提案に取り組みました。中でも、女性が活躍している組織「らんどまあむ(惣菜等製造販売)」では、下野市の良さをお弁当で発信しようと地場産農作物をたっぷり使用しており、市の委託事業で高齢者の配食サービスを行い、高齢者の安否確認を含めて配達を行うなど、地元に密着した活動も行っています。また、高校との共同開発、女性企業の応援、伝承料理講習会、農業体験の受入なども行っています。



地場産農作物や干びょうをたっぷり使った、らんどまあむのお弁当

伝統工芸品へと姿を変えて

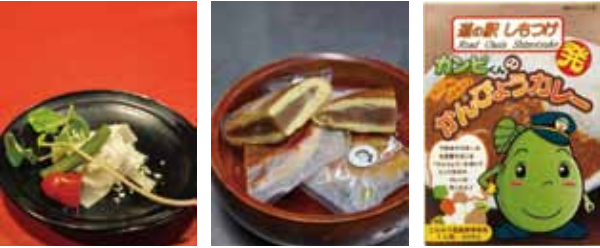
栃木では、ゆうがおの実を瓢(ふくべ)といいます。これをくりぬいて乾燥させ、外皮に絵を描くなどして装飾したものが「ふくべ細工」です。
家庭に囲炉裏があった時代には、炭入れとして利用され、飛ぶように売れていましたが、今では花器、壁掛け、菓子入れ等にも広く用いられるようになりました。
最近ではさらに付加価値をつけるため、一刀彫を施したふくべ細工もあり、評価も高く注目を集めています。



ふくべ細工

現代風へのアレンジ

世代を超えてより多くの人に干びょうを楽しんでもらうため、地元では様々なアイデアで干びょうが現代風にアレンジされ、新しいスタイルの食を提案しています。
自家菜園の無農薬野菜と特定農家の野菜を使って創作料理をふるまうレストラン「自然薯の里」では生クリームとパルミジャーノチーズを使い干びょうをイタリア風へ(左)。また老舗和菓子屋「松屋」では1200年前にあった寺の紋様を模したあぶみ瓦という和菓子の餡に干びょうを使っています(中央)。更に、道の駅しもつけのヒット商品「かんびょうカレー」は、干びょうの吸水性の高さが二日目のカレーの味を出す効能があると、意外な反響を呼んでいます(右)。

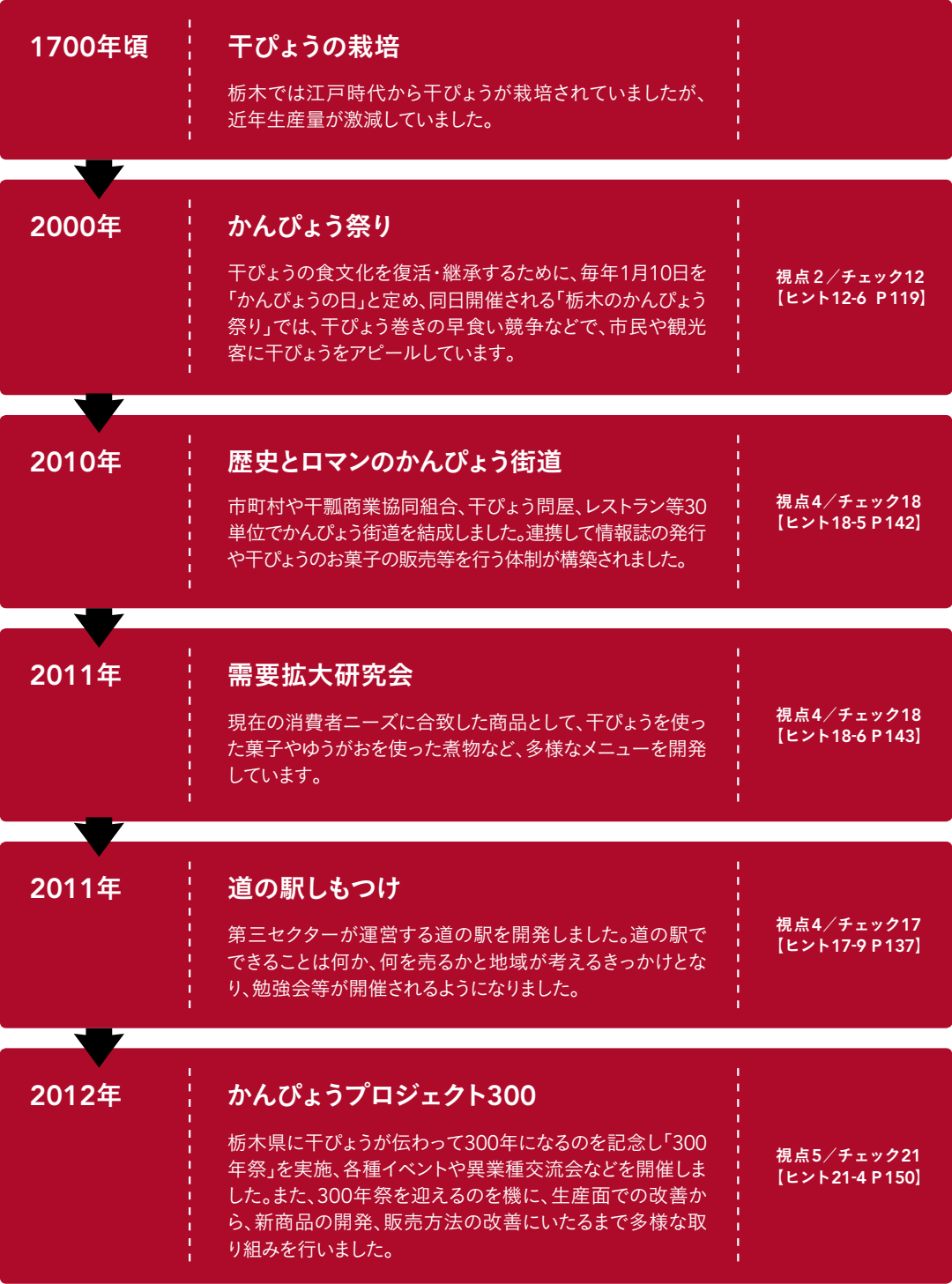


左：自然薯の里にて
中央：松屋にて
右：道の駅しもつけにて

「産学官」連携強化

産学官で構成される「かんびょうプロジェクト300」。栃木の食と文化を守るためには、農家だけの努力では困難なため、ゆうがおの生食など新たな活用法を模索したり、産地振興に向けた取り組みが進んでいます。

C：取り組みの流れ



【取り組みの成果】

- ① ゆるやかに連携しながら、干びょうに注目し、干びょうで地域を何とかしようという盛り上がりの機運がみられます。

獣害から食文化へ、つながりが創るジビエツーリズム

⑧ 長野県長野市

A：地域の概要

長野県長野市は、戦国時代に武田軍と上杉軍が戦った川中島合戦で知られる千曲川を挟んで海岸段丘と急峻な山々に囲まれた地域で、豊富な水量と寒暖差による気象条件を生かし古くから果実や野菜の栽培が行われてきました。
古来より信州では山に棲む鳥獣を食する文化があり、長野県北部では、主にイノシシが食されてきました。



B：取り組みの概要

周りを見渡すと、そこには…

「地産地消できる新しいものはないか。」
あるもの探しをして辿り着いた食材がジビエです。
都市化の波にのまれ、集落の生活は利便性重視へ、いつの間にか狩猟生活を営む人は数えるほどになっていました。しかし、人々の生活が豊かになった結果、本来山の中に影をひそめた鳥獣たちに生活を脅かされることとなりました。そこで地域の厄介者である獣を地域の食材として活用し、新たな食文化として見直していく人と人のつながりが取り組みの原点です。

まずは地域の人々が地域の良さを知ること

ジビエの肉は高いため、東京に売りたいという外向きの出口を探してしまう傾向がありますが、若穂地区では外部へ発信する前に、まず自分たちが自らその良さを知り、価値を共有しようという強い気持ちで取り組みを行っています。地域の人にジビエを知ってもらう、食べてもらうため、イベントへの参加や試食会などを通してPRを行っています。2014年、長野駅前にある「しまんりょ小路」では、ジビエウィークが開催され、地域の人にジビエを楽しんでもらおうと、創意工夫されたジビエ料理がお手頃な価格で提供され、地域の魅力をしっかり発信しています。



提供:若穂食のモデル地域実行協議会

物珍しさだけではなく、美味しさを伝える

物珍しさだけではイベントで終わってしまいます。ごく一部の人が食べていたものを広く知ってもらうためには、専門家の見地から地域らしい食べ方や使い方を広めるべきという観点で、講座を開いたり、飲食店が積極的に地域で食することができる場を多く設定しています。地域の食を意識して食べることで、地域全体が盛り上がります。



提供:若穂食のモデル地域実行協議会

C：取り組みの流れ



【取り組みの成果】

- ① ジビエありきではなく、地域の暮らしに根付いた食文化として提供するストーリーが展開し始めています。
- ② 長野を代表する地域食材に進化する可能性を秘めています。