

平成17年度国土施策創発調査

「食文化を核とした観光的な魅力度向上による地域活性化調査」

報告書

平成18年3月

農林水産省 農村振興局

食文化を核とした観光的な魅力度向上による地域活性化調査報告書

目次

< 要約編 >

< 本 編 >

． 調査概要

- 1． 調査目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
- 2． 調査の内容・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
- 3． 調査の方法 / 手順・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
- 4． 調査対象地区概要
 - 1) 伝統野菜や雑穀など地域伝来品種を活用した地域活性化手法調査・・・・・・・・ 5
 - 2) 地域内資源循環を基盤とした地域ブランドの確立手法調査・・・・・・・・ 5
 - 3) 企業等との連携による地域農業の活性化手法調査・・・・・・・・ 5
 - 4) 郷土料理の復活とグリーン・ツーリズムの推進による地域活性化手法調査・・・・ 6
- 5． 地域活性化検討委員会・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 7
- 6． 調査年度・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 7

． 調査結果のまとめ

- 1． 各調査結果のまとめ
 - 1) 伝統野菜や雑穀など地域伝来品種を活用した地域活性化手法調査のまとめ・・・・ 10
 - 2) 地域内資源循環を基盤とした地域ブランドの確立手法調査のまとめ・・・・ 22
 - 3) 企業等との連携による地域農業の活性化手法調査のまとめ・・・・ 36
 - 4) 郷土料理の復活とグリーン・ツーリズムの推進による地域活性化手法調査のまとめ・・・・ 50
- 2． 調査全体のまとめ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 63

． 調査結果

- 1． 伝統野菜や雑穀など地域伝来品種を活用した地域活性化手法調査
 - 1) 北海道美瑛町「赤麦を守る会」・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 68
 - 2) 岩手県花巻市「イーハトーブ雑穀村」・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 75
 - 3) 奈良県奈良市高樋町「清澄きよすみの里・粟 AWA」・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 82
- 2． 地域内資源循環を基盤とした地域ブランドの確立手法調査
 - 1) 山梨県長井市「レインボープラン」・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 93
 - 2) 佐賀県伊万里市「伊万里はちがめプラン」・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 105
 - 3) 宮崎県綾町「自然生態系農業」・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 116
- 3． 企業等との連携による地域農業の活性化手法調査
 - 1) 岩手県一関市「食のむら」・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 127
 - 2) 香川県内海町うちのみちよう「(株)ヤマヒサ」・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 135
 - 3) 大分県宇佐市安心院町あじむまち「松本集落“イモリ谷”」・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 146
- 4． 郷土料理の復活とグリーン・ツーリズムの推進による地域活性化手法調査
 - 1) 岩手県久慈市「山根六郷研究会」・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 155
 - 2) 奈良県葛城市たいまちよう(旧當麻町)「郷土食・當麻の家」・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 163
 - 3) 大分県竹田市「竹田研究所」・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 175

<要約編> 目次

<要約編>

・ 調査概要

1 . 調査目的	2
2 . 調査の内容	2
3 . 調査の方法 / 手順	2
4 . 調査対象地区概要	
1) 伝統野菜や雑穀など地域伝来品種を活用した地域活性化手法調査	5
2) 地域内資源循環を基盤とした地域ブランドの確立手法調査	5
3) 企業等との連携による地域農業の活性化手法調査	5
4) 郷土料理の復活とグリーン・ツーリズムの推進による地域活性化手法調査	6
5 . 地域活性化検討委員会	7
6 . 調査年度	7

・ 調査結果のまとめ

1 . 各調査結果のまとめ	
1) 伝統野菜や雑穀など地域伝来品種を活用した地域活性化手法調査のまとめ	10
2) 地域内資源循環を基盤とした地域ブランドの確立手法調査のまとめ	22
3) 企業等との連携による地域農業の活性化手法調査のまとめ	36
4) 郷土料理の復活とグリーン・ツーリズムの推進による地域活性化手法調査のまとめ	50
2 . 調査全体のまとめ	63

要約編

. 調査概要

1. 調査目的

日常生活上の食に対する都市住民の関心が高まっている。また、農山漁村においては、グリーン・ツーリズムなどを通じて地域農産物を基盤とした食の魅力を活用した、都市と農山漁村の交流を促進することにより、ビジネス（農産物直売所・農家レストラン・農家民宿等）の育成を図りながら地域が活性化されてきている例もみられるが、食文化を核とした地域振興について、地域の農産物活用などに課題は多い。

今後、更なる地域の活性化を図るためには、地域独自の食ブランドを確立することが重要であることから、グリーン・ツーリズムの推進に関する事例調査を通じて食を活用した地域の魅力度向上による地域活性化手法を明らかにすることを本調査の目的とする。

2. 調査の内容

1) 伝統野菜や雑穀など地域伝来品種を活用した地域活性化手法調査

伝統野菜や雑穀など、地域伝来品種の生産、加工、販売、消費などに取り組む先進事例を調査し、その発掘手法、生産手法、販売戦略、保護方策等を明らかにする。

2) 地域内資源循環を基盤とした地域ブランドの確立手法調査

生ゴミ、家畜糞尿等地域の資源を活用した有機農業とその農産物の加工、販売、消費に取り組む先進事例を調査し、地域内資源循環の計画立案手法、関係者の合意形成手法、学校との連携による食育プログラムの開発・運営手法、地域ブランド化戦略等を明らかにする。

3) 企業等との連携による地域農業の活性化手法調査

グリーン・ツーリズムの推進を通じて、地域と地元企業等との連携による地域ブランド品の製造・販売・消費などの面での異業種との連携手法、ブランド認証、保護など地域ブランド戦略手法等を明らかにする。

4) 郷土料理の復活とグリーン・ツーリズムの推進による地域活性化手法調査

郷土料理の復活とグリーン・ツーリズムの推進による地域活性化に取り組む先進事例を調査し、郷土料理復活の経緯、地域内合意形成手法、直売、体験、消費などグリーン・ツーリズムビジネスとの連携手法等を明らかにする。

5) 地域活性化検討委員会

「食文化を核とした観光的な魅力度向上による地域活性化検討委員会」を設置し、運営及び取りまとめを実施する。

3. 調査の方法 / 手順

< 調査方法 >

調査プロジェクト専任メンバーによる現地調査等による。

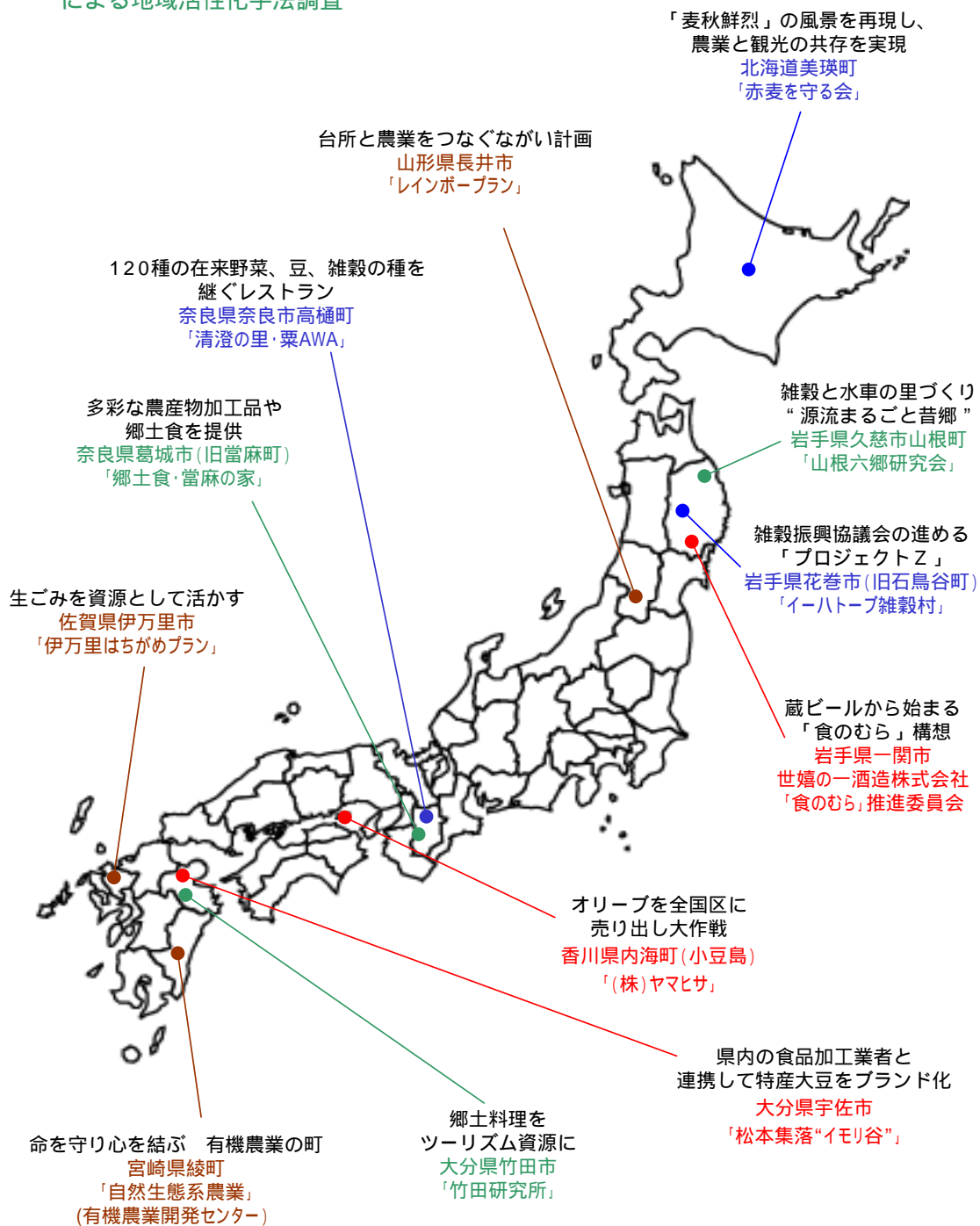
(調査対象者に対する聞き取りを中心に、各種資料の収集・現場撮影などにより実施。)

< 調査手順 >

- ①本調査の精度を高めるためのプレ調査として、事前に調査対象キーマンから基本情報を収集した。
- ②第1委員会にて、プレ調査で収集した情報の報告や調査項目の検討を行い、本調査の内容を確定した。
- ③専門調査員による本調査（現地調査）を実施した。
- ④第2委員会にて本調査報告を行い、必要に応じて不足情報に関し、フォロー調査を実施した。

< 調査対象地区全体 Map >

1. 伝統野菜や雑穀など地域伝来品種を活用した地域活性化手法調査
2. 地域内資源循環を基盤とした地域ブランドの確立手法調査
3. 企業等との連携による地域農業の活性化手法調査
4. 郷土料理の復活とグリーン・ツーリズムの推進による地域活性化手法調査



4 . 調査対象地区概要

1) 伝統野菜や雑穀など地域伝来品種を活用した地域活性化手法調査 (3 地区)

北海道美瑛町「赤麦を守る会」

地域の伝統品種であった赤麦を蘇らせようと、地元の有志グループが「赤麦を復活させる会」を結成した。1999 年には、みごとな赤麦の風景を復活させ、「赤麦フェスティバル」を開催している。また、景観だけでなく赤麦の付加価値を向上させるため、市内でペンションなどを営む有志が 2000 年に「赤麦を守る会」を結成し、赤麦を利用した特産物づくりに取り組んでいる。

岩手県花巻市「イーハトーブ雑穀村」

花巻市石鳥谷町八重畑地区では、イーハトーブ雑穀村村長伊藤正男氏が、積極的に地域の農家に雑穀栽培（アワ、ヒエ等）の普及を行った結果、2004 年には 7 集落、約 150 人の生産者で 68.5ha の雑穀団地を形成するに至った。地域では日本一の雑穀の里を目指し、八重畑地区雑穀振興協議会（通称イーハトーブ雑穀村）を設立して、地域ぐるみで雑穀の里づくりに取り組んでいる。

奈良県奈良市高樋町「清澄^{きよすみ}の里・粟 AWA」

NPO 法人「清澄の村」では 1998 年より奈良県の伝統野菜である大和伝統野菜の調査研究を実施するとともに、種を継ぎ、食文化を継承することを通して大和の伝統野菜をかけがえのない地域の文化遺産として次世代への継承に取り組んでいる。当該 NPO 法人代表の三浦氏は農家レストラン「清澄の里・粟」も経営し、大和伝統野菜をはじめ“旬”の野菜を消費者に直接提供している。

2) 地域内資源循環を基盤とした地域ブランドの確立手法調査 (3 地区)

山梨県長井市「レインボープラン」

レインボープランに基づき農家と消費者が協力した地域内資源循環システムの構築を通じ、有機農産物の生産、地域内消費等を確立することにより長井（or レインボー）ブランドの確立と地域の活性化を図って行くことを目指している。

佐賀県伊万里市「伊万里はちがめプラン」

「伊万里はちがめプラン」は、生ごみや廃食油を捨てる側であった料飲店組合・旅館組合が主体となり、生ごみ、廃食油の焼却、埋め立てではなく、資源として活用に取り組んでいる。生ごみから堆肥化された有機質肥料は高品質な農産物の生産に利用され「伊万里はちがめ」ブランドの有機野菜として地域で販売され始めている。

宮崎県綾町「自然生態系農業」

綾町の自然生態系農業は昭和 48 年の一坪菜園運動から始まった。それを支えている大きな要素が、町全体で取り組んでいる地域内資源循環システムの構築であり、生産された有機農産物は町内の商工業者との連携のもと、綾ブランドとして販売、消費されている。

3) 企業等との連携による地域農業の活性化手法調査 (3 地区)

岩手県一関市「食のむら」

岩手県一関市では、現在、日本酒製造販売業者、ハム・ソーセージ製造販売業者等で構成する「食のむら推進委員会」が中心となって「食のむら」構想に基づく地域農業の活性化の取り組みが進められている。食のむらとは「食」をキーワードにした施設が自然や農村風景に融合したエリアであり、農業・商業・工業が一体となって自然・新鮮・元気を体感出来るところである。

香川県内海町「^{うちのみちよう}株ヤマヒサ」

農業の担い手不足、地場産業が停滞する中で、町の施策に賛同する加工サイドの企業が遊休農地を活用した特産のオリーブ栽培に取り組んでいる。小豆島産のオリーブの実や葉などを原材料としてオイルやお茶の商品化や遊休農地の有効活用により町の活性化を図っている。

大分県宇佐市^{あじむまち}安心院町「松本集落“イモリ谷”」

「安全・安心」な農作物の生産地として、小規模ながら付加価値の高い野菜や果実を生産してきた安心院イモリ谷地域において生産される大豆に県内の有力食品加工メーカーが着目し、当該地区産の大豆のみを使用した豆腐や豆乳、さらに野菜などを揃えたアンテナショップを大分市内の高級住宅地にオープンさせた。その結果、松本集落“イモリ谷”は、地域ブランドとして確立されつつあり、経済的効果を生み出している。

4) 郷土料理の復活とグリーン・ツーリズムの推進による地域活性化手法調査(3地区)

岩手県久慈市「山根六郷研究会」

水車をシンボルとして、山あいの源流の村の郷土料理の復活による地域の活性化に向けた取組が行われている。平成元年には地元端神の農家の女性による味の伝承グループ「はしかみ桂水会」が誕生し、試行錯誤を繰り返しながら昔からの技や味をしっかりと取り戻し、郷土料理の伝承にも手ごたえを持つようになっていく(平成8年岩手県「食の匠」認証)。地域のイベントであるくるま市では「食の匠・ふる里の味」として、田楽豆腐や軍配もち、そば切り等が販売されている。

奈良県葛城市(旧^{ないまちよう}當麻町)「郷土食・當麻の家」

農業と観光を柱とした「全町公園化構想」等に基づき、直売、加工、食堂の複合施設である「郷土食・當麻の家」では、「丸ごと安心・旬の味」をキャッチフレーズに新鮮・安全・安心な農産物や農産物加工品を提供している。旬の農産物を使い、地域に伝わる郷土食をアレンジした月替わり料理「けはや御膳」の提供、加工品開発に注力し、「けはやブランド」を創出した。

大分県竹田市「竹田研究所」

「竹田研究所」は、地域の文化・観光資源等の掘り起こしや、農林業・商工業の推進、情報発信などを多角的に行っている半官半民のシンクタンクである。「情報発信」「農村型観光」「城下町観光」「食・特産品開発」「研修」の5つの委員会があり、商業・農林業・観光を三位一体で盛り立てることを基本姿勢として伝統的な郷土料理を現在風にアレンジし直すことによるグリーン・ツーリズムの推進等、様々な活動に取り組んでいる。

5 . 地域活性化検討委員会

委員会メンバー

井上 和衛氏（明治大学名誉教授）

グリーン・ツーリズム、農山漁村の地域活性化における第一人者。東京教育大学農学部卒業。労働科学研究所社会科学部長を経て、明治大学農学部名誉教授。全国グリーン・ツーリズム協議会会長。

金丸 弘美氏（食環境ジャーナリスト）

農業、食材、環境問題、地域活性化、高齢者の生きがいなどをテーマに取材・執筆。特に農業、食材に関しては全国の農村 300 ヶ所以上巡り、多くの著書を発表。

佐藤 彰啓氏（ふるさと情報館代表）

農村雑誌「家の光」編集者として全国の農業問題・農村社会のあり方取材。その経験を活かして、90年四谷に「ふるさと情報館」を設立。「都市と農山漁村の共生、対流に関する国民運動研究会」委員（農林水産省）。

郡山 雅史氏（社団法人地域社会計画センター）

農林水産省、国土交通省共管の研究機関の主任研究員。センターの研究開発として、地域・農業の主体的な管理運営・計画、JAの組織・経営計画、土地利用計画、グリーン・ツーリズムなど、幅広い地域問題を領域とする。

委員会実施日程

第1回委員会 2006年2月7日

第2回委員会 2006年3月13日

委員会開催場所

電通本社ビル会議室

6 . 調査年度

・平成 17 年度

・ 調査結果のまとめ

1. 各調査結果のまとめ

1) 伝統野菜や雑穀など地域伝来品種を活用した地域活性化手法調査のまとめ

北海道美瑛町「赤麦を守る会」の事例のまとめ

1. 地域の取り組み内容

1997年、20名で組織する「こぼら会」という地域おこしのグループが、美瑛の原風景であり写真家前田真三の写真集「麦秋鮮烈」等で全国的に有名になった赤麦の丘の景観を復活させたいと有志を集め、「赤麦を復活させる会」を結成し、手探りで赤麦の栽培を開始した。2年後の1999年が美瑛町の開基100年に当たることもあり、赤麦の丘の復活を開基祝賀イベントとして実施することが決定され、町も補助金等を含め支援を行った。行政等の支援もあり、イベントは成功し、みごとに赤麦の風景が復活した。これが契機となって、赤麦の丘を観光資源として活用する方法が模索され始めた。さらに、栽培される赤麦に付加価値をつけるため、赤麦を原材料とした地域の特産品を開発することを目的とした「赤麦を守る会」が、ペンションやホテルの経営者を中心にして10名により2000年に結成された。

赤麦を守る会では、まず、ビールに比べ少量の赤麦で作れるフルーティな発泡酒「ピルスナー」を生産したところ好評で、2001年には「ピルスナー」、「ビター」に加え、ノンアルコール発泡酒「テンダー」を開発し、その3種類を「赤麦鮮烈」という名前で商標登録し、現在これは美瑛町のブランド品となっている。一方、地域の食品加工製造者の協力を得て、味噌、醤油、パスタなどの商品開発も進められており、赤麦を製粉して作った小麦粉で、パンやパスタを作る動きが町内の飲食店に広がりつつある。

2. 事業・活動推進に当たったの各種地域活性化手法について

1) 地域の取り組み体制の確立手法

「こぼら会」を主体として、赤麦の原風景を復活させようと「赤麦を復活させる会」が立ち上がり、手探りで赤麦の復活栽培に取り組んだ。後に、ペンションやホテルを運営するIターン・Uターン組が中心となって、「赤麦を守る会」を組織し、赤麦を使った商品開発を進めることになった。

「赤麦を守る会」の話し合いで、最初の商品開発として取り上げられたのは、麦を主原料として作られるビールである。製造は目的・理念を理解してくれる加工食品メーカーをと考えていたが、理念を理解し、快くビールをつくってくれるメーカーは見つからなかった。関係方面への折衝を行う中で、会員の意見により道内の「帯広ビール」に打診した結果、生産に協力してもらえることになった。観光業者で結成された「赤麦を守る会」は、農業者と加工業者、観光業者の1次・2次・3次産業を結びつけるハブの役割を担い、地域の将来を見据えた取り組み体制が確立した。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

美瑛を愛するIターンやUターン組で、ホテルやペンションの経営者らが中心となって10名により組織された「赤麦を守る会」が活動の中心となっている。赤麦を守る会では、赤麦栽培に協力してくれる農家を開拓・育成するとともに2002年度から一般の人を対象とした「一坪会員」の募集を開始し、赤麦による地域振興に協力してくれる人材を都市部も含めて広く発掘・育成している。

3) 関係者の合意形成手法

赤麦栽培農家の開拓が思うように進まなかったため、「赤麦を守る会」は北海道知床のナショナルトラストの事例に学び「農地トラスト～赤麦一坪運動」のシステムを導入した。会費を一口3,000円にし、会員になってくれた方には2,500円相当の赤麦商品を送り、残りの500円が栽培資金となる仕組みで、インターネットのホームページや新聞へのニュースリリースで紹介したところ、初年度300人を超える会員が集まった。これらの活動を通じて赤麦栽培に協力してくれる生産農家への支援を行い、継続的な赤麦栽培体制が整備された。また、会員の多くが、美瑛ファンだったことも「赤麦を守る会」や赤麦栽培農家の士気向上に繋がっている。

4) 資金調達手法

美瑛町開基100年の節目に当たり、赤麦の丘復活の助成金(約100万円)が自治体から拠出され、赤麦栽培が復活した。それが呼び水となり「赤麦を守る会」が結成された。現在は、赤麦一坪運動の会費(3,000円)や、赤麦を守る会の会費で活動が推進されている。

5) 農産物の発掘・生産・加工・保護手法

赤麦(タクネ種)の特性を生かしやすい発泡酒からの段階的ビールづくりを道内の「帯広ビール」と提携し進めると同時に、周辺食品加工会社との協働のもと、赤麦を使ったパスタ、味噌、醤油なども商品開発した。赤麦栽培農家に対する委託料(1俵10,000円)の提供や、商品の売り上げの一部(ビール1本につき10円)を生産者に還元する仕組みづくりも進められている。これにより協力農家(1軒)が年度により変動はあるが30～50アールの赤麦栽培に継続的に取り組んでいる。

赤麦の生産、商品開発に関しては、「赤麦を守る会」が仲立ちをし、一坪運動等で都市住民のニーズを捉え、協力農家と相談しながら作り上げた。加工用以外の赤麦の生産分はJAに出荷されている。

6) 販売・告知・PR・消費促進手法

販売は、「農地トラスト～赤麦一坪運動」など参加会員の顔が見える通信販売や、地元ホテルやペンションで提供するスタイルをとっている。他にも地域のイベント等で販売されており、赤麦を使ったパンやパスタは地元の料飲店でも提供されている。

7) 地域ブランド化手法

赤麦を使った発泡酒は「赤麦鮮烈」という名で商標登録され、また、青果物や加工食品の出荷用段ボールのデザインも、「丘のまち美瑛」をイメージできるものに統一されている。

「赤麦の丘」は、美瑛の代表的な景観資源として位置づけられ、ビールのラベルなど、さまざまな商品パッケージに表現されている。

一方、美瑛町は、赤麦の収穫が終わった後や離農畑で景観作物を栽培し、美瑛の雄大な農村景観保全に力を注ぎ、ブランドイメージの向上に取り組んでいる。

3. まとめ

1) 主な活動の成果

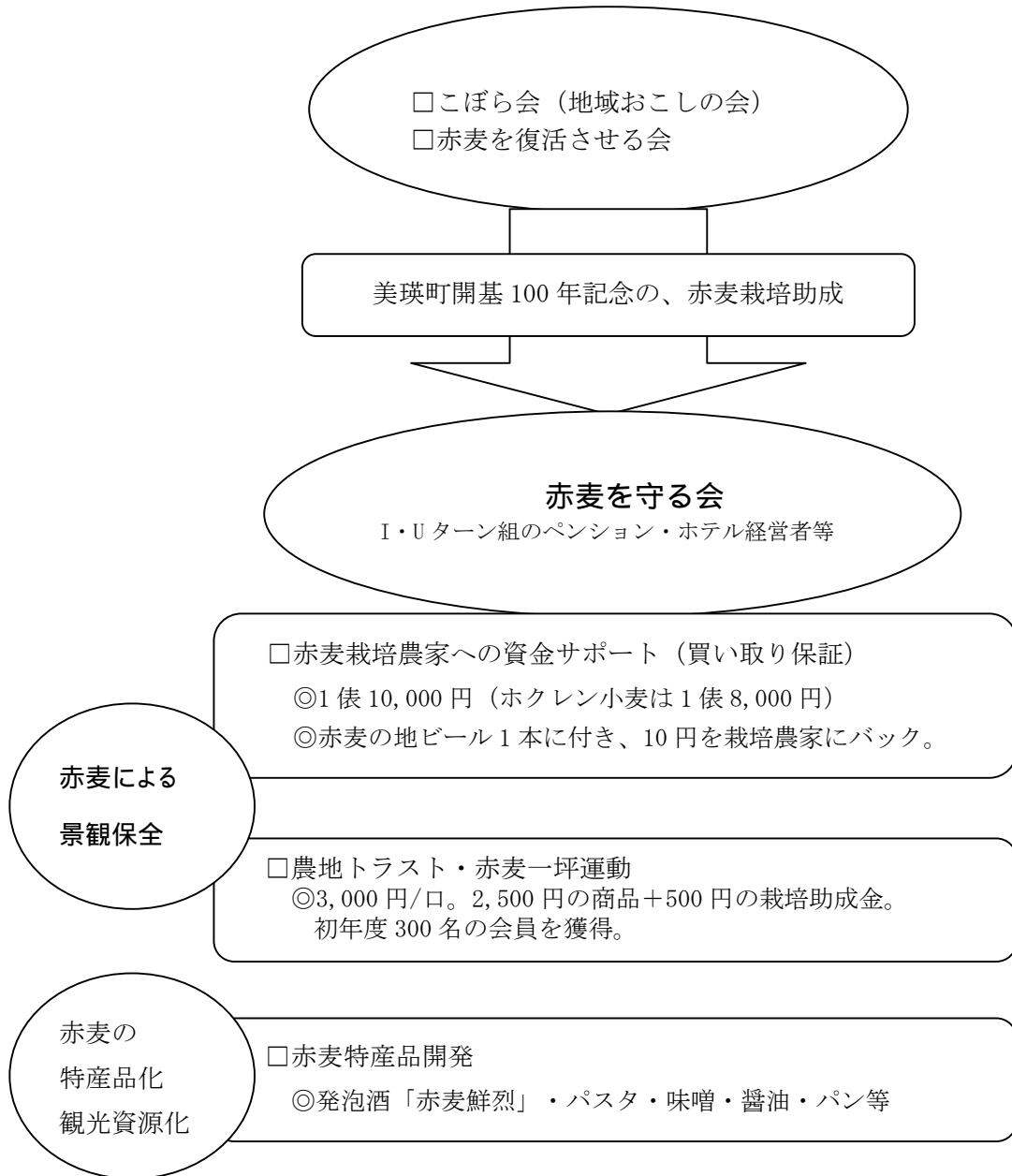
- ・地域の景観風景を形成していた「赤麦（タクネ種）」栽培の復活
 - －1軒の協力農家により30～50アールの栽培面積
- ・「赤麦」を原料とした新たな地域特産加工品の開発
 - －発泡酒「赤麦鮮烈」（「ピルスナー」、「ビター」、ノンアルコールの「テンダー」）
 - －その他、パスタや味噌、醤油、パン等
- ・赤麦栽培農家の支援を目的とした「農地トラスト～赤麦一坪運動」のシステム導入により、初年度だけで300人を超える会員が集まった。（会費は一口3,000円）
- ・第7回「ホクレン夢大賞」農業応援部門 優秀賞受賞

2) 活動のまとめ

広大な赤麦の畑や雄大な農地の広がる丘は、美瑛にとって大きな観光資源になっている。美瑛の一度は失われた赤麦を、景観作物としてのみ活用するのではなく、2次産業、3次産業と組み合わせ地域の特産品として利用する試みに挑戦しているのが、ペンションやホテル事業の経営者を中心に組織された「赤麦を守る会」である。地域の活性化に向けて観光業者が地域の農家とともに、知恵を出し合いながら、地ビールや、味噌、醤油、パスタ、パン等の特産品づくりに取り組んでいる。

「赤麦を守る会」の会員たちは、自らがIターンUターン組の都市住民であったことや、観光業という3次産業に従事していることから観光客や、都市住民のニーズに対する感度が高い。「赤麦を守る会」は、地域農業の付加価値を高める6次産業化に貢献するとともに、地域資源の赤麦を活用してできた特産品は、都市と農村とを結びつける「交流商品」としての役割を果たしている。

関係図



岩手県花巻市「イーハトーブ雑穀村」の事例のまとめ

1. 地域の取り組み内容

十数年ほど前から県内の二戸地方が有機栽培で雑穀を生産しており、花巻地方が雑穀に力を入れ始めたのは1995年頃からである。

転作作物の選定が課題となっていた本地域において、JAいわて花巻の高橋淳専務と、㈱プロ農夢花巻の小原部長は、健康志向、アトピー対策など、都市住民のニーズも踏まえ、過去に当該地域において生産されていたこともあり、雑穀を選定した。国内産の雑穀は5%程度であり、国内産の伝統食材のマーケットの広がりにも期待できると考えた。石鳥谷町八重畑地区では、当初、アワ、キビ、ヒエ、ハトムギを中心に行うことになり、生産については、手作業ではなく種蒔きも刈り取りもすべて機械化することを目標に掲げた。また、農薬や化学肥料を使わず木炭を用いて土作りからはじめる有機栽培にもこだわった。2003（平成15）年からは、米の転作作物として本格的な推進がなされた。2004（平成16）年には八重畑地区7集落の生産者約150人で68.5haの雑穀団地をつくることに成功した。同年、八重畑を日本一の雑穀の里にしようと「イーハトーブ雑穀村」（正式には八重畑地区雑穀振興協議会）が設立された。

2. 事業・活動推進に当たっての各種地域活性化手法について

1) 地域の取り組み体制の確立手法

イーハトーブ雑穀村の立ち上げ後、新たに排水や雑草問題の解決、アワ、イナキビの大規模機械化体系技術の早期確立を目指す、生産者、JA、㈱プロ農夢花巻、町、県（振興局、普及センター、農研センター）などが協力して進める「プロジェクト Z」事業を立ち上げ、地域の関係者による取組体制を構築した。（Zは雑穀・雑草の頭文字、アルファベットの最後の文字なので「後がない」ということを意味している。）

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

農家は農作物の栽培に関しては、自信を持っていたが、栽培開始後2年間は思ったような収量が得られず取り組みの継続は危ぶまれたが、生産者の中から「来年こそは成功させよう」という声上がるなど、生産意欲の低下を食い止め一致団結して雑穀づくりに取り組む機運の醸成に努めた。このように生産の危機を乗り越えて、再出発することができたことが、生産者の自信を生み、生産面での人材育成に結びついたといえる。また、機械化への早期取組等が高齢化した生産農家にも雑穀栽培を可能にするなど人材の確保・育成に結びついている。

3) 関係者の合意形成手法

イーハトーブ雑穀村村長伊藤正男氏は、JAや全国雑穀協会の理事も兼任しており、農家等関係者の信頼もあったことから、意見のとりまとめが容易であったといえる。農家が生産した雑穀はJAが取りまとめ、仮渡し金を示すと同時に、「産地づくり交付金」の対象としたことも農家を雑穀栽培に取り込み、合意を得られたポイントだったと言える。

4) 資金調達手法

イーハトーブ雑穀村の立ち上げには県の政策推進室や岩手県花巻地方振興局からの補助金を利用した（産地づくり交付金、反当約4万円）。JAの開発費などにも利用している。雑穀生産などを紹介するフォーラムなどは振興局が主催している。

5) 農産物の発掘・生産・加工・保護手法

当初は、八重畑地区の7集落の農家代表者が3年間掛かって雑穀栽培や排水などについて研究した。雑草処理や大規模作付けなどについては試行錯誤の末、現在使用している稲作や大豆生産用の機械を改良して使用した。伊藤氏は、長年用いてきた種子は、その土地に適しているはずという理由から、推奨品種の種子を用いるだけでなく、各農家の自家採種の種子の積極的な栽培を呼びかけている。

なお、2004年には、岩手県雑穀遺伝資源センターが設立され、県内に残された雑穀の収集・保存も行われるようになった。2005年にはJAいわて花巻に雑穀生産部会も発足させている。

6) 販売・告知・PR・消費促進手法

当初は、JAが販売を担当していたが、昨年（平成17年）5月から、生産部門と販売部門を分けるために、販売部門は㈱プロ農夢花巻が担当している。その他、JAいわて花巻の直売所で「母ちゃんハウスだあすこ」、花巻市内のホテル、土産物店にも商品が置かれている。さらにお取り寄せ便としても販売している。「雑穀フォーラム」や「雑穀料理コンクール」なども開催し、雑穀に対するPRにも努めている。また、伊藤氏が理事を務める日本雑穀協会は2006（平成18）年に「雑穀ソムリエ」資格制度を創設して、雑穀を深く理解し、調理や栽培のできる人材の育成を始めている。

7) 地域ブランド化手法

ここ数年の雑穀ブームで、岩手の雑穀は注目されており、イーハトーブ雑穀村の商品もすでにブランドとなりつつある。消費者が買い求めやすいように、それぞれの雑穀は100g入りと300g入りを用意するなどパッケージにも工夫している。雑穀セットには、地元宮沢賢治にちなんだ「銀河の実り」というネーミングで、宮沢賢治を髣髴させる「物語商品」作りを展開している。

3. まとめ

1) 主な活動の成果

- ・八重畑地区雑穀振興協議会（愛称＝イーハトーブ雑穀村）による雑穀団地の形成
 - －2005年には、111.6haとなり、県下一の規模。
- ・雑穀を活用した地域特産加工品の開発
 - －「ひえ冷麺」「ひえうどん」「六穀冷麺」「六穀うどん」等
 - －お湯をかけるだけで食べられる「雑穀雑炊」や「八穀黒酢」なども商品開発中

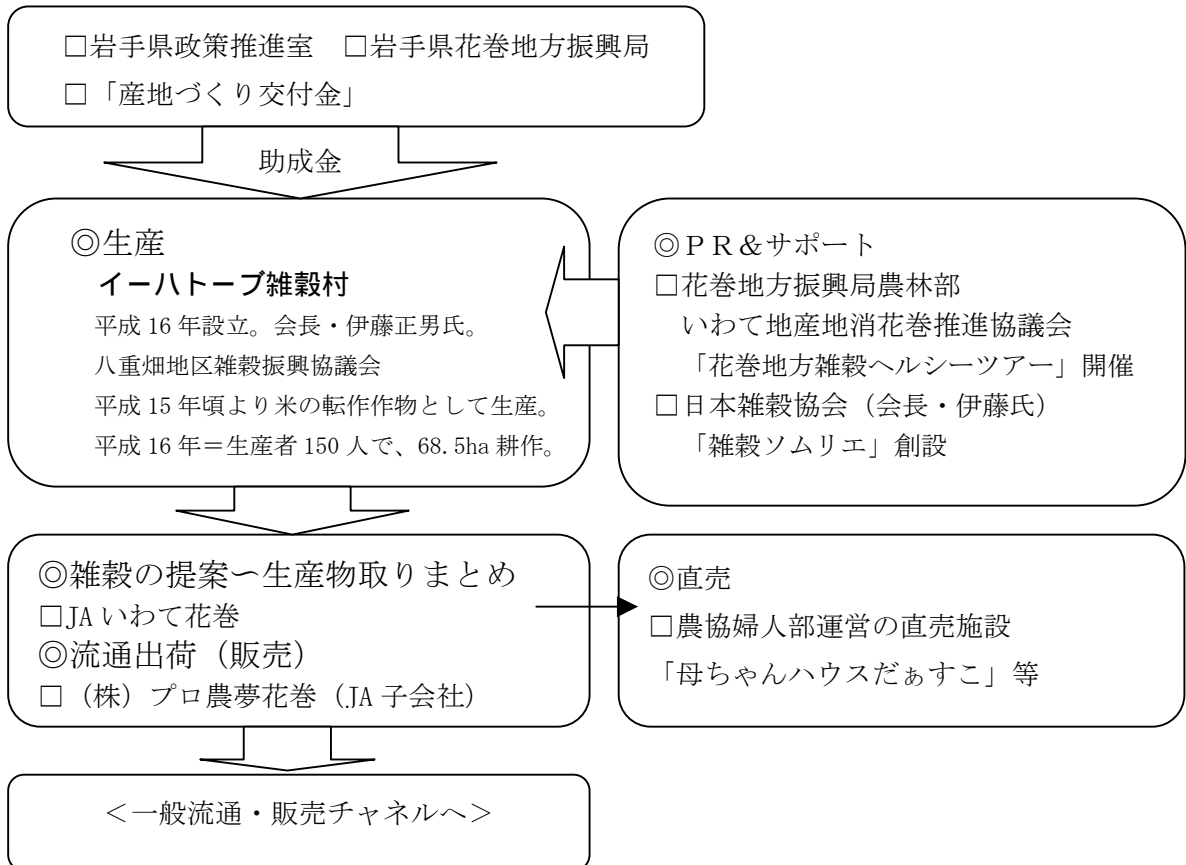
- 雑穀を混ぜ合わせた六穀、八穀のブレンドパック等
- ・ 雑穀生産販売による収益の確保
 - 今年度の売上は 4 億 5,000 万円。2~3 年での倍増を目指している。

2) 活動のまとめ

アワ、ヒエなどの「雑穀」は、花巻地方で古くから生産されている地元ではなじみの食材であった。また、生産に関し技術を有している農家も多かった。この雑穀を食の地域資源として注目、発掘し、転作作物として生かしたのが、現在のイーハトーブ雑穀村村長伊藤正男氏であった。氏は生産農家に対し、JA による収穫物の全量引き受けを保証するとともに、生産物に合わせて 1kg あたり 230 円から 700 円の農家仮渡し価格を農家に払い、さらに「産地づくり交付金」の対象とするなどの支援を実施した。同時に、生産の機械化も進め、2004 年には、150 人の参加、68.5ha の雑穀団地を形成するまでになった。同年「イーハトーブ雑穀村」を設立、2005 年には、栽培面積も 111.6ha となり、県下一の規模となっている。

本活動における成功の要因としては、健康志向を標榜する都市住民のニーズを見すえながら米からの転作作物として、地域資源の「雑穀」を発掘したという点に加え、生産農家の不安を取り除き、機械化の導入を促進し大規模生産に結び付けたという点、さらには(株)プロ農夢花巻に販売を一本化するという「生産」「加工」「販売」の一連の流れを結びつけた点が上げられる。

関係図



奈良県奈良市高樋町「^{きよすみ}清澄の里・粟 AWA」の事例のまとめ

1. 地域の取り組み内容

農家レストラン「清澄の里・粟 AWA」を経営する三浦雅之氏は、妻とのアメリカ旅行の中で、ネイティブアメリカンの食＝とうもろこしの食事に刺激を受けるなど、「農的生活」に惹かれて帰国し、伝統野菜や在来種が残る農村を訪ねて歩く生活を始めた。その後、自然農法を学ぶために、奈良県桜井市の「赤目自然塾」に2年間通い、その際に高樋町の農家と懇意になった。それがきっかけで農地を借り、在来種の野菜や豆、雑穀づくりを開始し「農家レストラン・粟 AWA」を始めることになった。1998年に、任意団体「清澄の村」を設立して、奈良の伝統野菜（大和野菜＝大和マナ、大和イモ、大和三尺きゅうり等）の調査研究を行ってきた。エアルーム（世界の様々な民族によって幾世代に渡って受け継がれてきた在来種で「先祖伝来の財産・宝」と訳される）と呼ばれる海外の伝統野菜も加え「在来種」の保存活動や年間約100種類以上の品種を栽培している。

一方、奈良県では、古くから地域で栽培されてきた「大和の伝統野菜」を県の特産物として、生産や販売を促進している。同時に、食文化として「奈良うまいもの」というレシピを開発し、観光地のレストランで提供している。その中には、大和野菜を食材とするレシピも含まれている。県は、2010年の「平城京遷都1300年」を控え、特産物となる「大和野菜」の振興や、県民生活の向上を目指した「もてなしの心プロジェクト」など、三浦氏との連携も図りながら、さまざまな施策を実施することとしている。

2. 事業・活動推進に当たっての各種地域活性化手法について

1) 地域の取り組み体制の確立手法

当初は、三浦氏が地元地権者から農地を借り、独自に伝統野菜の調査研究に取り組んでいたが、1998年に「NPO法人 清澄の村」を設立した。現在、当該団体の会員約40名を中心に、「清澄の里・粟 AWA」を拠点として、農村文化の創造とコミュニティ機能の再構築を目指すコミュニティビジネスを推進している。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

伝統野菜の調査研究活動を進める NPO 法人清澄の村を設立している三浦氏は清澄地区での「大和伝統野菜」振興の中心人物である。県では、その活動を支援する観点から、高齢福祉課が「地域ささえあいカンパニー」の助成策の紹介等を行っている。一方、三浦氏は、地元農家に大和野菜の栽培を依頼し、少額ながら報酬を支払い、農家の生きがいと農業振興にも寄与している。

3) 関係者の合意形成手法

I ターンである三浦氏は、地域コミュニティとの良好な関係づくりに注意を払った。最初は、地権者の方と関係をつくり、農業のやり方を教えてもらい、地元に着して農作業を行った。また、三浦氏は、相手をより理解したいということから、地域の会合に積極的に参加すると

同時に「清澄の里・栗 AWA」を会合などの場として、地域に開放しコミュニティ活動を推進することにより関係者との合意形成に努めている。

4) 資金調達手法

三浦氏が農家レストランを始める前に、大和野菜の発掘調査業務として農水省の委託調査業務や、ムコダマシの栽培や商品化となるコミュニティビジネスに対しての助成があった。そして、前述の懇意になった地元地権者から、安く土地を貸してもらうなどの支援を受けた。

また、地域ニーズに対応した事業を実施しようとする高齢者主体のグループを支援する助成事業「地域ささえあいカンパニー（1グループ80万円）」の助成等を受けている。

5) 農産物の発掘・生産・加工・保護手法

農産物の種の保存に関し、三浦氏は、高樋町清澄地区に農地を借りる前から、奈良県内にある在来野菜を調べ、育ててみようと考えていた。伝統野菜にはどんなものがあるか、どんな人が野菜の種（たね）を持っているか調査を実施した。農家から種を分けてもらい、荒れた農地を耕し、自ら伝統野菜の栽培を行った。また、採種を行い、その種の保存も行っている。このような取組により現在では、採種した種を、他に分ける段階にまで来ている。現在、自然農法での栽培協力農家の数は8戸で、栽培面積はNPO活動として約70アール、栗の独自栽培で約40アールとなっている。

6) 販売・告知・PR・消費促進手法

マスコミ取材を歓迎している。三浦氏の活動がPRされることで、同時に大和伝統野菜もPRされ、地域の宣伝にもなっている。店内の一面には、取材掲載の雑誌や書籍、自身が寄稿したコラムが置いてあり、閲覧できるようになっている。ロコミも効果があり奈良旅行のついでにと、東京からもお客が訪れている。

7) 地域ブランド化手法

「栗」では、大和野菜とその食べ方を広めようということから、メニューや素材となる野菜の一つ一つを、お客様に説明しながら出している。器やテーブルクロスなどの小物に気を使ったり、野の花をテーブルの脇に添えたりと都市住民のニーズに応える店の雰囲気作りに心を配っている。お客に合わせた対応をするのではなく、店の考えをわかってもらうというスタンスで運営している。

一方、奈良県は、奈良ブランドを新しくイメージづける「大和野菜」14品種を選定し、認定組織を設置するとともに「大和野菜振興協議会」を立ち上げている。認定大和野菜には、「ここにこだいちゃん」マークを添付するなどして、大和野菜の振興・普及に努めている。

3. まとめ

1) 主な活動の成果

- ・「NPO法人 清澄の村」（約40名）による大和伝統野菜の調査研究活動

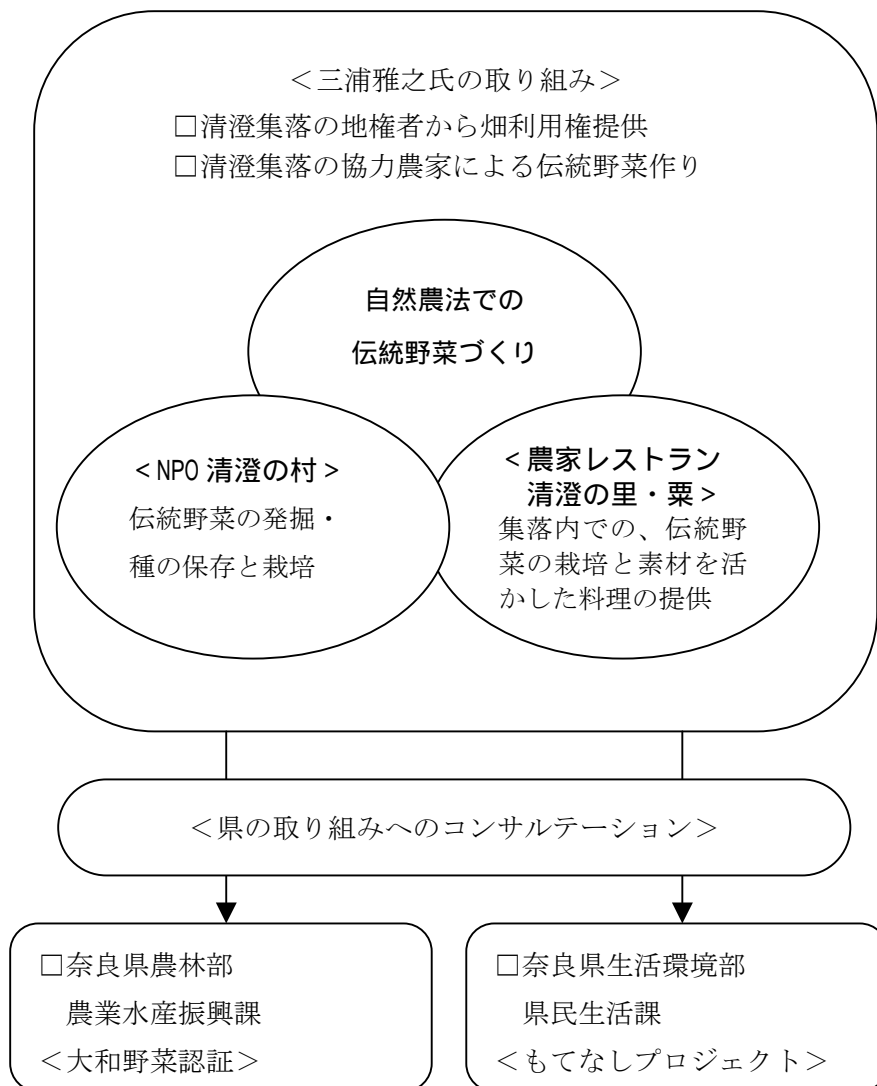
- ・大和伝統野菜を中心にエアルームと呼ばれる海外の伝統野菜を加えた国内外の在来種を年間約 100 種類以上、栽培・保存
- ・8 戸の協力農家と約 70 アールの栽培面積で、自然農法による栽培を实践
- ・人気レストラン「清澄の里・栗 AWA」を通じた大和伝統野菜の提供／PR
- ・奈良県大和野菜認証活動との連携

2) 活動のまとめ

三浦氏の活動は、伝統野菜の発掘、栽培から、「講演などで大和伝統野菜を知らしめていく、種を分ける、書籍を出版する」という“広める”段階に入ってきている。「清澄の里・栗 AWA」の法人化、2 号店出店の計画もある。「清澄の里・栗 AWA」は、料理の値段は少々高額ではあるが、都市部のお客を惹きつけている。その要因としては、エアルームの考え方をベースとした自然農法での伝統野菜づくりと、ホスピタリティに富んだレストランが一体化していることにあると言える。

伝統野菜は、その歴史や意味、意義、健康効果などを伝えて普及させる「説明型商品」としての面もあり、奈良をアピールする重要な食の資源でもある。そのため、素材を活かしたシンプルで味わい深い料理を提供する「清澄の里・栗 AWA」のように、いかに美味しく提供するかという「料理」の開発も重要である。食材としての「大和伝統野菜」を、「料理」や提供する「場所」も含めた食文化に高めることで、消費者の共感が得られるのである。このようなストーリーが描けた時、奈良の大和野菜も“奈良のうまいもの”としての広がりを見せることになると思われる。

関係図



伝統野菜や雑穀など地域伝来品種を活用した地域活性化手法調査のまとめ

地域伝来品種や作物は、地元にとって、「米からの転作作物」や「特産農産物」、「農村景観を形成する作物」の側面も有している。今回は、その3つのケースを調査したが、換金性が高く大量に生産されている農作物ではないということが、いずれの地域にも共通する点であった。ただし、その中で花巻地区の取り組みは、生産物の量的な確保に向けて仮渡し価格の設定や機械化の促進などで結果として100haを越える栽培面積を確保し、収益面の確かな裏付けを確立しつつある点が特筆に値する。一般的に地域伝来品種は、農薬の使用に向かず大量生産が難しい作物が多く、そのため普及に時間がかかり、流通にのせにくいという面がある。しかし、それ故の希少性や独自性に加えて、その滋味深い味わいや、バランスの良い栄養価は、消費者の食ニーズにマッチしているといえる。

前述のように花巻市イーハトーブ雑穀村では、アトピーやアレルギー疾患を含む都市住民の“健康”食に対するニーズを的確に掴み、雑穀の集団転作に踏み切り、地域の関係者が一丸となって生産、流通、商品開発に取り組んだ結果、岩手県内随一の雑穀生産地となっている。

奈良県高樋町清澄集落では、伝統野菜の自然農法栽培をしながら、農家レストランで提供している三浦氏の取り組みは、レストランの平均稼働率90%という数字が、消費者ニーズを実証している。

一方、昔の美瑛の原風景を形成していた赤麦の栽培を復活・育成すべく、地元農家に資金的サポートをしたり、農地トラスト活動を行っている、地元でペンションなどを営む有志の取り組みは、都市住民の共感を得て、農地トラスト活動は初年度で300名以上の会員を集めている。

地域伝来の品種や作物は、その栽培特性から生産は容易ではないが、健康に良く美味しいものを食したいという消費者ニーズに合致しており、農産物や農産物加工品自体の需要は決して低くない。今回調査した地域は、本来その土地の“地域資源”であった伝来品種や作物の特性を活かし、継続的な栽培者の確保・育成と、それに付加価値をつけるための新たな商品開発、さらには流通・販売・PR等に対する地域関係者のバックアップによって、都市住民のニーズを掴み、地産地消の枠を拡大した都市と農村の交流型消費による地域の活性化につなげている。

2) 地域内資源循環を基盤とした地域ブランドの確立手法調査のまとめ

山形県長井市「レインボープラン」の事例のまとめ

1. 地域の取り組み内容

「レインボープラン」は、長井市で農業を営む人たちが市民とともに「農業のあるまちづくり」を考えはじめたところから生まれてきた。よって、その基盤は長井市民によって作り出されている。「生ゴミを仲人役にして、土と人、農業と台所、今と未来を架け橋でつなぐ。そこに食が入れば、生産者は堆肥の消費者、消費者は堆肥の生産者となる。食と農に関わる市民の生活そのものを創造していく」ということがコンセプトである。生ゴミ収集は10年目を迎えようとしているが、レインボープラン協議会としては、これまでの取組を第一期と位置づけている。第二期の具体的事業としては、「虹の駅」と「市民農場」等が取り組まれている。

2. 事業・活動推進に当たっての各種地域活性化手法について

1) 地域の取り組み体制の確立手法

1988年斎藤市長のもと行政主導の「まちづくり」から市民主体への転換を目的に長井市の若者たち97名で「まちづくりデザイン会議」が開催された。理念は「快里（いいまち）をつくろう」というものである。そのとき採択された提言は「農業は文化である」を根幹として、輸入自由化に対応するために安全で美味しい農産物の生産などが上げられていた。デザイン会議から具体的事業へと「快里（いいまち）研究所」に受け継がれ、「生ゴミのリサイクル堆肥化」が大きくクローズアップされた。それが「レインボープラン」の取り組み体制確立へと繋がった。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

これまでの10年以上の活動の中、農業が軸に置かれながらも、常に異業種の長井市民を取り込んで協議会や研究会が設立されてきた。そうした人脈が後々の活動に生きてきている。

NPO法人の市民農場などでは、排水不良地の農地復元や施設園芸等の農作業全般に有償ボランティア（時給300円）が対応し、正会員（入会金2,000円、年会費2,000円）や活動の支援を行う賛助会員（入会金2,000円、年会費5,000円）といった人材の確保・育成手法が取り組まれている。また、農産物の認証制度を設け、認証農家の育成にも努めている。

3) 関係者の合意形成手法

まちづくりデザイン会議からレインボープランに至る過程において、市が中心となって進められた幅広い者によるそれぞれの協議会や研究会、委員会によって活発な議論がなされ関係者の合意が形成されていった。ポイントは、幅広い業種の市民参加と議論や協議を重ねることによる市民全体としての合意を行政が主導して形成する手法である。

4) 地域内資源循環システム

レインボープランによる生ゴミの収集は、約 5,000 世帯となっている。コンポストセンター入り口で、バケツコンテナの重量を量り、収集された生ゴミ（年間 1,033t）は原料貯留槽に入れられて、牛糞を主とする畜糞（510t）と混ぜられ、一次発酵槽へと移される。一次発酵以降ほぼ 80 日間で堆肥は完成し、年間約 450t の堆肥を生産している。

5) 資金調達手法

コンポストセンター建設に至るまでの計画段階として「台所と農業をつなぐ・ながい計画調査委員会」の活動は、市から調査費として 50 万円が交付されている。コンポストセンターの総工事費は、3 億 8,522 万円であり、コンポストセンターで作られる堆肥は農家に販売され、年間約 187 万円の収入になっている。

6) 農産物の生産・加工・技術開発手法

農産物に関しては、農薬や肥料の質を基準とする市独自の認証制度があり、約 20 戸の農家が 14ha の栽培面積で取り組んでいる。加工品に関しては、町の加工業者がレインボープラン農産物を利用して、独自の製品を生み出している。

7) 販売・告知・PR・消費促進手法

レインボープランが動き始めた際、出来上がった堆肥をどうやって市民に返していくかを考えたメンバーは、決められた曜日（場所毎に異なる）の午前中といった形で定期的に、商店の軒先を借りてレインボー農作物の直売を行っていた。その後、常設の流通拠点である「虹の駅」ができたことで販売面等が大きく前進することとなった。

8) 地域ブランド化手法

コンポストセンターで作られた堆肥を使った農作物に対して、農薬や肥料の質をも吟味した「レインボープラン農産物認証制度」を制定した。これは農水省のガイドラインをベースにしつつ、レインボープランとしての独自の認証制度である。レインボープランコンポストを、10 アール当たり 2t 以上施用することや自家堆肥を使用する場合でも、レインボープランコンポストを 10 アール当たり 1t 以上使用すること等が基準として設けられている。認定を受けたレインボープラン認証農産物は、シンボルマークを使用した認証シールが貼られ、出荷、販売されることになる。

3. まとめ

1) 主な活動の成果

- ・5,000 世帯から年間 1,033 t の生ゴミを回収し、蓄糞 510t、水分調整剤（モミガラ）180t を合わせ 430～450t の堆肥を生産。
- ・コンポストセンターで作られる堆肥は農家へ 1t あたり 4,000 円で販売され、年間約 187 万円の収入になっている。現在、生ゴミの堆肥化に要する市の経費は、堆肥の販売収入など

を差し引いて、年間で3,432万円となっている。

- ・レインボープランの堆肥を使った農産物を販売する常設の直売所としてNPO法人「虹の駅」がオープン。今は赤字だが、3年程度での黒字化を目指している。
- ・生産と消費の垣根を取り払う試みとしてNPO法人レインボープラン市民農場を開設。今は赤字だが、5年程度での黒字化を目指している。
- ・独自の認証制度である「レインボープラン農作物認証制度」を制定。認定を受けたレインボープラン認証農作物は、シンボルマークを使用した認証シールを貼られ、出荷、販売される。認証農家は、約20戸で、栽培面積は14haである。
- ・異業種間の融合によるレインボープラン農産物を使った加工品づくり
 - －「長井ラーメン」、「レインボーそば」、豆腐、味噌、納豆、カボチャや人参の洋菓子等

2) 活動のまとめ

地域の生ゴミ等の有機物資源を使った再資源（堆肥）化への取り組みに関しては、長井市のレインボープランは国内でも有数の先進事例といえる。住民参加型のまちづくりを志向し、住民と自治体などの行政が一体となって地域内資源循環を推進していることも特筆に値する。そのことは今でも他の自治体等からの視察や取材が絶えないことや教科書にも取り上げられていることを見ても明らかだと思われる。しかし、現在、レインボープランは第2期に入っており、第1期で確立した先進的な「循環」事業がまちづくりにどう活かされるかに取り組んでいる。“まちづくり”に向けては、有機物の再資源化による優良堆肥の生産だけに留まらず、土づくりや有機農産物の生産、さらには地産地消による農産物の流通活性化といった取り組みが不可欠となってくるだろう。現在、既に第2期の取り組みを行っているが、最終的に「環境保全型農業の推進」や「安全かつ高付加価値のある農産物生産体制の確立」を通じて経済面においても活性化につなげていくことができればレインボープランは、一層素晴らしい取り組みに発展していくものと思われる。

関係図

<第1段階>

□生ゴミ処理を検討し、地域循環システムを構築する取り組み

まちづくりデザイン会議

行政主導で行われた、市民主体のまちづくり委員会。若者を中心に市民97名。

快里（いいまち）デザイン研究所

デザイン会議の分科会提案を具体化する目的で、18名のメンバーで設立。

台所と農業をつなぐ・ながい計画調査委員会→推進委員会
レインボープラン（愛称）



長井市事業として、堆肥製造施設建設。生ゴミ回収事業実施。

<第2段階>

□有機農産物づくり、販売体制づくりによるまちづくりの取り組み

NPO 法人市民市場・虹の駅 農産物直売施設運営。

加工者やレストラン等に消費者ニーズを伝え、加工品開発をコーディネート。

NPO 法人市民農場 農家や消費者が一体となった形での生産活動。
有償ボランティアスタッフ等によるハウス栽培で、有機農産物を生産。

長井村塾

独自に認証農産物を流通・販売。

まちづくりコミュニティも運営。

佐賀県伊万里市「伊万里はちがめプラン」の事例のまとめ

1. 地域の取り組み内容

市街地の飲食店から出る「生ゴミ」を資源として生かせないかと考えたところから「はちがめプラン」はスタートしている。NPO 法人「伊万里はちがめプラン」は、本来生ゴミや廃食油を捨てる側であった料飲店組合・旅館組合が主体となり生ゴミや廃食油を不潔不要な厄介物として燃やしたり、埋めたりしてしまうのではなく、資源として活用しようとして取り組んでいる。その考えは「生ゴミを有機堆肥に変えて畑や田んぼに戻すことで食物連鎖を促し、次の生命体のエネルギー源として役立ち土に活力を与えることができる。その豊かな土壌から安全で元気な作物を生産し地域に還元しよう。この土の中を流れて川や海へと流れる水も蘇り、従来持っていた自然の『健全さ』や『豊かさ』を取り戻すことができる。」というものである。

2. 事業・活動推進に当たっての各種地域活性化手法について

1) 地域の取り組み体制の確立手法

生ゴミの約 80%は水分であり、可燃ゴミの処理費用は一日約 139 万円、1t あたり 34,000 円である。つまり、1 日約 54 万円が生ゴミの焼却に使われ、そのうちの約 43 万円が「水分」を燃やすために使われていることになる。これは壮大な無駄ではないかと思ったのが、レストラン「伊万里亭」を経営する福田俊明氏であった。

このような生ゴミに関する問題意識から立ち上げたのが「生ゴミ資源化研究会」であった。特に難しかったのが温度管理であり、優良発酵菌の選別培養であった。当初は研究会と銘打ってはいたものの、実質的には福田氏一人が生ゴミの堆肥化を試みていただけであったが、平成 9 年、組合員のなかに少しずつ理解者が増えてきたのを機に、新たに「生ゴミ堆肥化実行委員会」を結成した。生ゴミリサイクルの活動が軌道に乗り始めた平成 15 年に福田氏を理事長として NPO 法人「伊万里はちがめプラン」が設立された。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

福田氏個人による取り組みが中心であるが、現在、はちがめプランの堆肥化プラントで働いている若者 2 名が取り組みに関心を持ち始めている。しかし、継続的な取り組みとして携わる人材の育成と確保は今後の課題である。

一方で、平成 14 年に開催された、はちがめ堆肥を使用して 50 アールの菜の花を作り、花から油を絞る等の「九州菜の花サミット」が、きっかけとなり、教育現場への導入が進められている。地元の大坪小学校 3 年生が体験学習として、出来た堆肥を使い菜の花を育て、採取をしている。子どもたちには好評で、先輩から後輩へと知識や技術が伝達されており、今後の人材育成に繋がるものと期待されている。

はちがめプランと提携している佐賀大学では、サテライト教室と銘打ち、堆肥化プラント横の事務棟を使った授業を開始し、単位取得の講義としている。福田氏も特任教授として講義を行い、学術的な側面からの人材育成を図っている。

3) 関係者の合意形成手法

福田氏が料飲店組合の会合において、商売上の生ゴミは、何とかならないかと提案したことが契機となった。その後、「生ゴミ堆肥化実行委員会」が作られ、すでに生ゴミ堆肥化を行なっている先行地域の視察にも出向いた。最初は、福田氏が一人で実験等を行い、報告する形をとったが、プラントでの生ゴミの堆肥化実験が行なわれる中、見学に訪れる学校や市民団体も増えていき、特に女性の市民グループの関心は強かった。そこで、平成13年1月、市民グループが中心となって生ごみステーションを設けて、生ゴミの回収を実施することになった。さらに、はちがめプランから作られる堆肥を使って地元の農家の協力により50アールの菜の花畑を作り、菜種油を生産するプロジェクトも始まった。平成16年からは市内の高齢者グループ「いまり菜の花の会」（会員数35名）が菜の花プロジェクトへの協力と参加を表明し、新たな展開を見せている。福田氏の個人的な取り組みが中心となってスタートしたプロジェクトが、女性や高齢者の市民グループとの合意形成により活動の輪が広がりつつある。

4) 資金調達手法

当初は、組合でつくった委員会の持ち出しによって活動していたが、その後、いくつかの助成金によって設備を拡充していった。具体的には、伊万里商工会議所の助成で種菌培養実験場を、雇用能力開発機構佐賀センターの支援で菜種搾油機を、地球環境事業団の支援で廃食油ディーゼル燃料化装置を、それぞれ導入している。現在、運営費は会費、市からの援助などによりまかなっている。

5) 農産物の生産・加工・技術開発手法

はちがめプランとそれを含む伊万里「環（わ）の里」計画の中で、「環境保全型農業の推進」は4つの活動事業の1つである「地域環境創造活動事業」に含まれている。はちがめプランとしては、農産物の認証制度等を行っていないが、できあがった堆肥は、大坪町古賀地区を中心に約20軒の協力農家による栽培実験に使われた。また、「環境保全型農業の推進」活動の一環として、堆肥の作物に対する影響については佐賀大学の協力を得て調査をつづけている。例えば、染谷助教授は専門である土壌環境学の分野から「生ごみ堆肥の品質向上に関する試験研究」を行った。この成果は、はちがめ堆肥の使用による作物の生育の違いといった研究に現れている。

6) 販売・告知・PR・消費促進手法

平成13年11月、大坪町の古賀グラウンドで第1回目の「はちがめ市」を開催。伊万里はちがめプランの活動の報告と、はちがめ堆肥で育った農作物の販売を行った。13軒の農家（事業所）の参加があり、米、大根、白菜、キャベツ、たまねぎ、人参、ブロッコリーなどバラエティに富んだ農作物を販売し、好評を得た。JAの直売所「四季の館」（二里町）でも売られている。

平成16年3月「はちがめふれあいステーション風道（ふうどう）」と命名された農産物の

直売所が経済産業省による市民活動活性化モデル事業の採択を受けて開設した。農業者がはちがめ堆肥を利用した農産物等を販売するものであり、袋詰めされたはちがめ堆肥も販売されている。また、農産物加工品も揃っていて、周辺市町村からの来訪者も多い。現在、風道に出荷している農家数は46戸となっている。

7) 地域ブランド化手法

菜種油については、菜の花プロジェクトによって知られるようになっており、人気も高く、直売店でも品薄となっている。また、はちがめ堆肥も農家には人気が高まりつつある。デザインは、はちがめのデザインを用いて、親しみやすくしており、はちがめプランの車には大きくロゴマークなどが記されていて、それ自体が広告塔の役割を果たしている。

伊万里「環の里」計画の活動の中で、自然食レストラン「ティア松浦店」の本岡社長を訪ね、生産農家と一緒に、調理・加工の料理勉強会を実施したりしている。しかしながら、はちがめ堆肥を使用した有機農産物の供給量が少なく、また独自の認証制度もないため、地域ブランドの確立は、今後の課題といえる。

8) 異業種連携・ネットワークづくり手法

もともと飲食店組合などを母体としているため、多業種が加わる組織になっている。また、ネットワークづくりにも力を入れ、伊万里「環の里」計画としてはクリーン伊万里市民協議会が中心となり、商工会議所、消費者グループ協議会、地域婦人連絡協議会、廃棄物対策協議会、ロータリークラブ、ライオンズクラブ等、多くの団体、組織が参加することになった。

3.まとめ

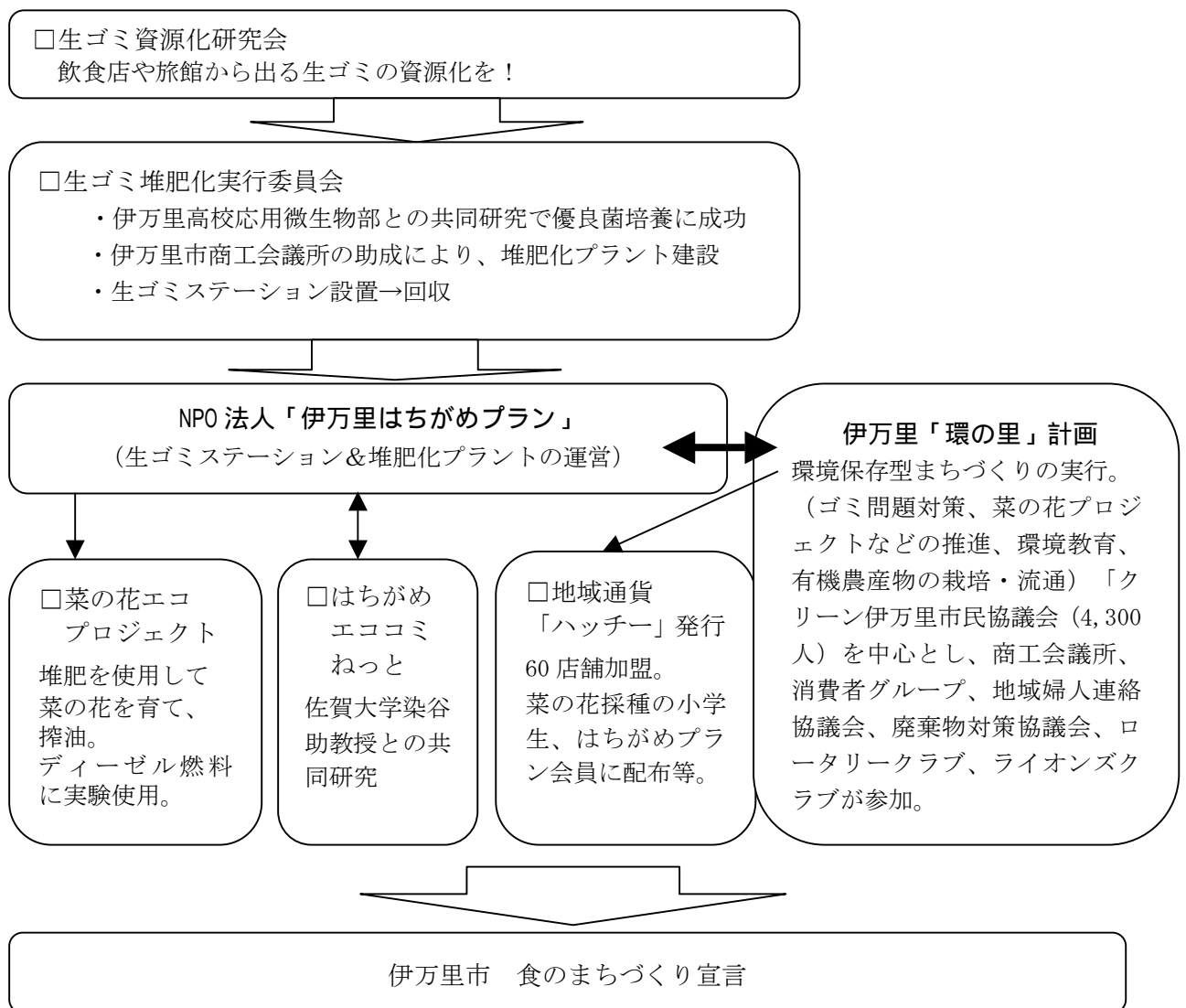
1) 主な活動の成果

- ・一般家庭221世帯、事業所60軒からの生ゴミ約1.5t~1.8t/1日を収集し、約600kgの堆肥を生産
- ・はちがめ堆肥を用いた“菜の花プロジェクト”の推進
- ・伊万里「環の里」計画による伊万里市全体を括る環境保全型の町づくりへの発展
- ・伊万里「環の里」計画を通じた異業種ネットワークとの連携や佐賀大学との連携
- ・平成16年、農産物の直売所「はちがめふれあいステーション風道」が開設
 - ー現在46戸の農家が、はちがめ堆肥を使った農産物を出荷
- ・各コンテスト等の受賞歴
 - ー平成13年度「第11回地球にやさしい作文活動報告コンテスト経済産業大臣賞」(読売新聞主催)
 - ー平成15年度「第6回KBC水と緑の大賞コンテスト大賞」(九州朝日放送主催)
 - ー平成16年度「第8回環境水俣賞共生部門大賞」(熊本県水俣市主催)
 - ー平成16年度「ふるさとづくり賞主催者賞」(NHK・読売新聞主催)
 - ー平成17年度「第2回立ち上がる農山漁村レポート選定」(農村政策推進部選定)等

2) 活動のまとめ

NPO 法人を母体としているものの、基本的には飲食店組合、現理事長、福田氏の個人的な関心からはじまっているだけに、いろいろなことが即座に決定されて、実行に移されていく。また、佐賀大学の支援を受けているために、学術的な裏打ちもなされ、堆肥、菜種油の製品としての質も向上している。はちがめプランとしては、生ゴミステーションや参加市民を今の2倍に増やすことが目標となっている。「はちがめ堆肥」を活用して地域ブランド化を強め、そこから伊万里市「環の里」計画との連携により伊万里市全体として「環境保全型農業」の推進につなげられれば、活動は、より量的にも質的にも高まるものと思われる。

関係図



宮崎県綾町「自然生態系農業」の事例のまとめ

1. 地域の取り組み内容

綾町は、町を挙げて有機農業＝「自然生態系農業」を実践していることで知られているが、もともとは前町長の郷田実氏が、郷土の自然を守るため、自然林保護と有機農業を強力に推進したことが大きな成果となったものである。昭和 62 年には独自の「綾町自然生態系農業条例」が制定され、「綾ブランド」の有機野菜は生協を中心に出荷されている。綾町の有機農業を支えているのが、町内の人糞尿、生ゴミ、家畜糞尿を堆肥化させ、農地で利用する、「資源循環システム」である。また、綾町は年間 120 万人が訪れる観光地でもある。有機野菜を始め、住民が手づくりした製品を扱う「手づくりほんものセンター」では、年間約 35 万人が買い物をしている。「名水 100 選」や照葉樹林等の自然環境を活かしながら、観光と連携した活性化にも取り組んでいる。

2. 事業・活動推進に当たっての各種地域活性化手法について

1) 地域の取り組み体制の確立手法

前町長・郷田氏の呼びかけで昭和 42 年より始められた「一坪菜園運動」により、一般家庭の一坪菜園でつくられた有機野菜を持ち寄ってもらうため、青空市を水曜日に、朝市を日曜日に開設した。最初は、綾町婦人連絡協議会に協力を呼びかけて、出品していたが、それが現在の「手づくりほんものセンター」につながっている。

また綾町では、昭和 62 年に「綾町自然生態系農業条例」により、栽培の基準を制定した。この基準に基づき、有機農業に取り組む農家は、「有機農業開発センター」に登録し、作物ごとに細かく記録された「栽培管理表」を提出する。条例の基準をパスすると「合格商標」の認定シールが貼られて出荷されるという仕組みが確立された。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

郷田氏の提唱した理念によって、綾町は施策を打ち出し、実行してきた。有機農業の担い手育成の手法としては、「一坪菜園運動」として春と秋に野菜の種子を無料で配り、菜園づくりを奨励し自給用の有機農業に取り組むところから人材の育成を図った。しかし農家の有機農業への取り組みはなかなか進まなかったため、綾町では野菜づくりを奨励するために、「栽培の際には土に堆肥を入れ、除草剤は使わないこと」を条件に「栽培補償制度」を導入した。栽培補償制度は、野菜の種類ごとに部会に加入し、出荷時に払った積立金の中から、不作の年にはその野菜に対し収入保証をするものである。こういった取り組みを 20 年余り続けることによって有機農業の担い手育成を図った。

3) 関係者の合意形成手法

郷田氏は、町民に、“自治の心＝昔の村だった頃の結いの心”を取り戻していただく「自治公民館運動」を計画・推進した。全町民総参加の町づくり、議論のある町づくりをしなければならないと提唱し、今までの区長制を廃止し、自治公民館を中心とした行政の進め方を

導入した。これにより町にある 22 箇所の公民館単位に、住民が中心となって各種取組に当たっての話し合い活動が活発に行われるようになり関係者の合意形成が図られた。

4) 地域内資源循環システム

昭和 53 年に、人糞尿を液肥化する「自給肥料供給施設」が建設された。自給肥料供給施設は、人糞尿に酵素を入れることにより、温度が上がって液体になるというものである。液肥は、し尿 250k1 に対し年間 3,765t 生産され農家には無料で配っており、主に飼料作物の栽培等に利用されている。平成 9 年には新たに「地域資源循環活用施設」として建て直された。

昭和 56 年には、「家畜糞尿処理施設」が完成し、養豚団地から出る糞尿の処理が可能となり、さらに昭和 62 年に、「堆肥センター」が完成することで、家畜糞尿を原材料とする堆肥の製品化が可能になった。堆肥センターでは 7,145t の家畜糞尿から年間 3,438t の堆肥が生産されている。平成 9 年に完成した「堆肥生産施設」では、町の中心地の約 500 戸から 662t の生ゴミを業者が集め、174t の堆肥が生産されている。堆肥は、畑 10 アールあたり約 2t を入れるが、1t3,000 円、10kg250 円で販売されている。

5) 農産物の生産・加工・技術開発手法

「自然生態系農業条例」により、認定を受ける農家は必ず農地を有機農業開発センターに登録し、栽培管理記録簿を提出することになっている。栽培管理記録簿は、有機堆肥を使った量や、農薬を使用した場合はその種類や回数を記録するものである。農薬は、自然生態系農業条例の規定に則したのものを使うなどの規制がある。綾町は栽培管理記録簿を有機農業センターにおいて各農家からとっているが、これが、トレーサビリティにあたるもので、昭和 53 年から出荷している生協では、栽培管理記録簿を店長が保管し、消費者の要望があれば提示することになっている。現在、登録農家数は 405 戸であり、栽培面積は約 300ha となっている。

6) 販売・告知・PR・消費促進手法

自然生態系農産物の出荷先としては、これまで生産者と消費者の産直提携を中心に行われてきたが、最近ではさまざまな流通手段へと多様化している。綾町で販売されるチャンネルとしては、農産物の直売所である「手づくりほんものセンター」や「JAA コープ・スーパー」、「各種公共施設」等がある。また宮崎市のチャンネルとしては、「JA 直売所」、「スーパー」、「宮崎県民生協」等で販売されている。さらに県外では、福岡、鹿児島、沖縄、大阪、兵庫、京都、長野、東京、横浜、札幌（東京経由）と広範囲に出荷している。また東京都とは、平成 9 年に流通協定を締結している。

7) 地域ブランド化手法

「自然生態系農業条例」による生産規準に応じて 3 つのランク付けを行い、認定シールも金・銀・銅の 3 つに分類している。綾町独自の「自然生態系農業条例」と、「綾シール」は、綾町の有機野菜の証明であり、ブランド化されている。さらに綾町は、有機野菜にとどまらず、「綾町」の地域性そのものをも観光におけるブランドとして訴求している。

3.まとめ

1) 主な活動の成果

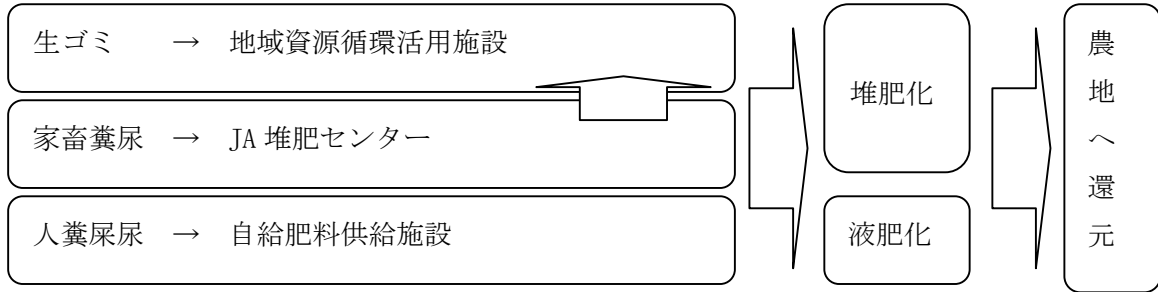
- ・「自給肥料供給施設」では、し尿 250k1 に対し年間 3,765t の液肥が生産され農家に無料で配られている。
- ・「堆肥センター」では、7,145t の家畜糞尿から年間 3,438t の堆肥が生産されている。
- ・「堆肥生産施設」では、町の中心地約 500 戸から 662t の生ゴミを収集し、年間 174t の堆肥が生産されている。
- ・「自然生態系農業条例」を昭和 63 年に制定し、農産物の認証制度にいち早く取り組んだ。平成 12 年で、601 戸の農家のうち自然生態系の登録農家は 405 戸、栽培面積は約 300ha となっている。
- ・「綾」の自然生態系農産物の出荷先として、県内だけでなく福岡、鹿児島、沖縄、大阪、兵庫、京都、長野、東京、横浜、札幌（東京経由）に広がっている。
- ・綾町農産物の直売所兼加工品販売所である「手づくりほんものセンター」は、レジ客だけで年間約 35 万人の購入者がおり、売上げは、ピーク時で 4 億円、現在でも約 3.5 億円となっている。
- ・地産地消運動の高まりから、町内公共施設をはじめ学校給食の食材のほとんどを町内で生産される自然生態系農業で賄っている。

2) 活動のまとめ

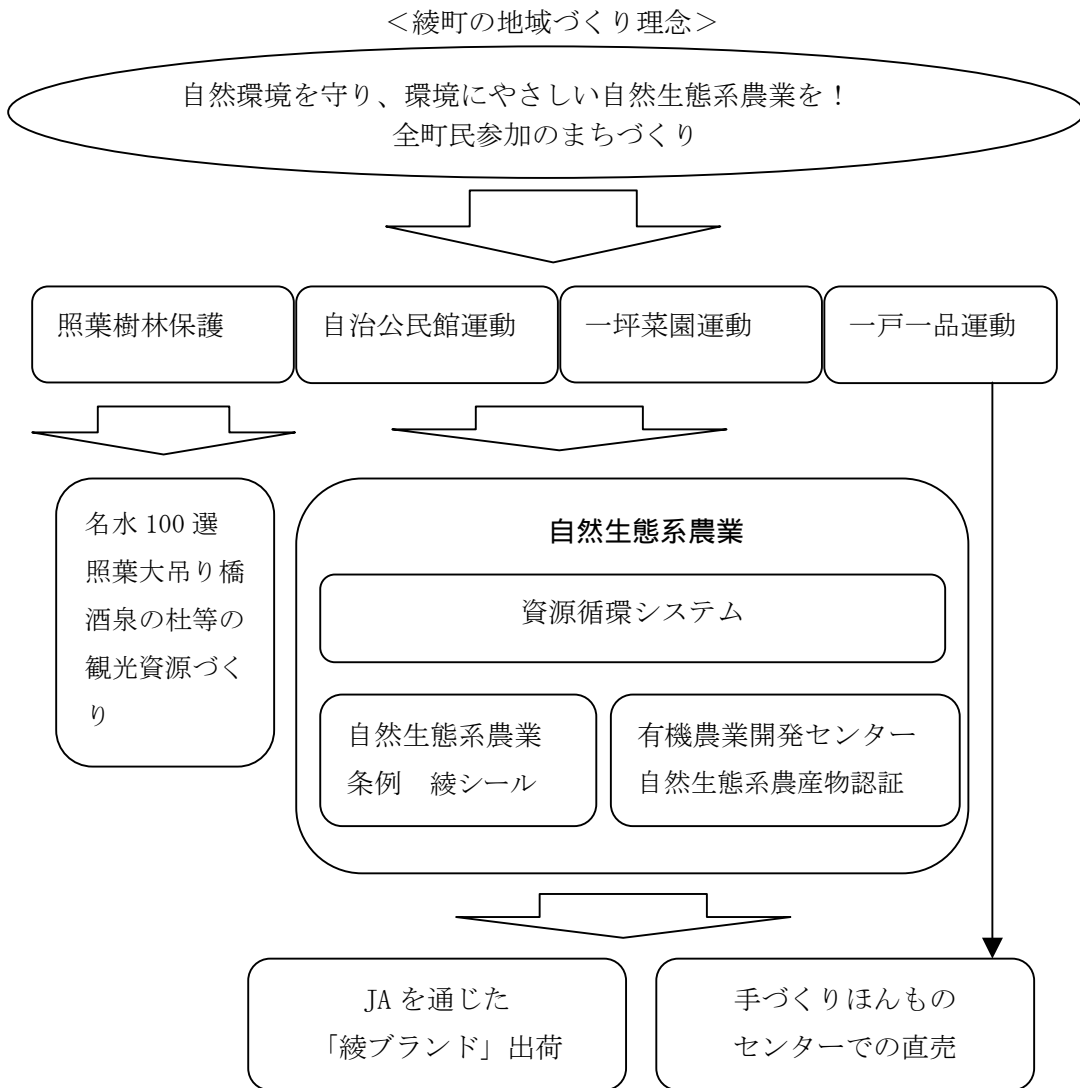
綾町の地域活性化を支えているのは、社会的理念である。これが徹底しているため、地域全体が、総合的な取り組みをしているのである。前町長・郷田氏が、照葉樹林の伐採反対運動を契機に、自然というものに対する思いをもち、人間も自然の一部であると住民に強く説いた。樹木の葉が微生物によって腐り、肥料になってまた樹木をつくるという、自然サイクルの考え方である。その考え方が、今日の有機農業や、地域資源循環システムを生み、また自然環境を大切にする観光という、地域全体の取り組みを支えている。近年、綾町に移住したいという中高年が増え、また木工や陶芸、オーガニックレストランなどが増えているとのことだが、綾町の持つハードもソフトも含めた地域資源が、新しい定住者や、新しいビジネスを生み出していると言えよう。

関係図

□地域内資源循環システム

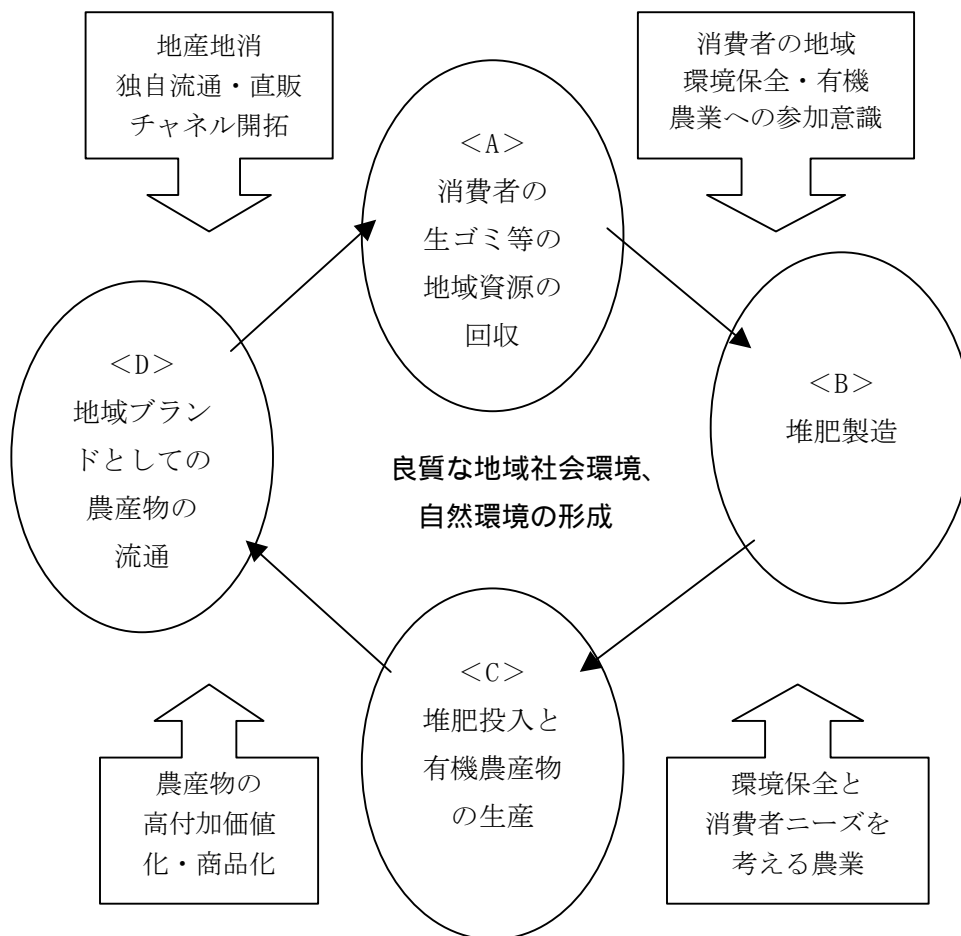


□理念に基づく、自然生態系農業の取り組み



地域内資源循環を基盤とした地域ブランドの確立手法調査のまとめ

地域内資源循環サイクルは、農業と商業、消費を結ぶサイクル



地域内資源循環の取り組みには、市民主体のものと、自治体主導のものが見られる。ゴミ処理問題は、どの地域でも課題となりつつあるが、生ゴミは堆肥化することで、焼却にかかる費用を大幅に削減でき、さらに農地で使用することで再資源化（リサイクル）可能なので、今後、益々注目されると思われる。

伊万里はちがめプランの試算によると、生ゴミの焼却に必要な費用は1tあたり約34,000円となっており、焼却によって化石燃料の消費や、ダイオキシン、二酸化炭素の排出も生じる。生ゴミを堆肥化した場合の費用は1tあたり約8,000円以下であり、1日10tの生ゴミを堆肥化すると、年間約1億円の経費削減が可能だとしている。さらに環境汚染は抑制され、堆肥によって安全な農作物の生産が可能であるとしている。

しかし、製造された堆肥は農地で使用されることが必要で、有機質の土壌づくり、有機野菜の生産、さらに流通・販売まで一体として取り組む必要がある。綾町は、その循環サイクルがほぼ完成された優れた取り組みといえる。

綾町の生ゴミは、回収されないものも各家庭でコンポスト化、農家は自家農地で堆肥化されて

おり、生ゴミはほぼ全てがリサイクルされている。その他、家畜糞尿も堆肥化、人糞尿は液肥化されている。綾町は全町上げて「自然生態系農業」に取り組んでおり、製造された堆肥はほとんど、町内の有機栽培農地で使用されている。地域内資源循環システム確立のためにはそのベースとなる環境保全型農業の推進と表裏一体であることのモデルケースといえる。

有機農産物は、独自の、もしくは公的な認証基準の制定により地域ブランド化につながり、地域全体の知名度アップにもなる。綾町では「綾ブランド」として出荷されたり、直売所で販売され、多くの消費者に喜ばれている。綾町では、自然と共にある環境、地域づくりを理念に掲げ、その一環として資源循環や自然生態系農業に取り組んできた。地域づくりの理念こそが、地域住民、農家を賛同させ、地域全体での取り組みを実現している。

長井市「レインボープラン」の取り組みは、市民主体のまちづくりとして自治体が組織した委員会から、ゴミ問題について市民が自ら考え、生ゴミ回収の取り組み事業を推進させた。生ゴミを堆肥化する施設、生ゴミ回収は市事業である。第1段階としては、市民の合意形成を重ね、生ゴミ回収とすぐれた堆肥化施設の運用によりリサイクルの面で大きな成果をあげた。第2段階は、堆肥を使用した有機野菜の生産のため市民がNPOを立ち上げて、自ら有機野菜を作る市民農場を運営することとしている。有機野菜の直売所もNPOとして立ち上げ、運営を始めている。市民の中には、個人が主体となってまちづくりを考え、活動する場を持つ人も出てきた。長井市は、行政主導でありながら、市民が主体となって地域社会のあり方を考え、資源循環を実践してきたものである。

伊万里市の取り組みは、第3次産業の事業者が中心となって、ゴミ問題に取り組み、NPOを立ち上げ、生ゴミ回収から堆肥製造・堆肥の販売までを事業化している。堆肥の品質向上につながる研究面での佐賀大学などとの連携や地域通貨の発行など、事業は複合的な活動になっている。取り組みの目的が「第3次産業中心の地域が出すゴミの資源化」にあり、その点では成功をおさめていると言えるが、実験的な域を出ない取り組みであり、今後の動向には注目していく必要があるだろう。

地域内において資源循環を行いながら、有機農産物という地域ブランドづくりを行っていくには、幾つかの課題も見えてきた。

生ゴミを回収、堆肥製造する工程には、各家庭のゴミ対策意識の向上と共に、堆肥製造のプラント技術が大きく関わってくる。発酵に必要な“種菌”も含めて堆肥化までの時間と堆肥化の量、そして堆肥の質には様々な種類がある。今後はその研究がますます必要となるであろう。

製造された堆肥は、農地に還元し、有機農産物として再生産されることが望ましいが、生産農家がどれだけ堆肥を使用し、どのように有機農産物を生産するか、認証をどのように行うかは、また別の取り組みが必要となってくる。安全な食品を求める消費者ニーズに応えられる有機農産物は、今後、需要の伸びが予測されている。地域内の資源循環を基盤とする有機農産物、及び有機農産物加工品の地域ブランド化に向けた取り組みには、今後、大いに期待したい。

3) 企業等との連携による地域農業の活性化手法調査のまとめ

岩手県一関市「食のむら」の事例のまとめ

1. 地域の取り組み内容

「食のむら」構想は、岩手県一関市内の日本酒製造販売業者、ハム・ソーセージ製造販売業者、菓子製造販売業者など異業種 5 社が一関地域の「食」をキーワードとした生産・加工・販売・技術者養成のできる施設をつくり、食を核とした小さな経済循環の可能なエリアを展開しようというものである。きっかけは、1994（平成 6）年からスタートした地ビールづくりである。「いわて蔵ビール」は地元農家がビール麦を栽培、JA が製麦、世嬉の一酒造がビールの醸造を担当し、地域にこだわって展開している。また、市町村合併以前の旧一関の食文化といえば、「餅」である。正月や節句はもちろん、祝儀、不祝儀の時にふるまわれる餅の本膳料理は、この地方特有のものである。「食のむら」推進委員会では、今後は餅文化にも力を入れ、本格的に一関の食文化の掘り起こしを推進することとしている。

2. 事業・活動推進に当たっての各種地域活性化手法について

1) 地域の取り組み体制の確立手法

一関の地ビール「いわて蔵ビール」誕生のきっかけは、1994 年、市内の菓子メーカー・松栄堂の副社長（現社長）からの「県の農林関係の補助金で地ビールをやってみないか」という提案であった。実際に、この事業に取り組んだのは、「食」という共通項をもった日本酒醸造販売の世嬉の一酒造、養豚とハム・ソーセージ製造の一関ミート、菓子製造販売の松栄堂、餅製造販売の百味本舗、酒類小売業のニューよこやの異業種 5 社であり、事業実施主体については、検討の結果、協同組合方式をとることにした。これが後の「食のむら」推進委員会の核になっている。協同組合によって作られる「いわて蔵ビール」は、地元産麦芽にこだわり、地元農家がビール麦を栽培、JA が製麦、世嬉の一酒造がビールの醸造を担当している。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

ビール事業を展開している「協同組合 食のむら（『いわて蔵ビール』から 2002 年に名称変更）」はメンバーの 5 企業がそれぞれに人材確保・育成に取り組んでおり、例えば一関ミートの次男・石川貴浩氏は大学で農業を学んだ後にドイツに留学している。ドイツの食肉加工職人マイスターの称号（資格）を習得し、現在、本場で学んだ製法と技術で無添加のハム・ソーセージづくりに励んでいる。

一方、「食のむら」推進委員会の会員は現在、約 40 名である。スタート時の 5 企業だけでなく、地元の種子販売業者、市会議員、福祉関係者も参加している。さらに、HP やチラシなどで全国的に開村者としての参加を募っている。将来的には、後継者・技術者の育成まで活動を広げていきたい考えもあり、統合になる一関農業高校の施設を活用した食の専門研究機関設立の働きかけを行っている。

3) 関係者の合意形成手法

1999年、県や市、商工会議所、JAなども参加して「食のむら」推進委員会が組織された。「22世紀の子どもたちへ」と題された委員会の7つの目標は「良い食」「良い企業」「後継者・技術者育成」「いきがい創造」「伝統文化の継承」「環境にやさしい」「二十二世紀のふるさとづくり」である。また、ヨーロッパに根付いている食と技を学び、岩手で生かそうと、平成14年には、ドイツ、チェコ、オーストリアに視察研修を実施。食の先進地ドイツのマイスター制度に基づく職人養成学校や食肉加工施設、ビール工場などを視察し、関係者の合意形成を図っている。

4) 資金調達手法

地ビール事業への投資額は1億8,000万円となっている。内訳は醸造機械などの購入に7,300万円、蔵を醸造室に改造する費用が5,000万円、原材料や製品のための倉庫新築に3,000万円、コンサル料その他に2,200万円である。投資額の3分の1に当たる6,000万円については、地場の農産物の原料化による消費拡大を目指す「先端技術支援事業」の補助金を活用している。

「食のむら」推進委員会の活動費は会費（年10,000円）、イベント開催などで捻出している。パンフレット作成などは県の支援を受けている。

5) 農産物の生産・加工・技術開発手法

県農林部とJAの職員が試行錯誤のすえ、98年にイネの催芽機やシイタケの乾燥機を組み合わせた手づくりの麦芽製造機を考案し、麦芽製造のランニングコストを安く押さえることに成功した。ただし、麦芽の価格は輸入ものの3倍以上になってしまうため、大量には使えないのが現状であり、現在、岩手県一関地方振興局の協力を得て、新たに地元での麦芽づくりに取り組んでいる。麦芽の生産量は年間数十kg単位と量的には未だ少なく、これからの取り組みである。

6) 販売・告知・PR・消費促進手法

いわて蔵ビールは、東銀座にある岩手県のアンテナショップ「銀河プラザ」をはじめ両国のビアレストラン、「デパ地下」など東京にも進出している。いわて蔵ビールと一関ミートのハム・ソーセージのセット商品も誕生している。食研究家の永山久夫氏をリーダーとして「日本もち文化研究会」を立ち上げ、地域の餅文化の調査もしている。また蔵元レストラン「せきのいち」ではデモンストレーションも兼ねて、毎日、餅つき唄に合わせて餅をつき、つくたての餅を料理に使用している。今年、「食のむら」としてスローフードジャパンにも加入した。その他「全国地ビールフェスティバル」ほか、「もちリンピック」などを開催し郷土の食文化である「餅」による地域活性化を進めている。

7) 地域ブランド化手法

いわて蔵ビールは1998年、ベルギー「モンド・セレクション（国際品質選考会）」に出品した2種が日本で初めて金賞を受賞した。品質の高さは折り紙つきだが、いわて蔵ビールも

一関ミートのハム・ソーセージも、地域に見合った等身大のブランドをめざしているということである。そのことが結果的に商品の特色となり地域ブランド化につながる手法だといえる。

3. まとめ

1) 主な活動の成果

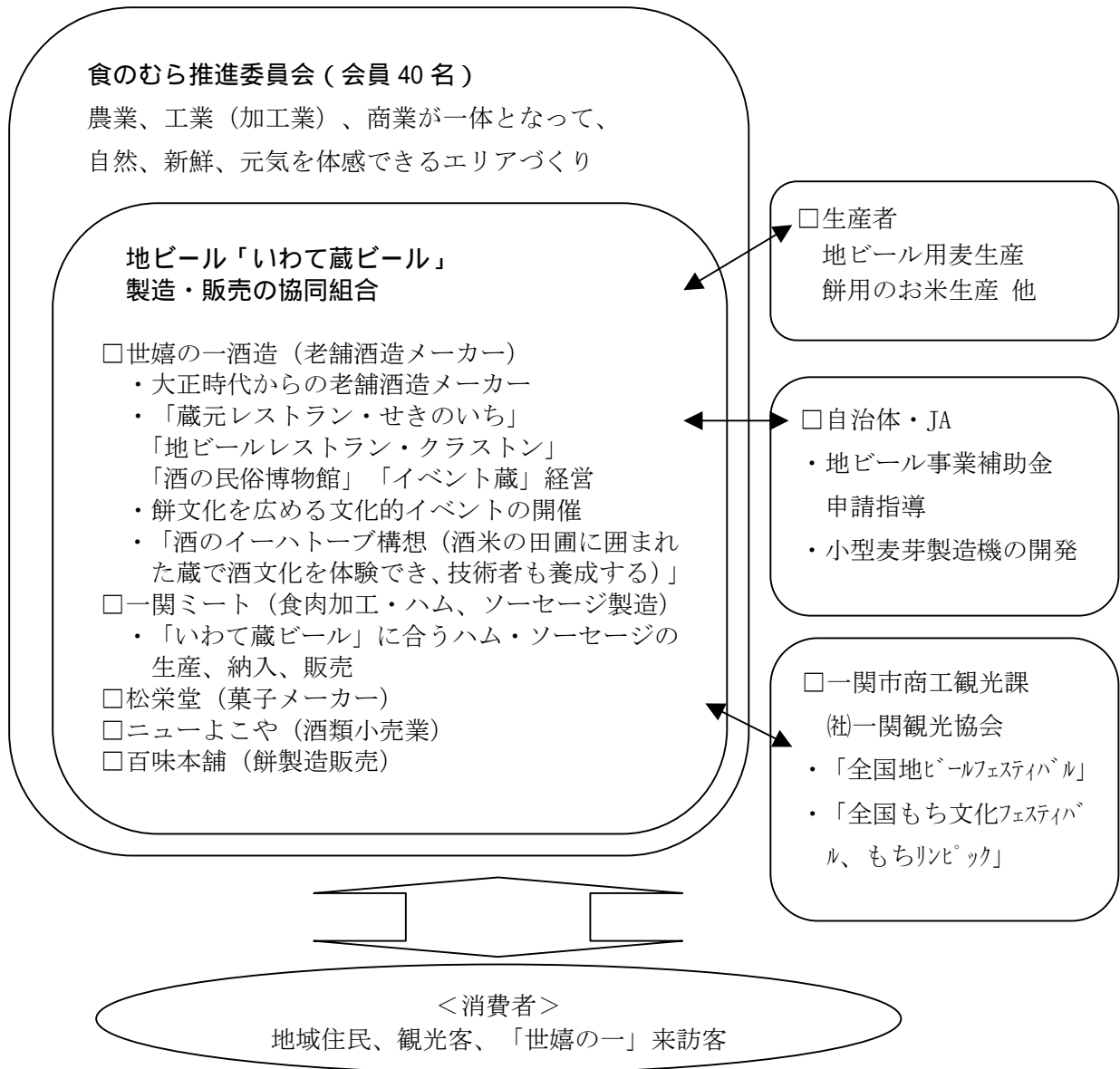
- ・地元の麦芽から作られた「いわて蔵ビール」や一関ミートのソーセージ等が味わえるビアレストラン「クラストン」や一関地方の郷土料理にこだわる蔵元レストラン「せきのいち」を展開
- ・スタート時の地元の5企業だけでなく「食のむら」推進委員会として地元の種子販売業者、市会議員、福祉関係者も参加した取り組みに発展
- ・1998年、ベルギー「モンド・セレクション（国際品質選考会）」に出品した「いわて蔵ビール」2種が日本で初めて金賞と銀賞を受賞
- ・昨年秋には、竹中平蔵大臣が「食のむら」応援のために世嬉の一酒造を訪れ、イベント蔵で講演したり、食研究家の永山久夫氏をリーダーとして「日本もち文化研究会」を立ち上げ、地域の餅文化の調査も実施した。

2) 活動のまとめ

「食のむら」の当初からのメンバーは古くから続く地元企業である。世嬉の一酒造も一関ミートも代々受け継がれてきた家業を次世代につなげ、また地元の発展に貢献したいという強い意気込みが感じられた。地元に着目した伝統的な企業が中心となり、“22世紀の子供たち”のために地元農家やJA、自治体、一般市民に広がった「食のむら」の取り組みは、単に地ビールレストランを運営するというのではなく、失われつつある地域の食文化としての「餅」を創作料理や各種のイベントという形で復活させるという取り組みにもつながっている。

地ビール事業は、多数の事業者の参入により品質の高さだけでは差別化が難しい状況に陥っているが、「いわて蔵ビール」は原材料の麦芽や一緒に食されるつまみを含めて“一関”という地域や文化にしっかりと根差しているという点が、地域ブランド商品として今後も地元はもちろんのこと地元以外の人にも愛されつづけることと思われる。

関係図



香川県内海町^{うちのみちょう}「(株)ヤマヒサ」の事例のまとめ

1. 地域の取り組み内容

内海町(うちのみちょう)では、オリーブを核として「農業・食品産業・観光業の活性化」を図るため町内でオリーブ栽培を奨励しているが、過疎化や担い手の高齢化による農業者の減少が著しく、農業サイドでの栽培者確保は難しい状況となっていた。オリーブの振興推進団体である「内海町オリーブの里づくり協会」では、町民個々だけではなく、自治会、グループ、企業等で栽培者の確保ができないか検討を重ねていたが、平成15年に「構造改革特別区域法」が施行され、会社法人の貸し付け農地での営農が認められることになった。これにより、内海町が目指す「オリーブによるまちづくり」の振興策に、企業が参加できる道が開けた。こうして、小豆島の貴重な地域資源であるオリーブを、内海町の施策に賛同する地元の醤油製造業者「(株)ヤマヒサ」が、町内の遊休農地を使って栽培するという取り組みが始まった。

2. 事業・活動推進に当たっての各種地域活性化手法について

1) 地域の取り組み体制の確立手法

「オリーブ振興特区」は、4年前、「(株)ヤマヒサ」が手を上げた。現在は醤油メーカー4社が「オリーブ振興特区」を取得している。特区に関しては、町として特別な補助をしているわけではなく、企業の農業参入を促進するという考え方である。

地元の農家との連携に関しては、オリーブ栽培を始めた頃、内海町内の幾つかの農家と、「瀬戸内オリーブ研究会」としてイタリア、スペインを視察したりもしたが、オリーブ栽培については、JAや地元農家、特に高齢農家の方に消極的な反応がある。それは、高齢農家には、以前、貿易自由化になった時に海外から安いオリーブが入ってきて小豆島のオリーブが打撃を受けた時の記憶が残っているからである。「ヤマヒサ」としては、まずは、自身で取り組み、その成功体験を基に徐々に協力農家を増やして行きたいと考えている。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

この事業は、醤油製造業を営む「(株)ヤマヒサ」の植松勝太郎社長個人によるところが大きい。勝太郎氏は昭和40年当時から、既にオリーブについて学び始めていた。勝太郎氏は、農薬を使っていないオリーブの生産や加工、販売も行いたいと考えていた。当初は、勝太郎氏が個人的に取り組んできた事業だったが、特区となることで法人としての取り組みに変わった。現在は、「ヤマヒサ」の後継者である勝久氏が醤油やオリーブの事業を継承しており、他にも古い醤油メーカー等で事業継承者が出てきている。

3) 関係者の合意形成手法

特区となったことで、農地確保に関しては町から地権者に話をしてもらい、借りることができるようになった。その際は、まず農業委員会で地権者に働きかけ、その後、役場の職員に頼んだ。農地のとりまとめは、地権者との合意形成が難しいので、時にはトップダウン的

に、上から半ば強引にやる必要もある。

4) 資金調達手法

オリーブ振興特区企業は全て企業自身が資金調達している。オリーブの栽培は、経済収穫まで10年かかる。収益確保までは投資だけになり、また搾油工場ができるまでは搾油を委託することになり、利益も少ない。資金は本体の経営で支え、取り組んでいるのが現状である。

5) 農産物の生産・加工・技術開発手法

「ヤマヒサ」では化学肥料、農薬は使用していない。目で害虫を見つけて、一つ一つ手で駆除している。オリーブは年に2回、剪定するが、実を収穫する木も、剪定した葉はお茶にしている。小豆島産オリーブは、「東洋オリーブ」という島内企業の搾油工場で搾油されている。道の駅には搾油機が備え付けられており、観光客や個人農家に貸し出されている。

一方、オリーブは植えてから10年間は実が収穫できないので、4年前に葉をお茶にできないかと考え、取り組みを始めた。現在は、ペットボトルやティーパックなども商品化している。平成16年時点で「柗ヤマヒサ」のオリーブ栽培面積は、18,557㎡である。

6) 販売・告知・PR・消費促進手法

今後の販売チャンネルに関しては「消費者と直接つながりたい」という思いを実践するため、また、良いものだとことを理解していただくためにも、直販ルートを増やす方針である。各種情報媒体も活用する方針でありインターネットなども工夫したいとの考えである。

「オリーブ振興特区」ということでPR効果があり、月に2~3回は、テレビや新聞、雑誌が取材に来ており、PR効果は高い。自治体としては、農業者を育てるための施策、販路拡大の支援をしていきたいとしている。

道の駅にも指定されているオリーブ公園は、観光客にオリーブを知っていただくよう作ったものであり、苗木のプレゼントも行っている。5月、オリーブの花の咲く頃は、オリーブフェアの開催、10月には収穫体験を行っている。温泉施設もあって、道の駅では、「マイオリーブオイル」体験ができるようにしており滞在型観光を狙っている。「全国ハーブサミット」や絵手紙コンテスト、写真コンテスト、クラフト体験など様々なイベントも行っている。

7) 地域ブランド化手法

内海町では、限定品でナンバーを打たないといけなくらい、良いものを出していきたいと考えている。さらに“小豆島=オリーブ”というイメージを大切に、オリーブ100周年の2008年までには生産量も増やし、「香川県は讃岐うどんからオリーブオイルへ」をキャッチフレーズに、2006年から企画を立ち上げ、全国発信していきたいとの思いがある。また、日本人の食用に相応しい品種を選んで作付けすることも重要と考えており、現在、オーストラリアから15~16品種を輸入している。

「ヤマヒサ」では、オリーブ茶のパッケージに高知の女性デザイナーを起用した。かわいいイラストの女性らしいパッケージにすることで、女性をターゲットに付加価値をつけて販売している。

3.まとめ

1) 主な活動の成果

- ・オリーブ振興特区企業によるオリーブ栽培の拡大
ー平成16年時点で「榎ヤマヒサ」は、18,557 m²を栽培
- ・内海町では、観光面においてもオリーブ増殖による景観形成や環境美化により、「オリーブの島」として観光客にもPRでき、収穫、採油等の体験学習を取り入れたグリーン・ツーリズムの導入等、滞在型観光の推進も図れるので、総合的な経済効果として、平成20年には農業で約1億円、加工業で約2億円、観光業で約1億円を見込んでいる。
- ・ペットボトルやティーパックによる「オリーブ茶」の商品を開発
- ・内海町における遊休農地の有効活用

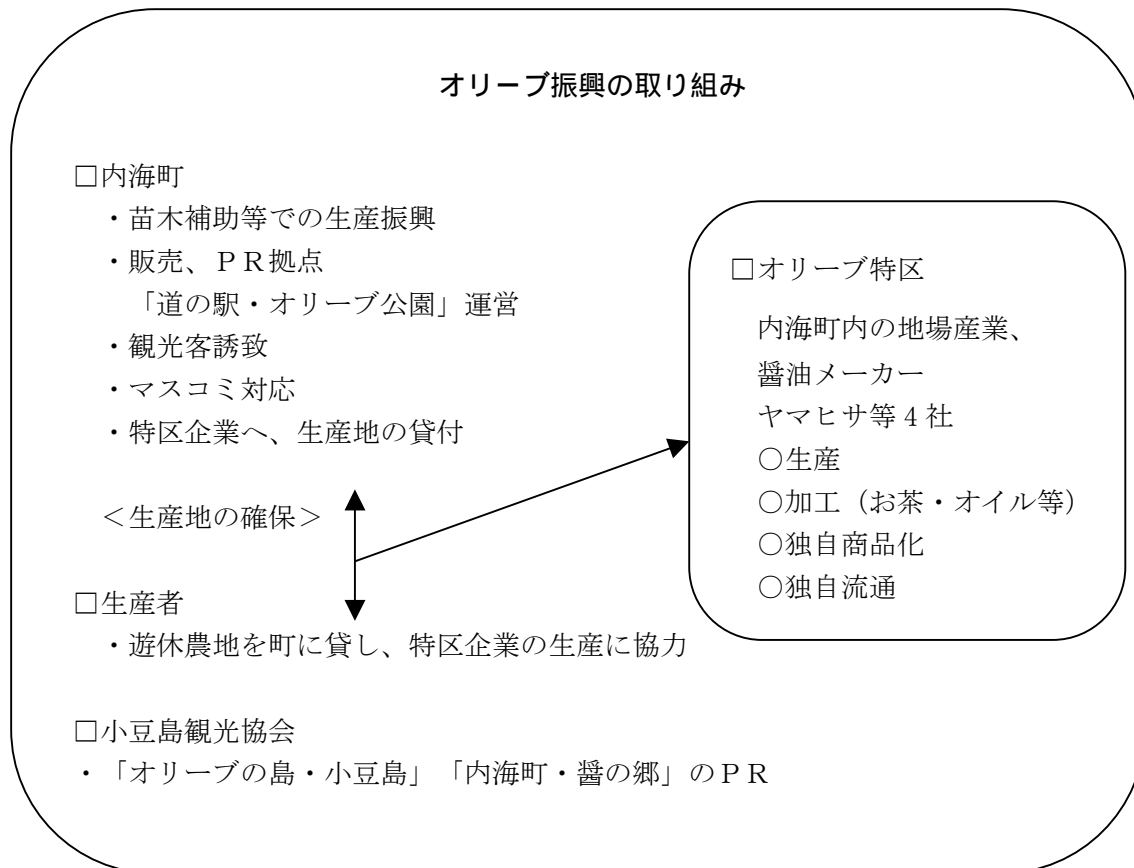
2) 活動のまとめ

明治41年から始まるオリーブ栽培の歴史、オリーブ栽培に適した気候であることは、日本には小豆島しかない固有の地域資源である。オリーブ栽培の担い手が減少する中でも、地元の歴史ある醤油メーカーは、独自の顧客や販売ルートを持ち、昔ながらの手作り製法で良質な製品を作り続け、地域に根ざした健全経営を行っている。また内海町は、オリーブを振興させるため、観光PR、「道の駅・オリーブ公園」の整備、苗木補助、「オリーブ振興特区」の申請や土地のとりまとめを担当している。

食品加工企業である榎ヤマヒサは、オリーブ事業で収益性を高めるビジネスの知恵を持っている。オリーブ茶の事業化はその一つである。コスト管理も、オリーブ収穫時の人員に醤油工場の社員をあてたり、アルバイトスタッフによってお茶の収穫、加工を行うなど、生産・加工・販売までを巧みな経費管理で行っている。

自治体や地元と連携しながら地域資源を活かし、地域活性化の切り札ともいえるオリーブ栽培に取り組んでいる特区企業ヤマヒサは、良質な製品にこそ消費者はついてくるという確固とした企業ポリシーや良質な製品を作り続けることに特化した商品戦略でこれからも内海町のオリーブ栽培を支えていくものと思われる。

関係図



大分県宇佐市^{あじむまち}安心院町「松本集落イモリ谷」の事例のまとめ

1. 地域の取り組み内容

松本集落“イモリ谷”地域は、行政の作物転換指導により水稲中心の農業から、大豆中心の農業へと作物転換を図り、地味の豊かさ、自然環境の豊かさを基盤とした「安全・安心」な農作物の生産地として、小規模ながら付加価値の高い大豆や野菜、果実を生産してきた地区である。このような良質な農産物のうち大豆に県内の有力食品加工メーカーが着目し、当該地区の営農組合に連携アプローチを行い、当該地区産大豆のみを使用した豆腐や豆乳、さらに野菜などを揃えたアンテナショップを大分市内の高級住宅地にオープンさせた。豆腐は1丁400円という価格設定にも関わらず、完売状態が続いている。県内の有力食品メーカーによって「松本集落“イモリ谷”」の豆腐は、特定産地の大豆だけを使用した差別化商品としてブランドが確立され、食品加工メーカーと生産者双方にとって大きなメリットのある連携となった。現在では大分市内のアンテナショップや道の駅などでも販売され“イモリ谷”ブランドの人気総菜として近隣はもちろん、福岡や北九州などの“なじみ客”も出来るほど人気商品として定着しつつある。

2. 事業・活動推進に当たっての各種地域活性化手法について

1) 地域の取り組み体制の確立手法

大豆への集団転作をキッカケに松本集落“イモリ谷”では、話し合いの輪が広がり、その結果、平成12年に安心院町ではいちばん早く「営農組合」を設立、大豆の集団転作を主体とした集団営農に取り組んだ。そのことが県内の食品加工メーカーとの連携につながった。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

現在、営農組合を設立し大豆への集団転作を図った松本集落“イモリ谷”では、Uターン就農者が確保されている。さらに、Iターンによる新規就農者も着実に育ちつつある。安心院町では過疎化防止と農業後継者育成のために、新規就農者に対し、月額15万円の生活費を1年間支給するという支援も実施している。しかも就農地に5年間留まれば返済の義務はないため、予想以上の効果を上げ、現在は自己資金1,000万円以上保有等の条件が加えられている。

3) 関係者の合意形成手法

大豆への集団転作を推し進めた営農組合の目的は、生産性の高い農業経営で組合員の利益増進を図ることであった。そのために、土地利用計画、作物の作付けと栽培の協定などが議案として討議され合意が形成された。

集落としてのグリーン・ツーリズムへの取り組みや商業と連携した新しい農業振興事業への取り組み、さらに様々なイベントによる集落の新しい付加価値の創造は町外からの新規就農者や移住者の増加という波及効果も生んだ。さらにこうした集落全体での取り組みが農林水産祭むらづくり部門における「天皇杯」の受賞へとつながっていったといえる。

また豆腐加工業者と生産者との合意形成も重要なポイントである。豆腐加工業者「豆の力屋」は、何度も現地に足を運んで大豆生産者の農家の方々との勉強会や試食会などを行った。こうした努力が、生産者の意欲向上や信頼関係の構築につながった。

4) 資金調達手法

営農組合設立以前は転作未達集落であった松本集落“イモリ谷”において、大きく転作が進んだ理由としては、以下の点が上げられる。

- ①米の転作奨励金により米を上回る収入があった。（国の転作奨励金+町の団地化補助金）
- ②中山間地域等直接支払交付金（資産額 600 万円）を地域づくりに活用できた。
- ③転作大豆を栽培する農機機械の共同購入や組合を通じた受託作業を推進した。
- ④交付金と助成金で集落の拠点となる営農センターの建設が可能となった。

また、転作大豆の加工・販売に関しては大分の豆腐加工業者が担当した。

5) 農産物の生産・加工・技術開発手法

大豆づくりは、栽培を始めた 1999 年に設立した松本営農組合を中心に、イモリ谷全体で取り組んでいる。イモリ谷を 2 ブロックに分け、毎年交代で大豆を栽培する、ブロックローテーション方式により行われている。現在 35 戸の農家が 27ha の面積で大豆の栽培に取り組んでいる。

“イモリ谷”では独自で特産大豆を使った加工商品の開発にも取り組んでいる。平成 16 年に整備された加工所兼販売所の「大きな豆の木」もその一つであり、パン、漬け物、お総菜、まんじゅう、こんにやくに続くイモリ谷第 6 番目の加工施設としてつくられた。

6) 販売・告知・PR・消費促進手法

大分市内の高級住宅地にある「豆の力屋」の屋号を冠されたショップは、まさにまるごと“イモリ谷”産品で埋まっている。1 丁 400 円という価格にもかかわらず常に完売が続く豆腐、地の野菜や果物、さらに集落にあるパン工房で焼かれた手作りのパン、移住してきた陶芸家の作品など“イモリ谷”の食と文化の発信基地として、そして企業にとってはユーザーニーズのトレンドを掴むアンテナショップとして機能している。

7) 地域ブランド化手法

イモリ谷で栽培される大豆の品種「ムラユタカ」の特長や加工方法の独自の工夫を訴求し他の製品との差別化を図った。またアンテナショップでは、イモリ谷産の農産物や農産物加工品の品質の高さを訴求するために、野菜や米、農家の女性達の手作り漬け物など「松本地区まるごと」を販売した。さらに地場の酒造メーカーが酒造りを提案し“純米酒イモリ谷”が作られ生産者、酒造メーカー、商事会社、企画会社の 4 者プロジェクトとして「純米酒イモリ谷商品化プロジェクト」を立ち上げるに至った。また、同様に“イモリ谷ブランド”の人気の地元ワインメーカーも注目し、平成 16 年度には集落で収穫されたブドウだけを原料としたワインの共同開発も行われている。

3.まとめ

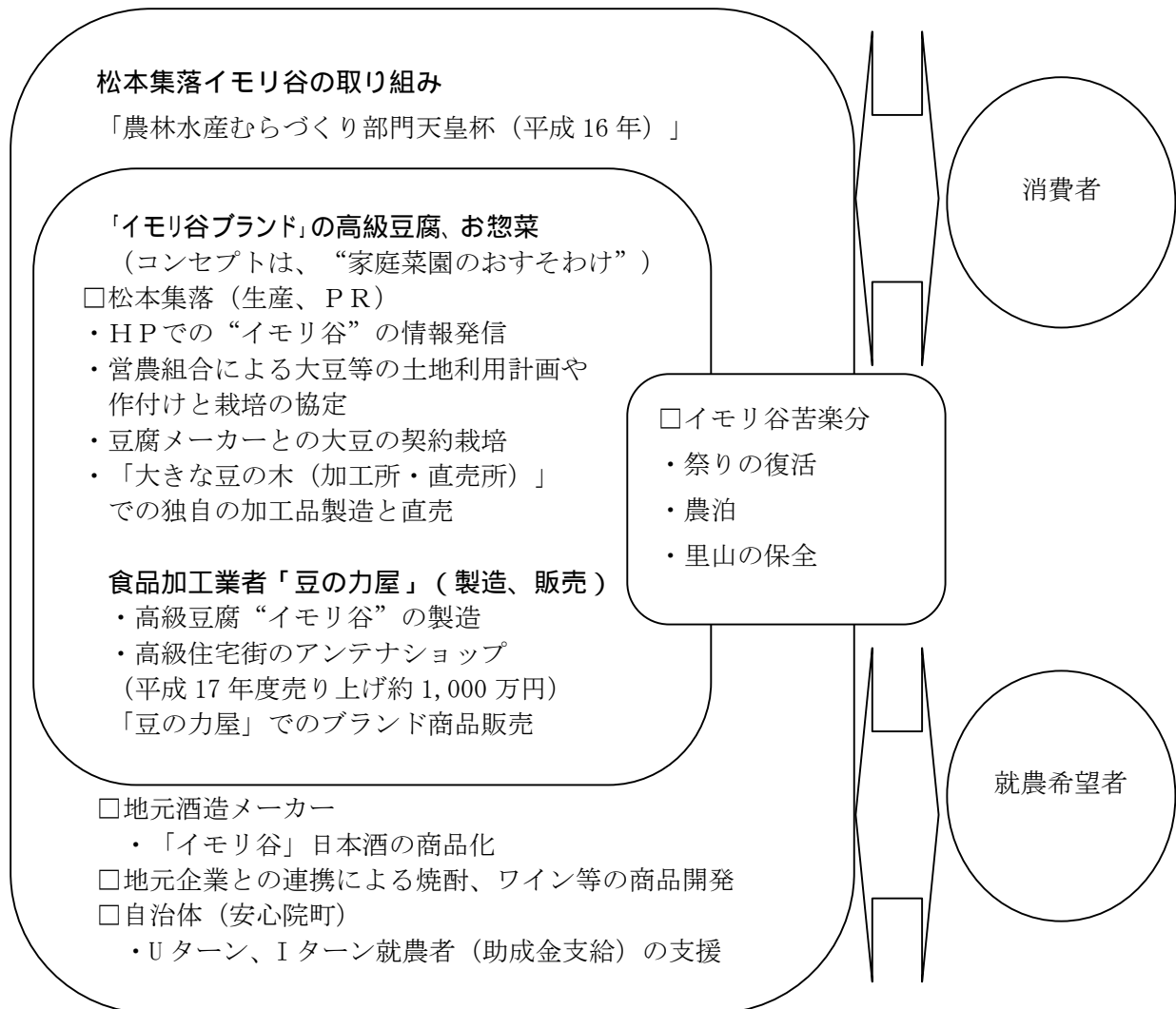
1) 主な活動の成果

- ・1999年設立の松本営農組合を中心としたイモリ谷全体での大豆づくり
 - －転作達成率 H12 : 178%、H13 : 129%、H14 : 126%、H15 : 126%、H16 : 125%
 - －栽培農家数 35 戸、栽培面積 27ha
- ・「豆の力屋」との連携による大豆「ムラユタカ」加工食品（豆腐）の開発
- ・アンテナショップ「豆の力屋」におけるイモリ谷ブランド農産物及び農産物加工品の販売
 - －H15.7～H16.6の総売上高約 1,000 万円
- ・I ターンなど町外からの新規就農者や移住者の増加
- ・平成 16 年、農林水産祭むらづくり部門における天皇杯の受賞
- ・“純米酒イモリ谷” “イモリ谷ワイン” 等の新たなイモリ谷ブランド農産物加工品の開発

2) 活動のまとめ

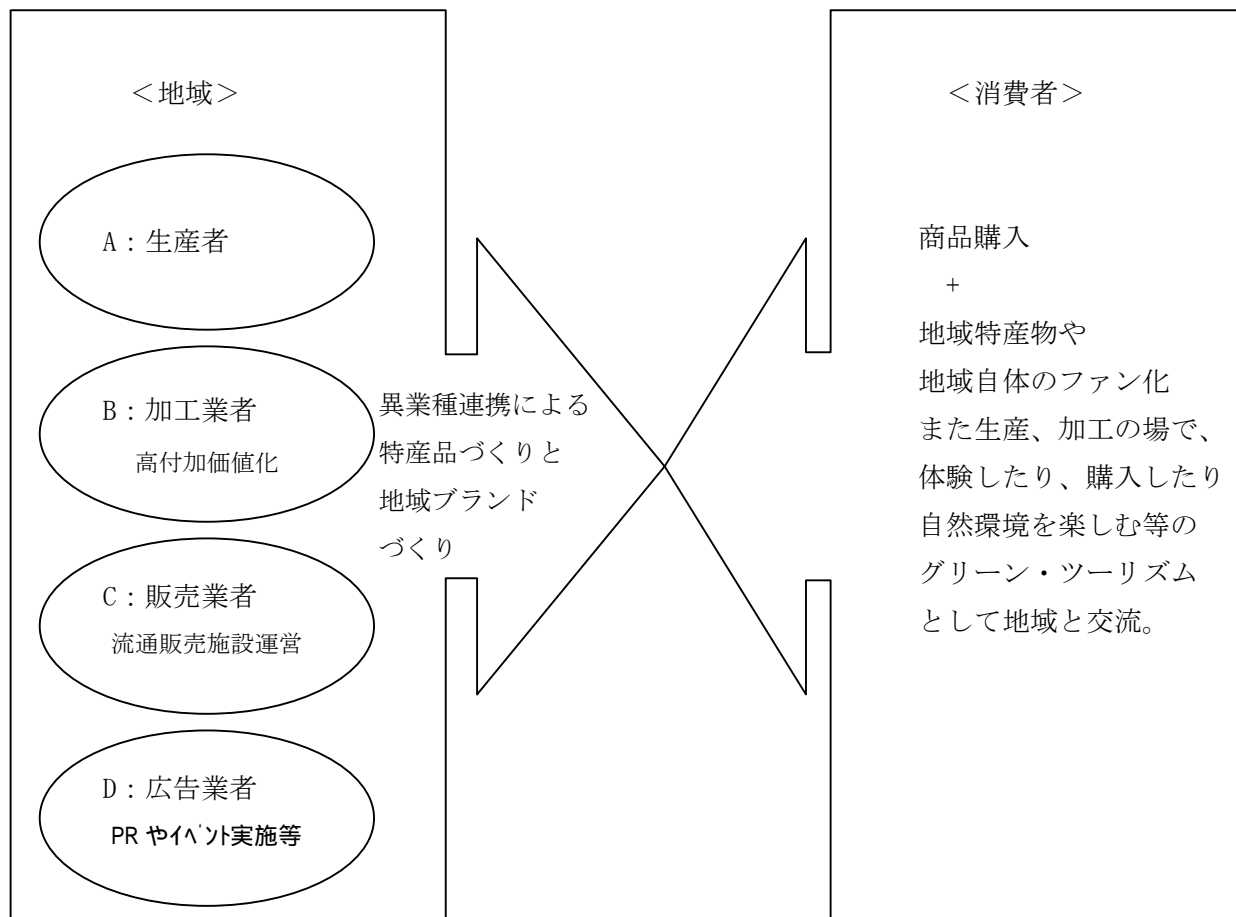
生産量としては、決して多くはないが良質な農産物を生産している地域の農業振興策として松本集落“イモリ谷”の取り組みは大変参考になると思われる。一つには、「営農組合」のいち早い設立による集落営農への取り組みである。これにより生産性の高い農業経営で組合員の利益増進を図る道筋がつけられたといえる。二つ目には集落発のホームページを開発するなど地域情報の発信にもいち早く取り組んだ点である。小産地における地域ブランドの形成においてトレーサビリティ情報は、不可欠のものだったといえる。三つ目には飛躍の転機となった大分の豆腐メーカー「豆の力屋」との連携である。小産地が地域ブランドとしての確立を図るためにはやはり 2 次産業、3 次産業と連携した高次化・付加価値化への取り組みが重要であることはいままでもない。高品質な“イモリ谷産”の大豆を“イモリ谷ブランド”として大豆へ飛躍させられるノウハウを持ったビジネスパートナーの存在はいわゆる WIN-WIN の関係だといえる。集落内で独自に高次化へ取り組んでいただけではなかなか地域ブランドの確立までには至らなかったであろう。いまでは、大分市内のアンテナショップ「豆の力屋」を通じて、“イモリ谷”の農産物商品は確固とした地域ブランドを築き上げている。さらに高知、広島、京都、大阪、名古屋、横浜、東京など全国の豆腐屋がイモリ谷の大豆から始まる大分の大豆を使うまでになっているとのことだが、しっかりとした 1 次産業という基盤の上に 2 次産業や 3 次産業を積み上げていくことで、更なる飛躍が期待される。

関係図



企業等との連携による地域農業の活性化手法調査のまとめ

企業等との連携による高次化・地域ブランド化が、消費者を呼び込む



農産物の加工あるいは流通・販売を担うことができる、2次・3次産業の企業との連携は、「生産」「加工」「流通・販売」「PR」というサイクルに“付加価値を高める”という効果をもたらしている。なんと言っても地域の農産物が商品化され、販売され、消費者に受け入れられることによって、1次産業自体が収益面も含めて活性化されるという効果は、特に農村地域にとっては大きい。

一関市では、世嬉の一酒造という地元酒造メーカーが地元企業同士で連携し合って協同組合を設立し、地ビールづくりと地ビールレストランの運営に取り組んでいる。地ビールという地域特産品を地元企業が先導して開発し、農家と栽培契約を結ぶことによって、地元でのビール用麦の生産にもつながっている。県農林部とJAは、ビール用麦を麦芽化する製造機の開発という形でも連携した。地ビール事業から始まった取り組みは、「食のむら」構想という、「食」をキーワードとした施設（生産・加工・販売・養成等）が自然や農村景観に融合したエリアを農業・商業・工業が一体となつてつくることを目指す取り組みに発展している。当初、地元の5つの企業から始まった取り組みは、農家、自治体、JA、関連企業、一般消費者も参画する「食のむら」ネット

ワークとなっている。

内海町では、地元醤油メーカー・ヤマヒサが、構造改革特区によって、オリーブの生産・加工・販売までを担っている。企業が農産物の生産まで行くと、生産から販売までの一連を事業として行うため、コストに見合う生産の方法を考え、工夫することになる。内海町の場合、ヤマヒサの既存事業である醤油製造のスタッフが、オリーブの収穫も兼務することで、オリーブ栽培の人件費削減が図られた。さらに、廃棄されていたオリーブの葉をオリーブ茶という加工品にし、より収益性の高い地域特産物を生み出した。企業ならではの発想を活かして、特産物づくりが行われたのである。地域ブランド化に向けた取り組みは今後の課題となるが、それによって地元のオリーブ生産の拡大とオリーブによる地域振興が期待されている。

安心院町松本集落イモリ谷地区では、早くから大豆の集落営農に取り組み、高品質な大豆を安定的に供給できる体制を整えたことに県内の食品加工販売業者である「豆の力屋」が着目し、1次産業と2次3次産業との連携によって、“イモリ谷”ブランドを確立させた。地元の農産物を使った付加価値の高い特産品づくりとその特産品の地域ブランド化が、地域の1次産業を活性化し、それによって新規就農者の増加にもつながった。現在、“イモリ谷”ブランドは、大豆加工品だけでなく純米酒やワインといった商品にも拡がろうとしている。

企業との連携における地域農業の活性化の取り組みは、地域振興をさらなる展開へ導いている。その一つが、消費者と生産者の交流を促進させるグリーン・ツーリズムへの発展である。小豆島という観光地にある内海町はもとより、それまでこれといった観光資源や観光産業を持たなかった一関や松本集落イモリ谷においても地域の特産品を用いたレストランや直売所、農泊といった取り組みが進められている。今後、都市住民の「食」に対するこだわりや関心の高まりとともに「食」をキーワードとした地域資源が観光資源化される取り組みはますます高まっていくものと思われる。

一方で、2次・3次産業に対する高いノウハウを有する企業との連携による農産物の高次化、付加価値化も、「食」をキーワードとした地域資源の観光資源化もあくまでベースとなる1次産業の上に積み上げられるものであり、そのベースが揺らいでしまうといくら2次3次のノウハウを持ってしても地域ブランド自体が揺らいでしまい、最初から地域ブランド化すること自体が困難となってしまうことも忘れてはならない。

4) 郷土料理の復活とグリーン・ツーリズムの推進による地域活性化手法調査まとめ

岩手県久慈市「山根六郷研究会」の事例のまとめ

1. 地域の取り組み内容

山根六郷の豊かな自然や、住民たちに惹かれ、先人の暮らしの知恵や技を次代に傳承しようとして、1983年、久慈市の青年會議所メンバー6名（現在は10名）により「山根六郷研究会」が結成された。六郷の自然や先人の培った「暮らしの技や心の傳承」、「地域資源の発掘」を目的とした記録映画づくりや、源流の自然や生活景観の保全復元等を、地域の人々と共に実践している。1988年、六郷集落の一つ、端神（はしかみ）に、かつて山村の暮らしには欠くことのできなかつた水車が、地元、山根六郷研究会、県、市の支援により復元された。この事がきっかけとなり1989年から月1回「くるま市」（4～12月の第1日曜）が開かれるようになった。くるま市では端神のお母さんたち（はしかみ桂水会）がつくる田楽豆腐、そば切り、きびだんご、軍配もち、イワナの炭火焼など、郷土料理が提供されている。また、5月と11月の「水車まつり」には郷土芸能も披露され、3,000人もの観光客が集まっている。

2. 事業・活動推進に当たっての各種地域活性化手法について

1) 地域の取り組み体制の確立手法

山根六郷研究会による記録映画「山根六郷の四季」三部作の制作は7年かかったが、その間のメンバーとの交流のなかで、山根六郷の人たちも自分たちの暮らしを見つめ直すようになった。1986（昭和61）年、端神郷で川の水を利用した精米・製粉装置である“水バツタ”1基が復元された。その後、山根六郷研究会と端神部落会は水車の復元に取りかかり、1988（昭和63）年、水車が復元した。水車の復元が契機となって、端神集落の農家の女性13人（現在は10人）が昔ながらの味の傳承グループ「はしかみ桂水会」を立ち上げた。1989（平成元）年11月、地元につながる食文化をもとにした「第1回水車まつり」が開催され、盛況を博す。また水車にちなんだ「くるま市」も毎月、第1日曜日（4～12月）に行われ、5月と11月は「水車まつり」ということで、郷土芸能なども披露される。今では水車まつりに3,000人の観光客が訪れている。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

「山根六郷研究会」の会員はホテル経営者の桑畑博氏、建設設計士の黒沼忠雄氏をはじめ、写真館主、歯医者、製菓業者、建築業者などで構成されている。研究会の活動としては、水車の復元、「くるま市」「水車まつり」の支援協力（山村文化交流連携支援活動）の他、記録映画の上映、源流保全の一環である植樹運動、山桜の植樹、水車村交流連携フォーラム（地域活性化事業調整費事業）などがあげられる。こういった活動を通して研究会の発足当初からの目的であった「ふる里資源」の保全と傳承に取り組んでいる。

課題は、地域住民の過疎化と高齢化、そして後継者問題である。水車まつりやくるま市を支える端神部落会や「はしかみ桂水会」の人たちは概ね70歳代であり、畑作も高齢者が支え

ているのが現状で、この食文化や技を引き継ぐ人や定住して畑で雑穀をつくる者は出てきていない。

3) 関係者の合意形成手法

山根六郷研究会が制作した記録映画『山根六郷の四季』は、過疎と高齢化が進む山根六郷が脚光を浴びるきっかけをつくり、『山根六郷の四季』の第1作「麻と暮らし」は1986（昭和61）年に完成。その後、第2作「山褰の食（く）らし」、第3作「ふる里の源流」が制作されている。

こうした郷土の文化や伝統、地域の人々の暮らしを見つめ直す地道な活動により、端神等の山根六郷地区の住民との地域活性化に向けた合意が形成されていった。

4) 資金調達手法

水車の復元については市と県の地域活性化事業費から約120万円の助成を受けている。ただし、水車の復元にかかる実際の費用は約500万円であり、厨房や販売のための屋台など「桂の広場」の整備は、山根六郷研究会と六郷の農業生産者が廃材などを利用し作成している。

5) 農産物の生産・加工・技術開発手法

最近まで交通の便に恵まれなかったために、昔ながらの食文化が今でも残っている。特に行事食には伝統的な雑穀料理は欠かせないものである。献立の中では、豆が使用されることが非常に多い。田楽豆腐をはじめ、煮しめや小豆汁粉などにも豆類が使われている。現在でも日常的に各家庭で豆腐を手づくりしている農家が多い。市の実施により原材料が足りなくなり、不耕作地であった畑でも豆類等が栽培されるようになった。雑穀の作付けもやや増加している。

6) 販売・告知・PR・消費促進手法

PRについては自治体などが観光パンフレットにべっぴんの湯とともに掲載しているが、各地で行われている記録映画の上映会、雑誌や新聞などの記事、口コミの力が強い、平成8年には、岩手県「食の匠」の認証を受けている。地域活動として端神老人クラブのメンバーが山根小学校に出向き、総合的な学習の時間などで伝統料理の指導を行っており、「水車まつり」の動きが、郷土料理を地域にPRするキッカケになっている。

7) 地域ブランド化手法

山根六郷で開催される「くるま市」「水車まつり」では、自家製豆腐でつくった田楽や水車でひいた粉でつくったそば切り、きびだんご、そして、ヒエ飯、クルミ味噌や漬物などの加工品といった山根六郷の人たちが生活の中で代々伝えてきた郷土料理を提供している。市には食べ物だけでなく、そば枕、山野草、木工品、木炭などの地域で生産されたものも並び、郷土料理を郷土の文化と一緒に味わえるようになっている。さらに、その郷土料理や郷土の文化を、きれいな川、おいしい空気とともに提供しているのである。「郷土料理」や「手作り加工食品」の販売について、「はしかみ桂水会」では原則としてくるま市以外では行っていない。

いためその希少性が、さらに付加価値を生んでいる。

山根六郷は、現在、「ビオトープ・エリア」の創造に努め、21世紀「山根六郷エコミュージアム」の夢の実現に向け、活動をしている。そのキャッチフレーズは「源流まるごと昔郷（むかしごと）」であるが、そういった活動自体が郷土料理のブランドイメージをさらに高めている。

3.まとめ

1) 主な活動の成果

- ・典型的な山間地である山根六郷地区の「くるま市」「水車まつり」に、市内はもとより八戸、盛岡などからも観光客が訪れている。
ー5月と11月に開催される「水車まつり」には住民の約6倍にあたる3,000人の観光客
- ・市の人気により加工品の原材料の確保が必要となり、それが不耕作地の解消に繋がっている。雑穀の作付けもやや増加している。
- ・田楽豆腐や軍配もちらは久慈市内や隣町の葛巻町でも売られるようになった。久慈駅前の空き店舗を利用した「街の駅」でも、ウキウキだんご、田楽豆腐などが売られている。
- ・「山根六郷研究会」の活動により、地元端神の農家の女性たちによる「はしかみ桂水会」が昔ながらの味の伝承グループとして本格的な活動を始めた。

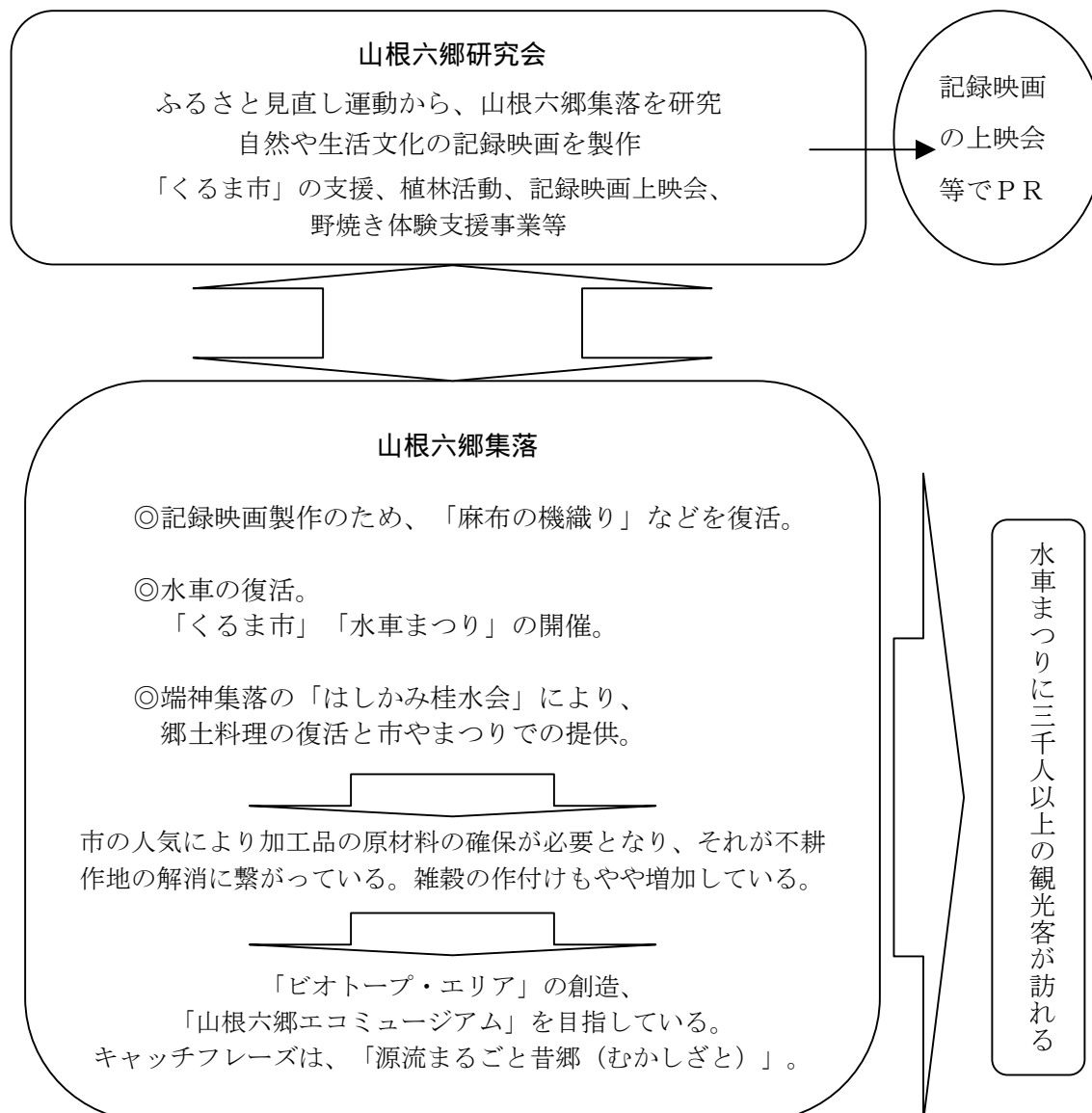
2) 活動のまとめ

山根六郷には、昔ながらの食文化が今でも残っている。行事食には伝統的な雑穀料理は欠かせないものである。献立の中では豆が使用されることが非常に多い。田楽豆腐はもちろん、煮しめや小豆汁粉などにも豆類が使われている。また、現在でも日常的に各家庭で豆腐を手づくりしている。これら六郷地域の農村の暮らしに注目したのが、「山根六郷研究会」のメンバーで彼らは都市住民のニーズを知っており、地域と都市との交流の橋渡し役を務めたといえる。

「くるま市」や「水車まつり」はそうした都市住民のニーズを知る「山根六郷研究会」と昔ながらの郷土料理という食文化を継承する農家の女性たちが組織する「はしかみ桂水会」の交流から生まれたものだといえる。「山根六郷研究会」や「はしかみ桂水会」は、地域観光資源の中で、特に、食材や伝統食品加工技術、ハレの食事、伝統食など、「郷土料理」が重要と考え、観光客に食材の説明や郷土料理のつくり方の手ほどきをしながら、こだわりのある祭りに仕上げている。また、このこだわりこそが都市住民の求めていたものだったともいえる。

研究会は20年余、地元農家との連携を図り、段階的に地域活性化を進めてきた。現在、山根六郷の地域資源を有機的に結ぶ「エコミュージアム」の考え方を導入しながら、端神地区の生産農家を支え、支援し、「こだわり」を持った活動を続けている。

関係図



奈良県葛城市（旧^{なはいまちよう}當麻町）「郷土食・^{なはいま}當麻の家」の事例のまとめ

1. 地域の取り組み内容

旧當麻町は、平成 5 年度に「農業農村活性化農業構造改善事業（地域効用促進型）」の認定を受けた。これと並行して平成 4 年には町内の 23 団体の代表による「建設準備委員会」が組織された。それらの活動を通じて地域農産物の加工、郷土食の提供、有機低農薬栽培による農畜産物の直売などの機能を持つ農畜産物処理加工施設「郷土食・當麻の家」が平成 7 年に開設された。「當麻の家」は、「丸ごと安心・旬の味」をキャッチフレーズにした直売、加工、食堂の複合施設であり、運営は旧當麻町全域に在住する有志からなる農事組合法人「當麻町特産加工組合」（以下、「加工組合」という。）が町からの委託を受けて行っている。平成 13 年には、約 2 億 8,500 万円の売上げを記録している。施設内には、郷土食「けはや御膳」などを提供する食堂、地元の農産物や加工品の直売所、さらに餅、漬物、味噌、パン、乾燥粉末野菜などの加工品を作る加工施設を有する。施設の周辺には、農業体験やオーナー制度で蕎麦などを育てる畑が整備されている。

2. 事業・活動推進に当たっての各種地域活性化手法について

1) 地域の取り組み体制の確立手法

旧當麻町における郷土料理の復活は、「當麻の家」の取り組みに集約されている。それは、旧當麻町の農家が自分たちの地域の農業のあり方について検討を重ねた中から生まれた構想が出発点となっている。その構想とは、當麻町の持つ特長を活かし、地域住民及び都市住民との直接的な交流をさらに活性化させた「交流型農業」に取り組むというものである。交流型農業とは、自主的に「農業の 6 次産業化」に向けて農産物を生産・加工・調理し、安全・健康・新鮮・美味で、しかも農村文化と融合した商品を生産者の顔が見える直売方式で販売するという方法である。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

「當麻の家」運営のキーマンは、加工組合の 2 人の女性理事である。どちらも農家の主婦であり、「當麻の家」ができる以前から消費者と直接触れ合う交流型農業を行っていた。現場では、スタッフの意識高揚のため、ロゴマークの入った黄色いスタッフジャンパーを着て、連帯意識を高めている。

スタッフは農家の女性が多い。組合員自体は 60～70 代の人が多いので、今は 40～50 代のパートの人を増やそうとしている。

3) 関係者の合意形成手法

平成 4 年に「農業農村活性化農業構造改善事業（地域効用促進型）」の指定を受けた時、並行して町内の 23 団体の代表による「建設準備委員会」を組織し、地域の合意形成を図った。この委員会では、町長が座長となり、當麻町に必要な加工施設のあり方について、2 年間に渡り約 30 回の議論が重ねられた。また議論と同時に、先進地視察を行ってきた。

この委員会では、直売や販売促進活動を行う場所が併設されていない加工施設では、いくら質の高い加工品を作っても有利に販売できず経営的に難しいという合意に至り、これまでの消費者との交流型農業で培ったノウハウを活かすために加工だけでなく直売や食堂を併設した施設を建設する必要があるという結論になった。また委員会には、女性達も参加し、その結果、農産物の加工、販売の運営を任せられるのは、消費者との交流型農業を通じて実績やノウハウを蓄積している農家の女性達であるとの合意形成がなされた。

4) 資金調達手法

「農業農村活性化農業構造改善事業（地域効用促進型）」により、「當麻の家」を建設した。事業費は1億7,000万円で、国庫補助金が50%、町が50%を負担した。町費は起債でまかなわれた。建物と加工設備は、旧當麻町で現葛城市が所有する。今までは加工組合と管理委託契約を結んでいたが、平成18年には葛城市の指定管理者制度が適用されることになっている。加工組合は、1口5万円を94人（女性61名、平均年齢58才）が出資し、さらに90口を旧JA當麻町が出資して920万円の資本金でスタートした。

5) 農産物の生産・加工・技術開発手法

地元の生産者は減農薬・減化学肥料農業に早くから取り組んでいる。加工食品は、味噌、餅、パン、漬物、粉もの、コンニャクを作り、販売している。野菜を刻む機械、刻んだ野菜等を乾燥させる機械、乾燥したものを粉にする機械が揃っており、青汁パウダー、ウコンパウダー、ゆかり（紫蘇）、小麦粉などを製造している。

6) 販売・告知・PR・消費促進手法

現在、約800種類の農産物や農産物加工品を扱っている。加工業者が製造したものやJAを通じて、有機野菜も扱っている。近所の方は、花やお餅などを買っていくことが多い。新鮮な野菜も人気がある。取材で出た記事や番組、ニュースがよい宣伝になっており、テレビや新聞には、月に2~3回は取り上げられている。観光バスが、吉野などへの帰りに、お土産購入のために立ち寄り、その売り上げも大きい。

郷土料理体験、農業体験も実施している。学校教育の中で地産地消が取り上げられていることから、学校からの問い合わせも多く、学校の給食センターには地元の野菜を卸している。

7) 地域ブランド化手法

當麻の家には、当地の出身で相撲の開祖とされる「けはや」というネーミングを冠した商品が幾つかあり、それが地域ブランドにもなっている。郷土食と呼ばれている「けはや御膳」は、月替わりで地元の食材を使って作る看板料理である。

3. まとめ

1) 主な活動の成果

・農産物の加工所であり、直販所でもある「當麻の家」の売り上げは、平成13年が約2億

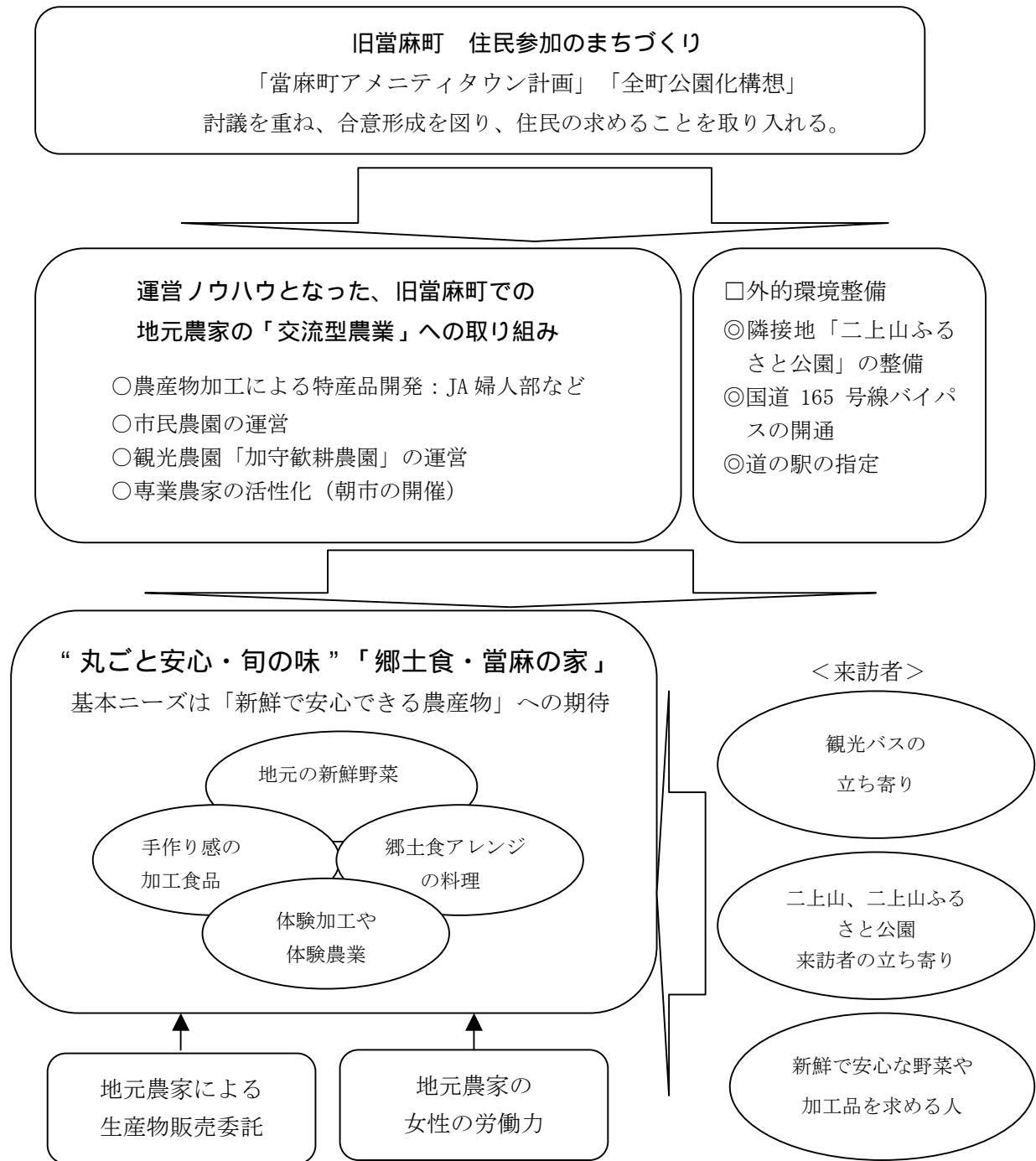
8,500万円。平成16年2月には、南阪名道路が開通し、売り上げが少し下がって、約1億9,000万円。毎年、1,200～1,300万円の純利益があり、配当も行っている。

- ・旧當麻町では都市との「交流型農業」への取り組みを通じて、「多くの消費者が安全で健康に良い農産物を求めていること」に早くから着目し、減農薬・減化学肥料農業に早くから取り組んできた。また「有機低農薬協定」（当時）を定めて普及活動を行ってきた。更に「當麻町地力増進利用組合」を組織し、堆肥の生産も行った。
- ・昭和55年以降、3つの生活改善グループが加工品づくりに取り組んできたが、この活動は「當麻の家」が開設されてからは加工組合の加工部として一つになり、「けはや味噌」「けはや饅頭」などの「けはや」ブランドのヒット商品を生んだ。また食事の提供についても、地元の食材だけを活用した月替わりの「けはや御膳」が誕生した。

2) 活動のまとめ

「當麻の家」は、大阪から吉野、和歌山に至る観光道路でもある国道165号線の沿道で、「二上山ふるさと公園」に隣接しているという立地性が、集客数に大きく貢献している。また運営に多く携わっている女性組合員は、基本的に農家であり、訪れる人にとっては農家の人とぬくもりのある交流ができるという感触が得られることは、當麻の家の強みである。しかも接客や運営には手慣れたものがある。それは、當麻の家ができる以前から、特産品の開発や観光農園の運営、産直市の運営といった都市と農村の「交流型農業」に携わっており、既にノウハウを持っていたことに起因している。ただ現在取り扱っている商品は、以前に比べ「売れる商品」という視点での品揃えの傾向が若干感じられる。また業者からの仕入れも多いという。当初は「丸ごと安心・旬の味」というコンセプトを掲げて有機野菜を扱っていたが、現在扱っている野菜は、有機野菜だけではない。地域農業の動向が商品の品揃えに大きな影響を与えるだけに単に品揃えの問題だけでなく「當麻の家」の運営方針に関わる部分だと思われる。地域農業における6次産業化の取り組みとして注目された「當麻の家」は、組合員や協力農家の高齢化という課題の中で、地域農業と今後どう関わっていくのか、1次・2次・3次産業のどこに力点を置くのか、あるいはその全てに力点を置くのか、岐路に差し掛かっているといえる。

関係図



大分県竹田市「竹田研究所」の事例のまとめ

1. 地域の取り組み内容

「竹田研究所」は、平成10年、竹田市の商工観光課内に「グリーン・ツーリズム」を具体的に進めるための実践・研究を行うツーリズム推進の実践部隊として設置された。平成9年に制定された「大分県竹田市観光振興計画」のもと、計画推進委員会の附属機関として、地域の文化・観光資源などの掘り起こしや、農林業・商工業の推進、情報発信などを多角的に行っている。「竹田研究所」は竹田市の地域おこしに官民連携で取り組むシンクタンクといえる。研究所内には「情報発信」「農村型観光」「城下町観光」「食・特産品開発」「研修」の5つの委員会があり商業・農林業・観光を三位一体で盛り立てることを基本姿勢として様々な活動に取り組んでいる。それらの活動を具体的な構想としてまとめたものが竹田市の「エコミュージアム構想」である。

2. 事業・活動推進に当たっての各種地域活性化手法について

1) 地域の取り組み体制の確立手法

郷土料理の一つである“田楽料理”などは「歴史掘り起し型」のツーリズム資源として取り上げられている。“田楽料理”以外にも様々な郷土料理の発掘、復活への取り組みが進められている。歴史のある町だけに、古文書の類が多く残されており、日常的に郷土史家がその調査研究にあっている。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

竹田研究所は、竹田市助役である「所長」1名と19名の「研究員」で構成されている。その他、研究員OBや県職員で構成される「アドバイザー」が20名おり、他にも竹田研究所の事業等でお世話になった方々も「特派員」として28名が関わっている。

3) 関係者の合意形成手法

竹田研究所は、平成元年、「ふるさと創生事業」で立ち上げられた「岡の里事業実行委員会」に端を発している。この実行委員会は現在も活動をつづけているが、官と民とが協力しあい、歴史、文化、自然などの調査活動を行なうことを目的としている。市の職員も多く関わり、古い建物の保存なども行なっている。地域ごとに異なるツーリズムニーズへの対応を図り、竹田市全体での取り組みとしての合意形成につなげている。

4) 資金調達手法

竹田市の「エコミュージアム構想」は、各地区におけるさまざまな取り組みの複合体となっており、「エコミュージアム構想」自体で資金調達を図るものではない。ひとつひとつの事業単位でみると、殆んど何らかの形での助成金や交付金による活動であるといえる。

5) 農産物の生産・加工・販売手法

竹田市の農村地区では、農作業の受託だけでなく収穫物の付加価値を高めるため、農産物加工や販路開拓までも行い、積極的な「地産地消」態勢を作る取り組みが行われている。その一つが「竹田市わかば農業公社」の取り組みであり、もう一方が「まちづくり会社 むらさき草」の取り組みである。これらの取り組みはいずれもグリーン・ツーリズムと連携した“農業の6次化”への取り組みといえる。

6) 地域ブランド化手法

「竹田市わかば農業公社」では、減農薬・無農薬、有機栽培の作物に関しては、その土壌から審査し、「わかばマーク」の認証を行なっている。現在、約100戸の農家はその認証を受けている。農業公社では、現在、「わかばマーク」認証による地域ブランド化の促進に関して、認証の手続きの簡素化などが検討されている。

竹田市での「豆腐田楽」や「みらい香房『若葉』」の「青大豆豆腐」、神原（こうばる）地区の「緒環（おだまき）」における薬膳料理などは、固定客もいて、地域ブランドとして確立しつつある。

3. まとめ

1) 主な活動の成果

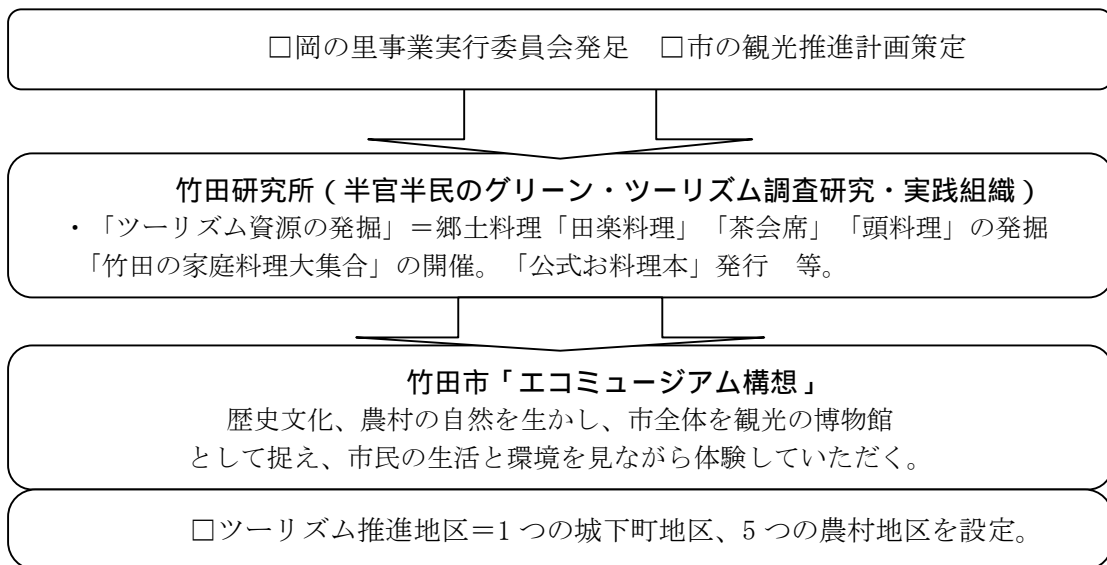
- ・竹田研究所等の調査・研究活動を通じた郷土料理の発掘と現代へのアレンジ
 - －「旬香膳」「田楽料理」「頭料理」「薬膳料理おだまき」など
- ・九重野地区における集落営農の推進による耕作放棄地0%の達成
- ・「竹田市わかば農業公社」による「道の駅竹田」などのアンテナショップの運営
 - －2003年度で約5億円の売上げ
- ・「みらい香房『若葉』」による農産物加工品の開発
 - －青大豆豆腐、豆乳、エノハズシなど
- ・「竹田市わかば農業公社」による、減農薬・無農薬、有機栽培の作物に対する「わかばマーク」認証制度の取り組み
 - －現在、約100戸の農家が登録
- ・グリーン・ツーリズム拠点としての神の里交流センター「緒環（おだまき）」を活用した神原地区における「農泊」の取り組み
 - －「農泊やりさん」等、4軒
- ・地区ごとの特性や地域資源を活かしつつ全体構想を策定した竹田研究所の「エコミュージアム構想」の取り組み

2) 活動のまとめ

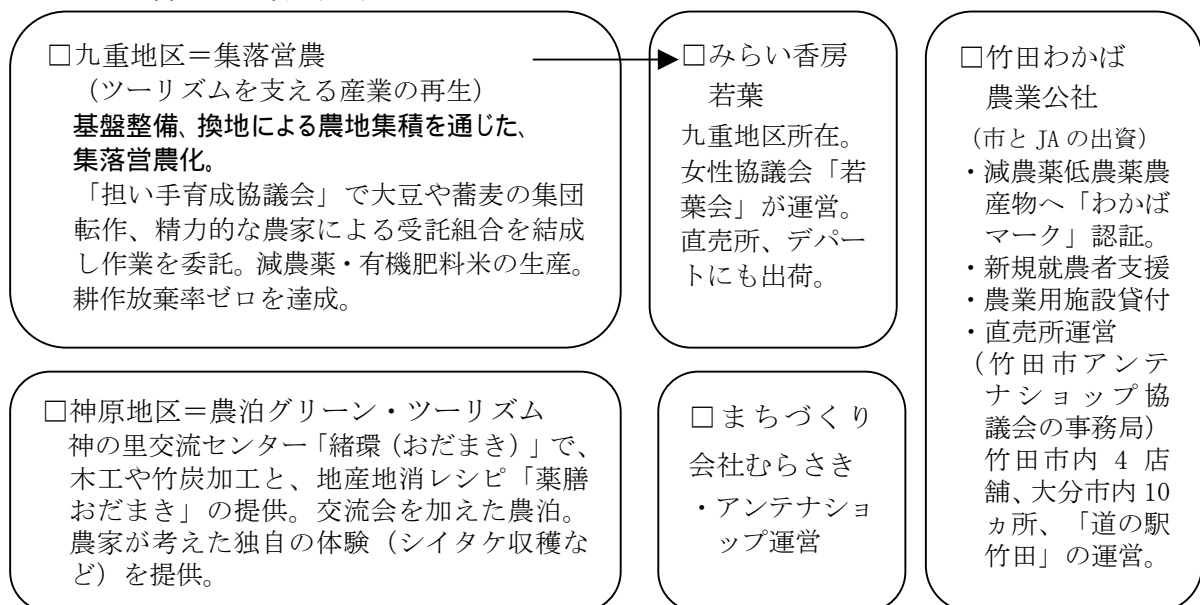
竹田市の「エコミュージアム構想」に集約される特性や地域資源の異なる地区での“ツーリズム・ビジネス”への取り組みは、城下町地区や農村地区、農泊や直売所といった地区やジャンルが横断的に推進されているために、それぞれに“つながり”が感じられ、色々な楽

しみを味わうために竹田市の中での長期滞在型観光を生む可能性がある。また推進手法として、地域の主体性に委ねている部分が大きいと各地区的取り組みに対する意識の高まりが感じられる。特に高齢者の方たちの働く意識、生きがいの迫りが従来型の都市より強いと感じられる。これも一つの地域活性化効果と言えるのではないだろうか。ただ地域資源のツーリズム資源化への取り組みには今後も継続的な高次化・付加価値化活動が求められるだろう。ただ、農泊のサービス向上のために由布院に視察に出掛けるなど現状でも様々な高次化活動は続けられているようだ。料理やサービスといった3次産業になればなるほど地域外のプレーンや専門家との連携も必要になるだろう。いずれにしても竹田市の農村地区ツーリズムは、ベースとなる1次産業をしっかりと確立し、その上で必要に応じた外部の専門家、専門集団のノウハウとの連携を図ることにより今後さらなる発展を見せると思われる。

関係図

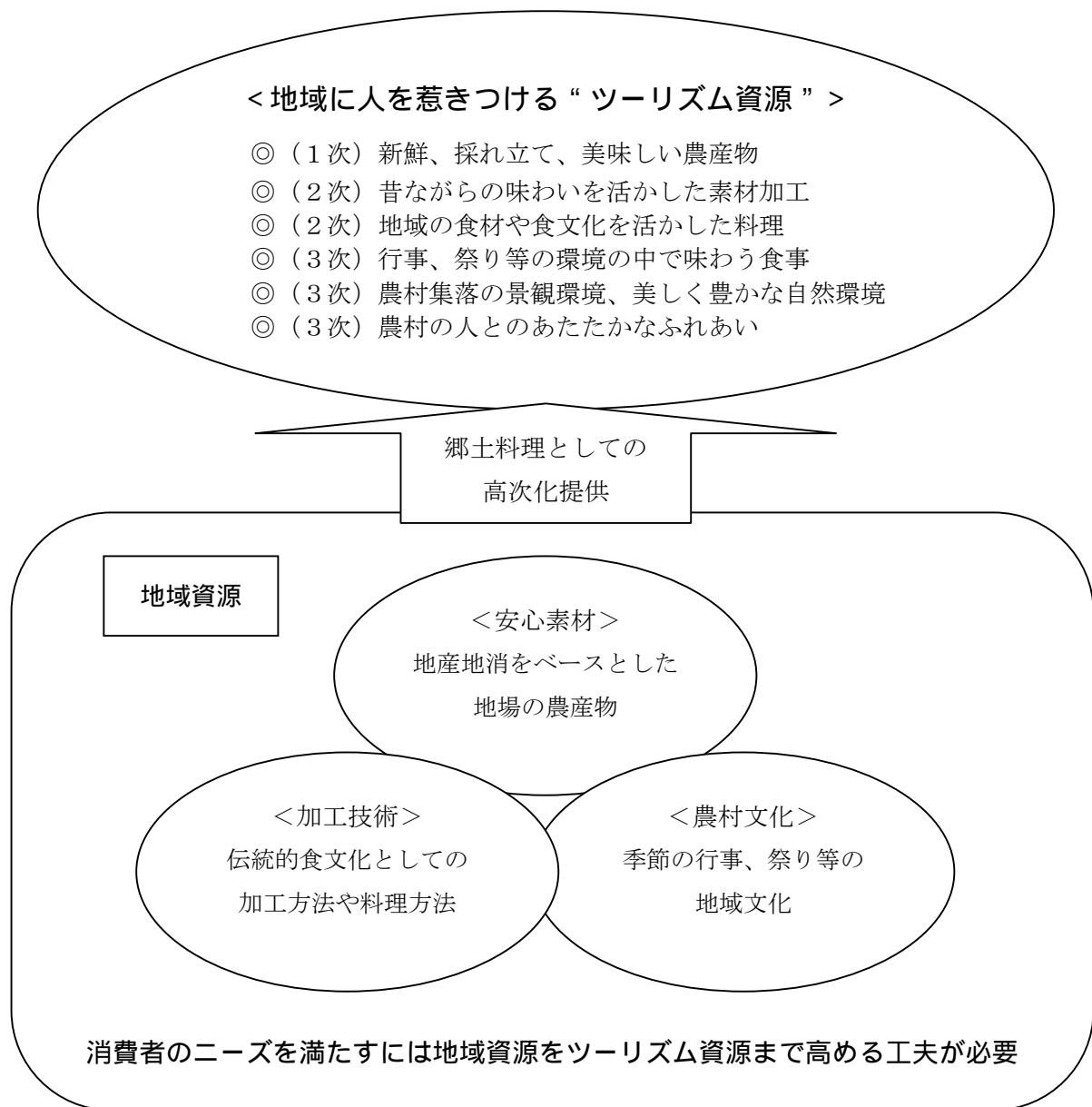


<各地区の取り組み>



郷土料理の復活とグリーン・ツーリズムの推進による地域活性化手法調査のまとめ

“地域資源”としての郷土料理を高次化することにより“ツーリズム資源”化へ



グリーン・ツーリズムとして観光客を集めている農村地域を調査した結果、農産物生産地としてだけではない、人を惹きつける様々な魅力が創り出されていた。「農」「加工」「商」「観光」という1次から3次までの異業種ノウハウが連携し、例えば自然環境、農村風景、農村文化と共に、郷土料理や農産物・農産物加工品直売、農泊といったサービスが提供されている。

竹田市では、エコミュージアム構想と称して、農村地域全体が楽しめるグリーン・ツーリズム事業に取り組んでいる。竹田研究所が行っている郷土料理の発掘・復活は、ツーリズム資源として郷土料理を見直そうという試みである。郷土料理は、農村ならではの素材を活かした料理にアレンジを加え「薬膳料理」として創作したものである。農村地域で、加工体験などを楽しみ、郷

土料理を味わい、農家の方と交流しながら農泊するグリーン・ツーリズムとして提供されている。また竹田市の農村集落では、集団営農による転作で、大豆や蕎麦などの食材を生産している。これらの農産物を、こだわりの豆腐などに加工し特産品化することに研鑽した結果、消費者ニーズに応えられる地域ブランド化に成功し、加工・直売所で人気を博している。竹田市の「郷土料理」や「農村文化」は、ツーリズム資源化されることで消費者のニーズに合致し、農村地域に新たな付加価値をもたらしている。

山根六郷では、昔を彷彿とさせる農村原風景の中で、地元の市や祭りと共に郷土料理が提供されている。水車まつりに約3,000人もの観光客を惹きつけたのは、「水車」を核とした自然環境、農村風景、農村文化に連動して「こだわり」とともに供される素朴な味わいの郷土料理であった。集落の女性たちによる昔ながらの手づくりの「食」は、「こだわり」とともに高次化されることで多くの都市住民の心を捉えているのである。

旧當麻町で、初年度から黒字を達成し、年間1億9,000万円の売り上げを誇る「郷土食・當麻の家」では、新鮮な地元の野菜、農村ならではの手づくりの加工品、地元の食材による郷土料理をアレンジした月替わりメニューを提供している。町全体としての「交流型農業」や「6次産業化」への取り組みとともに「丸ごと新鮮・旬の味」は、そのまま地域住民や観光客に支持されている。

郷土料理という“地域資源”を“ツーリズム資源”化するためには、そのベースとなる地域農業の活性化や地域農産物の付加価値化が必要不可欠になる。なぜならば、都市部や「食」以外のツーリズム資源を保有する地域においては、2次産業や特に3次産業のいわゆるサービスノウハウによって消費者ニーズに対応していくことが可能であるが、農村地域における「食」のツーリズム資源化は、あくまでもベースとなる食材を地域文化や独自の料理方法、自然環境、人的交流などとともに高次化することで、はじめて差別化がなされるものだからである。山根六郷集落では、祭りの際に提供する郷土料理をつくるため、不耕作地を復活させている。竹田市は、中山間地の集落営農や農作業受託の促進に加え、シイタケ栽培や川魚などの地域特産物を活かすメニューが開発されている。「當麻の家」では、“売れる直売所”であるからこそ、地元農家は生産に励み、売れる農産物や加工品づくりを行い、結果として「當麻の家」を他の直売所と差別化しているのである。逆に言えば活性化された地域農業のバックボーンを失ったとき2次や3次産業ノウハウだけでは他との差別化を図っていくことは至難の業だと言わざるを得ない。

今回調査した3地区以外にも農村における地域資源を考える時、消費者の「食」に対する関心やニーズの高まりの中で、農村ならではの「郷土料理」は今後もますます重要な資源となっていくと思われる。その地域資源を使って地域の活性化に結びつけていくためには、2次3次産業のノウハウを導入し高付加価値化を図るとともに元気で質の高い1次産業の基盤づくりが求められていると言える。

2 . 調査全体のまとめ

～ 勝ち (WIN) 組よりも、価値 (VALUE) 組に～

食文化を核とした観光的な魅力度向上による地域の活性化について、4 つのテーマに基づき、その手法を明らかにする調査を実施した。4 つのテーマによる地域活性化手法は、前述のように個々様々な手法に基づく取り組みが見られたが、調査全体を通じて浮かび上がってきたのは、地域の農産物に“いかに付加価値をつけるか”という共通テーマであった。

「伝統野菜や雑穀など地域伝来品種を活用した地域活性化手法調査」では、大量生産型の農産物ではない伝統野菜や雑穀を地域の食文化や伝統といった地域独自の“資源”と合わせて発掘・生産・加工・販売することで付加価値を高め、新たな地域資源化に取り組んでいた。

「地域内資源循環を基盤とした地域ブランドの確立手法調査」では、自治体にとって大きな課題となっている生ゴミリサイクルの問題を質の高い有機農業とそこから生じる農産物のブランド化を組み合わせることで、ある意味マイナスをプラスに変える手法として取り組まれていた。「企業等との連携による地域農業の活性化手法調査」では、地域に根差す企業が地域振興のために地域の農産物の付加価値化を図る取り組みや地域の高品質な農産物に付加価値をつけるノウハウを持った企業と連携することで地域ブランド化する取り組みが見られた。

「郷土料理の復活とグリーン・ツーリズムの推進による地域活性化手法調査」では、地域の農産物を“郷土料理”という形で付加価値化し、都市部などの域外消費者との交流促進に取り組んでいた。

これらの取り組みは、そのこと自体を第 1 義の目的とするかどうかにかかわらず、いずれも結果として地域の農産物の付加価値を高めるという効果を生んでいる。今回の調査を通じて浮かび上がった“地域の農産物に付加価値をつける”（または結果として“地域の農産物の付加価値が高まる”）ことによる地域活性化の取り組みの手法は、一言で言うと農業の高次化、つまり 2 次産業や 3 次産業とも連携したいわゆる“「農」の 6 次化”による地域の活性化手法であるといえる。

調査地区全体においては、その個別の手法が様々であるのと同時にそれらの手法による地域活性化の度合いもまた様々であった。今回調査対象として選定した地区の取り組み事例により直接的に地域の活性化に大きく貢献したケースもあれば、今後に向けて地域の活性化が期待されるケースや、大きくはないが地道でサステナブルな取り組みとして続けられているケースもあった。

そのような様々な取り組みを地域活性化の（直接的な）効果として、1 次・2 次・3 次産業の側面からまとめたものが、次頁の表である。

調査対象事例別 1～3 次産業面の主な成果

分類	調査カテゴリ	事例	1次産業	2次産業	3次産業
1	伝統野菜や雑穀など地域伝来品を活用した地域活性化手法調査	北海道美瑛町「赤麦を守る会」	1軒の協力農家により30～50アールの赤麦栽培を復活	発泡酒「赤麦鮮烈」やバスタや味噌、醤油、パン等	ホテル、ペンション等の観光業の振興
		岩手県花巻市「イーハトーブ雑穀村」	150戸（2004年）の栽培農家による100ha以上（2005年）の雑穀栽培	雑穀を活用した地域特産加工品の開発（「ひえ冷麺」「六穀うどん」等）	2005年度の売上は約4億5,000万円。2～3年での倍増を目指す。
		奈良県奈良市高樋町「清澄の村」	8戸の協力農家と約70アールの栽培面積で、自然農法を実践	大和伝統野菜を使った加工品（菓子等）の開発	農家レストラン「清澄の里・粟AWA」を通じた大和伝統野菜の提供/PR
2	地域内資源循環を基盤とした地域ブランドの確立手法調査	山形県長井市「レインボープラン」	レインボー認証農家は、約20戸で、栽培面積は14ha	レインボープラン農産物を使った加工品づくり（長井ラーメン等）	農産物直売所として「虹の駅」がオープン。黒字化はこれから。
		佐賀県伊万里市「伊万里はちがめプラン」	現在46戸の農家がはちがめ堆肥を使った農産物を直売所「風道」に出荷	菜の花プロジェクトによる菜種油の開発	平成16年、農産物の直売所「はちがめふれあいステーション風道」を開設
		宮崎県綾町「自然生態系農業」	自然生態系の登録農家は405戸、栽培面積は約300ha（2000年）	一戸一品運動による加工品の開発と手づくりほんものマーケットでの販売	観光業との連携や自然生態系農産物の県内外への広範囲な出荷
3	企業等との連携による地域農業の活性化手法調査	岩手県一関市「食のむら」	麦芽数十キロと量的には少ないが地元産麦芽を使用	協同組合方式で「いわて蔵ビール」を生産。また「セージ」等の開発も。	ビストロや一関地方の郷土料理にこだわる蔵元ビストロを展開
		香川県内海町「榎ヤマヒサ」	榎ヤマヒサが、18,557㎡のオリーブを栽培（2004年）	オリーブオイルやオリーブ茶の開発	観光業との連携もあるが、オリーブ事業は赤字
		大分県宇佐市松本集落「イモリ谷」	栽培農家数35戸、栽培面積27haでの特産大豆の生産	「豆の力屋」によるイモリ谷ブランド豆腐の開発	アパショップ「豆の力屋」における約1,000万円の売上や観光業との連携
4	郷土料理の復活とグリーンツーリズムの推進による地域活性化手法	岩手県久慈市「山根六郷研究会」	不耕作地の解消と雑穀作付面積の増加	「はしかみ桂水会」等による郷土料理（農産物加工品）の復活	「水車まつり」に約3,000人の観光客
		奈良県葛城市（旧當麻町）「當麻の家」	35名（1998年）、12ha（1995年）による有機野菜の栽培	けはやブランド等の多彩な農産物加工品の開発	売上が、約1億9,000万円（2004年）。約1,000万円以上の純利益。
		大分県竹田市「竹田研究所」	九重野地区の集落営農による耕作放棄地0%、わかば認証農家約100戸	「みらい香房『若葉』」による加工品の開発（青大豆豆腐、エノバシ等）	農泊や農産物直売所（2003年度5億円）等のグリーンツーリズムへの取組

調査対象事例別 1～3 次産業資源の強みと地域活性化効果

分類	調査カテゴリ	事例	事例における地域資源の強み			地域活性化効果	備考
			1次産業	2次産業	3次産業		
1	伝統野菜や雑穀など地域伝来品を活用した地域活性化手法調査	北海道美瑛町「赤麦を守る会」					観光業者による取組
		岩手県花巻市「イーハトーブ雑穀村」					県内随一の作付面積
		奈良県奈良市高樋町「清澄の村」					自家栽培にも取組む農家レストラン
2	地域内資源循環を基盤とした地域ブランドの確立手法調査	山形県長井市「レインボープラン」		*含堆肥化施設			2次3次は第2期の取組課題
		佐賀県伊万里市「伊万里はちがめプラン」					菜種油等が見られるが、本格的な活動はこれから
		宮崎県綾町「自然生態系農業」					有機農産物が「綾ブランド」として確立
3	企業等との連携による地域農業の活性化手法調査	岩手県一関市「食のむら」					地域活性化は今後の取組
		香川県内海町「榎ヤマヒサ」					醤油メーカーによる取組
		大分県宇佐市松本集落「イモリ谷」					2次3次は食品加工販売業者との連携
4	郷土料理の復活とグリーンツーリズムの推進による地域活性化手法	岩手県久慈市「山根六郷研究会」					「市」による活性化
		奈良県葛城市（旧當麻町）「當麻の家」					農産物加工販売所としての機能の充実
		大分県竹田市「竹田研究所」					直売所や農泊との組み合わせ

今回調査した地域の事例における取り組みは1次産業側からの取り組みや2～3次産業側からの取り組み、あるいはそれらを取りまとめる自治体側からの取り組み、またそれらの連携による複合的な取り組みが見られ、前頁の表に見られるように、各事例の“強み”も1次～3次まで様々に分かれた。

これらの調査結果から見られることとして、「食文化」あるいは「食」というテーマによる地域活性化の手法としては、先のように1～3次の連携した取り組みである6次産業化の取り組みが重要であるが、「食文化」あるいは「食」のベースとなっている1次産業の“強み”を活かした事例が結果として地域活性化効果が高いといえる。もちろん「食」以外の地域資源による活性化手法は、この限りではないと思われるが、「食」や「食文化」を核とした観光的な魅力向上による地域活性化の手法としては、ベースとなる1次産業が基盤となって2次3次の高いノウハウと連携した時に地域活性化効果が最も高まると考えられる。

本 編

. 調査概要

1．調査目的

日常生活上の食に対する都市住民の関心が高まっている。また、農山漁村においては、グリーン・ツーリズムなどを通じて地域農産物を基盤とした食の魅力を活用した、都市と農山漁村の交流を促進することにより、ビジネス（農産物直売所・農家レストラン・農家民宿等）の育成を図りながら地域が活性化されてきている例もみられるが、食文化を核とした地域振興について、地域の農産物活用などに課題は多い。

今後、更なる地域の活性化を図るためには、地域独自の食ブランドを確立することが重要であることから、グリーン・ツーリズムの推進に関する事例調査を通じて食を活用した地域の魅力度向上による地域活性化手法を明らかにすることを本調査の目的とする。

2．調査の内容

1) 伝統野菜や雑穀など地域伝来品種を活用した地域活性化手法調査

伝統野菜や雑穀など、地域伝来品種の生産、加工、販売、消費などに取り組む先進事例を調査し、その発掘手法、生産手法、販売戦略、保護方策等を明らかにする。

2) 地域内資源循環を基盤とした地域ブランドの確立手法調査

生ゴミ、家畜糞尿等地域の資源を活用した有機農業とその農産物の加工、販売、消費に取り組む先進事例を調査し、地域内資源循環の計画立案手法、関係者の合意形成手法、学校との連携による食育プログラムの開発・運営手法、地域ブランド化戦略等を明らかにする。

3) 企業等との連携による地域農業の活性化手法調査

グリーン・ツーリズムの推進を通じて、地域と地元企業等との連携による地域ブランド品の製造・販売・消費などの面での異業種との連携手法、ブランド認証、保護など地域ブランド戦略手法等を明らかにする。

4) 郷土料理の復活とグリーン・ツーリズムの推進による地域活性化手法調査

郷土料理の復活とグリーン・ツーリズムの推進による地域活性化に取り組む先進事例を調査し、郷土料理復活の経緯、地域内合意形成手法、直売、体験、消費などグリーン・ツーリズムビジネスとの連携手法等を明らかにする。

5) 地域活性化検討委員会

「食文化を核とした観光的な魅力度向上による地域活性化検討委員会」を設置し、運営及び取りまとめを実施する。

3．調査の方法 / 手順

< 調査方法 >

調査プロジェクト専任メンバーによる現地調査等による。

（調査対象者に対する聞き取りを中心に、各種資料の収集・現場撮影などにより実施。）

< 調査手順 >

本調査の精度を高めるためのプレ調査として、事前に調査対象キーマンから基本情報を収集した。

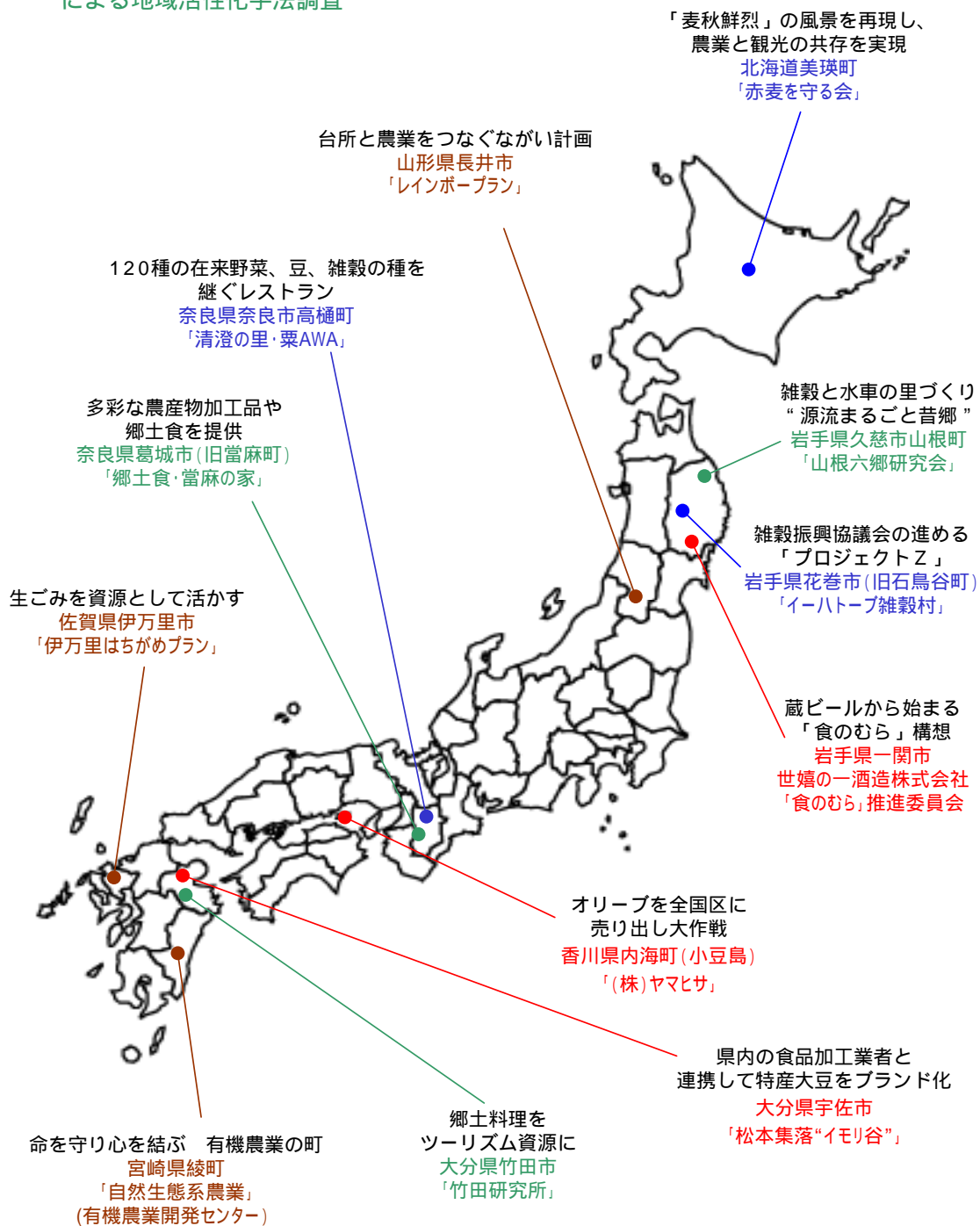
第1委員会にて、プレ調査で収集した情報の報告や調査項目の検討を行い、本調査の内容を確定した。

専門調査員による本調査（現地調査）を実施した。

第2委員会にて本調査報告を行い、必要に応じて不足情報に関し、フォロー調査を実施した。

< 調査対象地区全体 Map >

1. 伝統野菜や雑穀など地域伝来品種を活用した地域活性化手法調査
2. 地域内資源循環を基盤とした地域ブランドの確立手法調査
3. 企業等との連携による地域農業の活性化手法調査
4. 郷土料理の復活とグリーン・ツーリズムの推進による地域活性化手法調査



4 . 調査対象地区概要

1) 伝統野菜や雑穀など地域伝来品種を活用した地域活性化手法調査 (3 地区)

北海道美瑛町「赤麦を守る会」

地域の伝統品種であった赤麦を蘇らせようと、地元の有志グループが「赤麦を復活させる会」を結成した。1999 年には、みごとな赤麦の風景を復活させ、「赤麦フェスティバル」を開催している。また、景観だけでなく赤麦の付加価値を向上させるため、市内でペンションなどを営む有志が 2000 年に「赤麦を守る会」を結成し、赤麦を利用した特産物づくりに取り組んでいる。

岩手県花巻市「イーハトーブ雑穀村」

花巻市石鳥谷町八重畑地区では、イーハトーブ雑穀村村長伊藤正男氏が、積極的に地域の農家に雑穀栽培（アワ、ヒエ等）の普及を行った結果、2004 年には 7 集落、約 150 人の生産者で 68.5ha の雑穀団地を形成するに至った。地域では日本一の雑穀の里を目指し、八重畑地区雑穀振興協議会（通称イーハトーブ雑穀村）を設立して、地域ぐるみで雑穀の里づくりに取り組んでいる。

奈良県奈良市高樋町「清澄の里・粟 AWA」

NPO 法人「清澄の村」では 1998 年より奈良県の伝統野菜である大和伝統野菜の調査研究を実施するとともに、種を継ぎ、食文化を継承することを通して大和の伝統野菜をかけがえない地域の文化遺産として次世代への継承に取り組んでいる。当該 NPO 法人代表の三浦氏は農家レストラン「清澄の里・粟」も経営し、大和伝統野菜をはじめ“旬”の野菜を消費者に直接提供している。

2) 地域内資源循環を基盤とした地域ブランドの確立手法調査 (3 地区)

山梨県長井市「レインボープラン」

レインボープランに基づき農家と消費者が協力した地域内資源循環システムの構築を通じ、有機農産物の生産、地域内消費等を確立することにより長井（or レインボー）ブランドの確立と地域の活性化を図って行くことを目指している。

佐賀県伊万里市「伊万里はちがめプラン」

「伊万里はちがめプラン」は、生ごみや廃食油を捨てる側であった料飲店組合・旅館組合が主体となり、生ごみ、廃食油の焼却、埋め立てではなく、資源として活用に取り組んでいる。生ごみから堆肥化された有機質肥料は高品質な農産物の生産に利用され「伊万里はちがめ」ブランドの有機野菜として地域で販売され始めている。

宮崎県綾町「自然生態系農業」

綾町の自然生態系農業は昭和 48 年の一坪菜園運動から始まった。それを支えている大きな要素が、町全体で取り組んでいる地域内資源循環システムの構築であり、生産された有機農産物は町内の商工業者との連携のもと、綾ブランドとして販売、消費されている。

3) 企業等との連携による地域農業の活性化手法調査 (3 地区)

岩手県一関市「食のむら」

岩手県一関市では、現在、日本酒製造販売業者、ハム・ソーセージ製造販売業者等で構成する「食のむら推進委員会」が中心となって「食のむら」構想に基づく地域農業の活性化の取り組みが進められている。食のむらとは「食」をキーワードにした施設が自然や農村風景に融合したエリアであり、農業・商業・工業が一体となって自然・新鮮・元気を体感出来るところである。

香川県内海町^{うちのみちよう}「(株)ヤマヒサ」

農業の担い手不足、地場産業が停滞する中で、町の施策に賛同する加工サイドの企業が遊休農地を活用した特産のオリーブ栽培に取り組んでいる。小豆島産のオリーブの実や葉などを原材料としてオイルやお茶の商品化や遊休農地の有効活用により町の活性化を図っている。

大分県宇佐市安心院町^{あしむまち}「松本集落“イモリ谷”」

「安全・安心」な農作物の生産地として、小規模ながら付加価値の高い野菜や果実を生産してきた安心院イモリ谷地域において生産される大豆に県内の有力食品加工メーカーが着目し、当該地区産の大豆のみを使用した豆腐や豆乳、さらに野菜などを揃えたアンテナショップを大分市内の高級住宅地にオープンさせた。その結果、松本集落“イモリ谷”は、地域ブランドとして確立されつつあり、経済的効果を生み出している。

4) 郷土料理の復活とグリーン・ツーリズムの推進による地域活性化手法調査(3地区)

岩手県久慈市「山根六郷研究会」

水車をシンボルとして、山あいの源流の村の郷土料理の復活による地域の活性化に向けた取組が行われている。平成元年には地元端神の農家の女性による味の伝承グループ「はしかみ桂水会」が誕生し、試行錯誤を繰り返しながら昔からの技や味をしっかりと取り戻し、郷土料理の伝承にも手ごたえを持つようになっていく(平成8年岩手県「食の匠」認証)。地域のイベントであるくるま市では「食の匠・ふる里の味」として、田楽豆腐や軍配もち、そば切り等が販売されている。

奈良県葛城市(旧當麻町)^{ないまちよう}「郷土食・當麻の家」

農業と観光を柱とした「全町公園化構想」等に基づき、直売、加工、食堂の複合施設である「郷土食・當麻の家」では、「丸ごと安心・旬の味」をキャッチフレーズに新鮮・安全・安心な農産物や農産物加工品を提供している。旬の農産物を使い、地域に伝わる郷土食をアレンジした月替わり料理「けはや御膳」の提供、加工品開発に注力し、「けはやブランド」を創出した。

大分県竹田市「竹田研究所」

「竹田研究所」は、地域の文化・観光資源等の掘り起こしや、農林業・商工業の推進、情報発信などを多角的に行っている半官半民のシンクタンクである。「情報発信」「農村型観光」「城下町観光」「食・特産品開発」「研修」の5つの委員会があり、商業・農林業・観光を三位一体で盛り立てることを基本姿勢として伝統的な郷土料理を現在風にアレンジし直すことによるグリーン・ツーリズムの推進等、様々な活動に取り組んでいる。

5 . 地域活性化検討委員会

委員会メンバー

井上 和衛氏（明治大学名誉教授）

グリーン・ツーリズム、農山漁村の地域活性化における第一人者。東京教育大学農学部卒業。労働科学研究所社会科学部研究部長を経て、明治大学農学部名誉教授。全国グリーン・ツーリズム協議会会長。

金丸 弘美氏（食環境ジャーナリスト）

農業、食材、環境問題、地域活性化、高齢者の生きがいなどをテーマに取材・執筆。特に農業、食材に関しては全国の農村 300 ヶ所以上巡り、多くの著書を発表。

佐藤 彰啓氏（ふるさと情報館代表）

農村雑誌「家の光」編集者として全国の農業問題・農村社会のあり方を取材。その経験を踏まえ、90 年四谷に「ふるさと情報館」を設立。「都市と農山漁村の共生、対流に関する国民運動研究会」委員（農林水産省）。

郡山 雅史氏（社団法人地域社会計画センター）

農林水産省、国土交通省共管の研究機関の主任研究員。センターの研究開発として、地域・農業の主体的な管理運営・計画、JA の組織・経営計画、土地利用計画、グリーン・ツーリズムなど、幅広い地域問題を領域とする。

委員会実施日程

第 1 回委員会 2006 年 2 月 7 日

第 2 回委員会 2006 年 3 月 13 日

委員会開催場所

電通本社ビル会議室

6 . 調査年度

・平成 17 年度

・ 調査結果のまとめ

1. 各調査結果のまとめ

1) 伝統野菜や雑穀など地域伝来品種を活用した地域活性化手法調査のまとめ

北海道美瑛町「赤麦を守る会」の事例のまとめ

1. 地域の取り組み内容

1997年、20名で組織する「こぼら会」という地域おこしのグループが、美瑛の原風景であり写真家前田真三の写真集「麦秋鮮烈」等で全国的に有名になった赤麦の丘の景観を復活させたいと有志を集め、「赤麦を復活させる会」を結成し、手探りで赤麦の栽培を開始した。2年後の1999年が美瑛町の開基100年に当たることもあり、赤麦の丘の復活を開基祝賀イベントとして実施することが決定され、町も補助金等を含め支援を行った。行政等の支援もあり、イベントは成功し、みごとに赤麦の風景が復活した。これが契機となって、赤麦の丘を観光資源として活用する方法が模索され始めた。さらに、栽培される赤麦に付加価値をつけるため、赤麦を原材料とした地域の特産品を開発することを目的とした「赤麦を守る会」が、ペンションやホテルの経営者を中心にして10名により2000年に結成された。

赤麦を守る会では、まず、ビールに比べ少量の赤麦で作れるフルーティな発泡酒「ピルスナー」を生産したところ好評で、2001年には「ピルスナー」、「ビター」に加え、ノンアルコール発泡酒「テンダー」を開発し、その3種類を「赤麦鮮烈」という名前で商標登録し、現在これは美瑛町のブランド品となっている。一方、地域の食品加工製造者の協力を得て、味噌、醤油、パスタなどの商品開発も進められており、赤麦を製粉して作った小麦粉で、パンやパスタを作る動きが町内の飲食店に広がりつつある。

2. 事業・活動推進に当たったの各種地域活性化手法について

1) 地域の取り組み体制の確立手法

「こぼら会」を主体として、赤麦の原風景を復活させようと「赤麦を復活させる会」が立ち上がり、手探りで赤麦の復活栽培に取り組んだ。後に、ペンションやホテルを運営するIターン・Uターン組が中心となって、「赤麦を守る会」を組織し、赤麦を使った商品開発を進めることになった。

「赤麦を守る会」の話し合いで、最初の商品開発として取り上げられたのは、麦を主原料として作られるビールである。製造は目的・理念を理解してくれる加工食品メーカーをと考えていたが、理念を理解し、快くビールをつくってくれるメーカーは簡単には見つからなかった。関係方面への折衝を行う中で、会員の意見により道内の「帯広ビール」に打診した結果、生産に協力してもらえることになった。観光業者で結成された「赤麦を守る会」は、農業者と加工業者、観光業者の1次・2次・3次産業を結びつけるハブの役割を担い、地域の将来を見据えた取り組み体制が確立した。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

美瑛を愛するIターンやUターン組で、ホテルやペンションの経営者らが中心となって10名により組織された「赤麦を守る会」が活動の中心となっている。赤麦を守る会では、赤麦栽培に協力してくれる農家を開拓・育成するとともに2002年度から一般の人を対象とした「一坪会員」の募集を開始し、赤麦による地域振興に協力してくれる人材を都市部も含めて広く発掘・育成している。

3) 関係者の合意形成手法

赤麦栽培農家の開拓が思うように進まなかったため、「赤麦を守る会」は北海道知床のナショナルトラストの事例に学び「農地トラスト～赤麦一坪運動」のシステムを導入した。会費を一口3,000円にし、会員になってくれた方には2,500円相当の赤麦商品を送り、残りの500円が栽培資金となる仕組みで、インターネットのホームページや新聞へのニュースリリースで紹介したところ、初年度300人を超える会員が集まった。これらの活動を通じて赤麦栽培に協力してくれる生産農家への支援を行い、継続的な赤麦栽培体制が整備された。また、会員の多くが、美瑛ファンだったことも「赤麦を守る会」や赤麦栽培農家の士気向上に繋がっている。

4) 資金調達手法

美瑛町開基100年の節目に当たり、赤麦の丘復活の助成金(約100万円)が自治体から拠出され、赤麦栽培が復活した。それが呼び水となり「赤麦を守る会」が結成された。現在は、赤麦一坪運動の会費(3,000円)や、赤麦を守る会の会費で活動が推進されている。

5) 農産物の発掘・生産・加工・保護手法

赤麦(タクネ種)の特性を生かしやすい発泡酒からの段階的ビールづくりを道内の「帯広ビール」と提携し進めると同時に、周辺食品加工会社との協働のもと、赤麦を使ったパスタ、味噌、醤油なども商品開発した。赤麦栽培農家に対する委託料(1俵10,000円)の提供や、商品の売り上げの一部(ビール1本につき10円)を生産者に還元する仕組みづくりも進められている。これにより協力農家(1軒)が年度により変動はあるが30～50アールの赤麦栽培に継続的に取り組んでいる。

赤麦の生産、商品開発に関しては、「赤麦を守る会」が仲立ちをし、一坪運動等で都市住民のニーズを捉え、協力農家と相談しながら作り上げた。加工用以外の赤麦の生産分はJAに出荷されている。

6) 販売・告知・PR・消費促進手法

販売は、「農地トラスト～赤麦一坪運動」など参加会員の顔が見える通信販売や、地元ホテルやペンションで提供するスタイルをとっている。他にも地域のイベント等で販売されており、赤麦を使ったパンやパスタは地元の料飲店でも提供されている。

7) 地域ブランド化手法

赤麦を使った発泡酒は「赤麦鮮烈」という名で商標登録され、また、青果物や加工食品の出荷用段ボールのデザインも、「丘のまち美瑛」をイメージできるものに統一されている。

「赤麦の丘」は、美瑛の代表的な景観資源として位置づけられ、ビールのラベルなど、さまざまな商品パッケージに表現されている。

一方、美瑛町は、赤麦の収穫が終わった後や離農畑で景観作物を栽培し、美瑛の雄大な農村景観保全に力を注ぎ、ブランドイメージの向上に取り組んでいる。

3. まとめ

1) 主な活動の成果

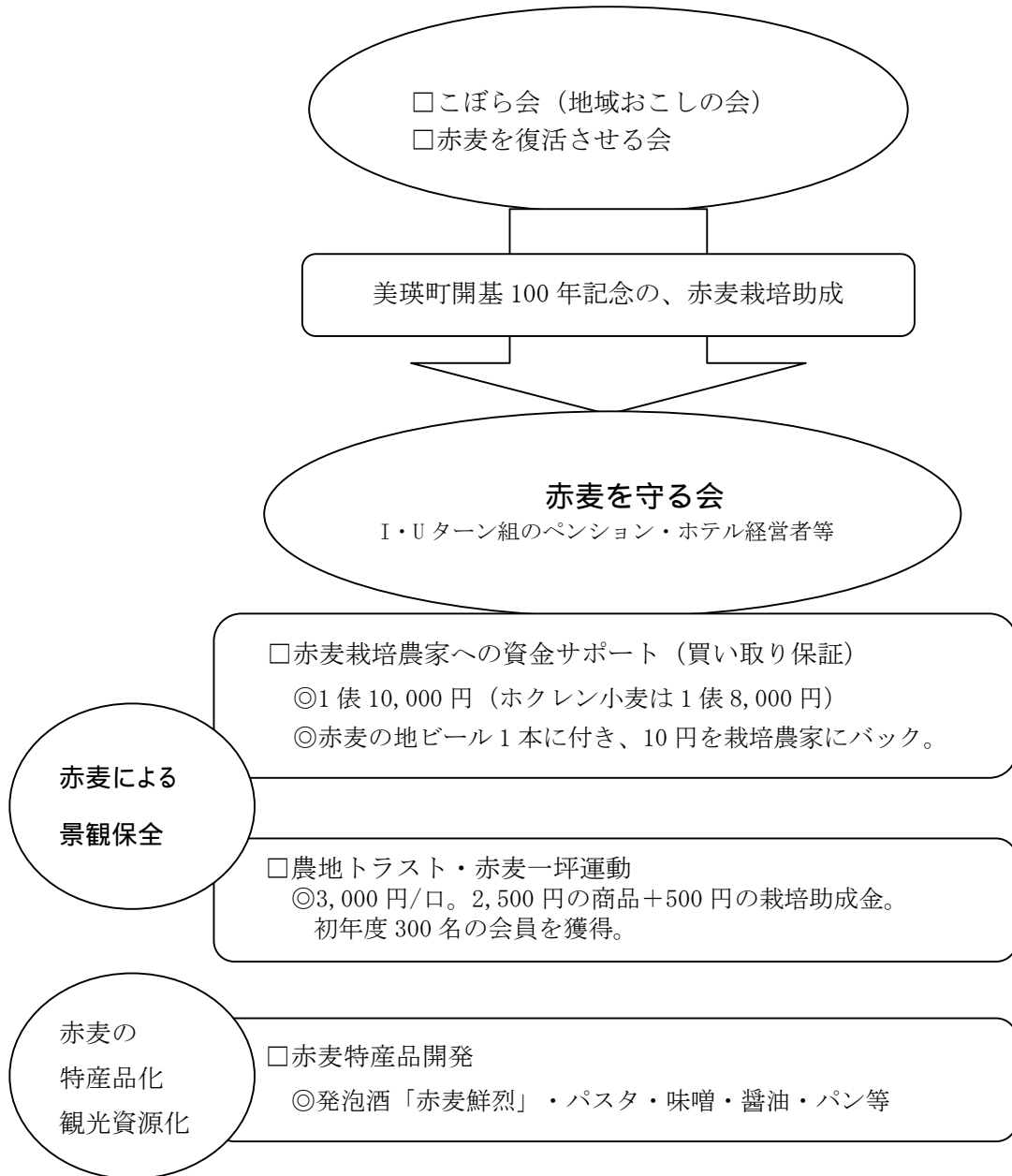
- ・地域の景観風景を形成していた「赤麦（タクネ種）」栽培の復活
 - －1軒の協力農家により30～50アールの栽培面積
- ・「赤麦」を原料とした新たな地域特産加工品の開発
 - －発泡酒「赤麦鮮烈」（「ピルスナー」、「ビター」、ノンアルコールの「テンダー」）
 - －その他、パスタや味噌、醤油、パン等
- ・赤麦栽培農家の支援を目的とした「農地トラスト～赤麦一坪運動」のシステム導入により、初年度だけで300人を超える会員が集まった。（会費は一口3,000円）
- ・第7回「ホクレン夢大賞」農業応援部門 優秀賞受賞

2) 活動のまとめ

広大な赤麦の畑や雄大な農地の広がる丘は、美瑛にとって大きな観光資源になっている。美瑛の一度は失われた赤麦を、景観作物としてのみ活用するのではなく、2次産業、3次産業と組み合わせ地域の特産品として利用する試みに挑戦しているのが、ペンションやホテル事業の経営者を中心に組織された「赤麦を守る会」である。地域の活性化に向けて観光業者が地域の農家とともに、知恵を出し合いながら、地ビールや、味噌、醤油、パスタ、パン等の特産品づくりに取り組んでいる。

「赤麦を守る会」の会員たちは、自らがIターンUターン組の都市住民であったことや、観光業という3次産業に従事していることから観光客や、都市住民のニーズに対する感度が高い。「赤麦を守る会」は、地域農業の付加価値を高める6次産業化に貢献するとともに、地域資源の赤麦を活用してできた特産品は、都市と農村とを結びつける「交流商品」としての役割を果たしている。

関係図



岩手県花巻市「イーハトーブ雑穀村」の事例のまとめ

1. 地域の取り組み内容

十数年ほど前から県内の二戸地方が有機栽培で雑穀を生産しており、花巻地方が雑穀に力を入れ始めたのは1995年頃からである。

転作作物の選定が課題となっていた本地域において、JAいわて花巻の高橋淳専務と、㈱プロ農夢花巻の小原部長は、健康志向、アトピー対策など、都市住民のニーズも踏まえ、過去に当該地域において生産されていたこともあり、雑穀を選定した。国内産の雑穀は5%程度であり、国内産の伝統食材のマーケットの広がりにも期待できると考えた。石鳥谷町八重畑地区では、当初、アワ、キビ、ヒエ、ハトムギを中心に行うことになり、生産については、手作業ではなく種蒔きも刈り取りもすべて機械化することを目標に掲げた。また、農薬や化学肥料を使わず木炭を用いて土作りからはじめる有機栽培にもこだわった。2003（平成15）年からは、米の転作作物として本格的な推進がなされた。2004（平成16）年には八重畑地区7集落の生産者約150人で68.5haの雑穀団地をつくることに成功した。同年、八重畑を日本一の雑穀の里にしようと「イーハトーブ雑穀村」（正式には八重畑地区雑穀振興協議会）が設立された。

2. 事業・活動推進に当たっての各種地域活性化手法について

1) 地域の取り組み体制の確立手法

イーハトーブ雑穀村の立ち上げ後、新たに排水や雑草問題の解決、アワ、イナキビの大規模機械化体系技術の早期確立を目指す、生産者、JA、㈱プロ農夢花巻、町、県（振興局、普及センター、農研センター）などが協力して進める「プロジェクト Z」事業を立ち上げ、地域の関係者による取組体制を構築した。（Zは雑穀・雑草の頭文字、アルファベットの最後の文字なので「後がない」ということを意味している。）

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

農家は農作物の栽培に関しては、自信を持っていたが、栽培開始後2年間は思ったような収量が得られず取り組みの継続は危ぶまれたが、生産者の中から「来年こそは成功させよう」という声上がるなど、生産意欲の低下を食い止め一致団結して雑穀づくりに取り組む機運の醸成に努めた。このように生産の危機を乗り越えて、再出発することができたことが、生産者の自信を生み、生産面での人材育成に結びついたといえる。また、機械化への早期取組等が高齢化した生産農家にも雑穀栽培を可能にするなど人材の確保・育成に結びついている。

3) 関係者の合意形成手法

イーハトーブ雑穀村村長伊藤正男氏は、JAや全国雑穀協会の理事も兼任しており、農家等関係者の信頼もあったことから、意見のとりまとめが容易であったといえる。農家が生産した雑穀はJAが取りまとめ、仮渡し金を示すと同時に、「産地づくり交付金」の対象としたことも農家を雑穀栽培に取り込み、合意を得られたポイントだったと言える。

4) 資金調達手法

イーハトーブ雑穀村の立ち上げには県の政策推進室や岩手県花巻地方振興局からの補助金を利用した（産地づくり交付金、反当約4万円）。JAの開発費などにも利用している。雑穀生産などを紹介するフォーラムなどは振興局が主催している。

5) 農産物の発掘・生産・加工・保護手法

当初は、八重畑地区の7集落の農家代表者が3年間掛かって雑穀栽培や排水などについて研究した。雑草処理や大規模作付けなどについては試行錯誤の末、現在使用している稲作や大豆生産用の機械を改良して使用した。伊藤氏は、長年用いてきた種子は、その土地に適しているはずという理由から、推奨品種の種子を用いるだけでなく、各農家の自家採種の種子の積極的な栽培を呼びかけている。

なお、2004年には、岩手県雑穀遺伝資源センターが設立され、県内に残された雑穀の収集・保存も行われるようになった。2005年にはJAいわて花巻に雑穀生産部会も発足させている。

6) 販売・告知・PR・消費促進手法

当初は、JAが販売を担当していたが、昨年（平成17年）5月から、生産部門と販売部門を分けるために、販売部門は㈱プロ農夢花巻が担当している。その他、JAいわて花巻の直売所で「母ちゃんハウスだあすこ」、花巻市内のホテル、土産物店にも商品が置かれている。さらにお取り寄せ便としても販売している。「雑穀フォーラム」や「雑穀料理コンクール」なども開催し、雑穀に対するPRにも努めている。また、伊藤氏が理事を務める日本雑穀協会は2006（平成18）年に「雑穀ソムリエ」資格制度を創設して、雑穀を深く理解し、調理や栽培のできる人材の育成を始めている。

7) 地域ブランド化手法

ここ数年の雑穀ブームで、岩手の雑穀は注目されており、イーハトーブ雑穀村の商品もすでにブランドとなりつつある。消費者が買い求めやすいように、それぞれの雑穀は100g入りと300g入りを用意するなどパッケージにも工夫している。雑穀セットには、地元宮沢賢治にちなんだ「銀河の実り」というネーミングで、宮沢賢治を髣髴させる「物語商品」作りを展開している。

3. まとめ

1) 主な活動の成果

- ・八重畑地区雑穀振興協議会（愛称＝イーハトーブ雑穀村）による雑穀団地の形成
 - －2005年には、111.6haとなり、県下一の規模。
- ・雑穀を活用した地域特産加工品の開発
 - －「ひえ冷麺」「ひえうどん」「六穀冷麺」「六穀うどん」等
 - －お湯をかけるだけで食べられる「雑穀雑炊」や「八穀黒酢」なども商品開発中

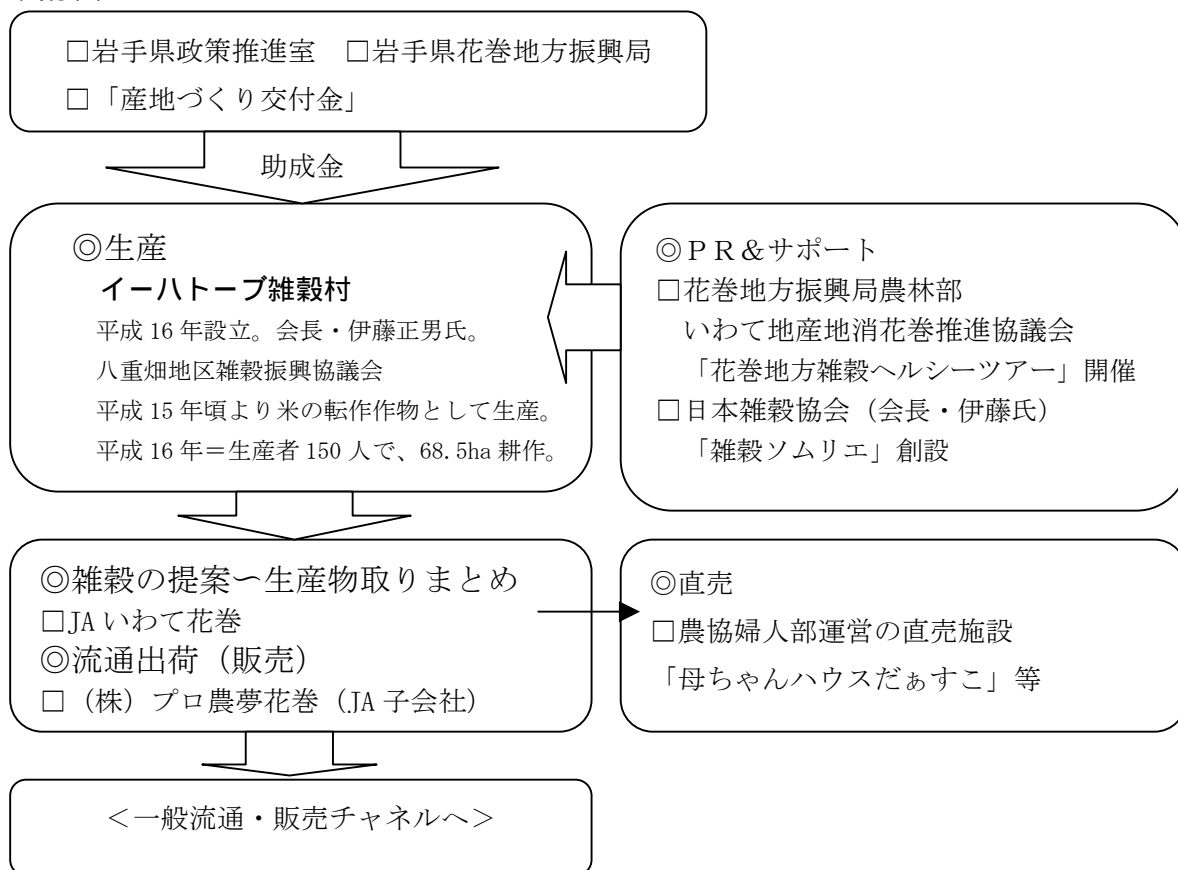
- 雑穀を混ぜ合わせた六穀、八穀のブレンドパック等
- ・ 雑穀生産販売による収益の確保
 - 今年度の売上は 4 億 5,000 万円。2~3 年での倍増を目指している。

2) 活動のまとめ

アワ、ヒエなどの「雑穀」は、花巻地方で古くから生産されている地元ではなじみの食材であった。また、生産に関し技術を有している農家も多かった。この雑穀を食の地域資源として注目、発掘し、転作作物として生かしたのが、現在のイーハトーブ雑穀村村長伊藤正男氏であった。氏は生産農家に対し、JA による収穫物の全量引き受けを保証するとともに、生産物に合わせて 1kg あたり 230 円から 700 円の農家仮渡し価格を農家に払い、さらに「産地づくり交付金」の対象とするなどの支援を実施した。同時に、生産の機械化も進め、2004 年には、150 人の参加、68.5ha の雑穀団地を形成するまでになった。同年「イーハトーブ雑穀村」を設立、2005 年には、栽培面積も 111.6ha となり、県下一の規模となっている。

本活動における成功の要因としては、健康志向を標榜する都市住民のニーズを見すえながら米からの転作作物として、地域資源の「雑穀」を発掘したという点に加え、生産農家の不安を取り除き、機械化の導入を促進し大規模生産に結び付けたという点、さらには(株)プロ農夢花巻に販売を一本化するという「生産」「加工」「販売」の一連の流れを結びつけた点が上げられる。

関係図



奈良県奈良市高樋町「^{きよすみ}清澄の里・粟 AWA」の事例のまとめ

1. 地域の取り組み内容

農家レストラン「清澄の里・粟 AWA」を経営する三浦雅之氏は、妻とのアメリカ旅行の中で、ネイティブアメリカンの食＝とうもろこしの食事に刺激を受けるなど、「農的生活」に惹かれて帰国し、伝統野菜や在来種が残る農村を訪ねて歩く生活を始めた。その後、自然農法を学ぶために、奈良県桜井市の「赤目自然塾」に2年間通い、その際に高樋町の農家と懇意になった。それがきっかけで農地を借り、在来種の野菜や豆、雑穀づくりを開始し「農家レストラン・粟 AWA」を始めることになった。1998年に、任意団体「清澄の村」を設立して、奈良の伝統野菜（大和野菜＝大和マナ、大和イモ、大和三尺きゅうり等）の調査研究を行ってきた。エアルーム（世界の様々な民族によって幾世代に渡って受け継がれてきた在来種で「先祖伝来の財産・宝」と訳される）と呼ばれる海外の伝統野菜も加え「在来種」の保存活動や年間約100種類以上の品種を栽培している。

一方、奈良県では、古くから地域で栽培されてきた「大和の伝統野菜」を県の特産物として、生産や販売を促進している。同時に、食文化として「奈良うまいもの」というレシピを開発し、観光地のレストランで提供している。その中には、大和野菜を食材とするレシピも含まれている。県は、2010年の「平城京遷都1300年」を控え、特産物となる「大和野菜」の振興や、県民生活の向上を目指した「もてなしの心プロジェクト」など、三浦氏との連携も図りながら、さまざまな施策を実施することとしている。

2. 事業・活動推進に当たっての各種地域活性化手法について

1) 地域の取り組み体制の確立手法

当初は、三浦氏が地元地権者から農地を借り、独自に伝統野菜の調査研究に取り組んでいたが、1998年に「NPO法人 清澄の村」を設立した。現在、当該団体の会員約40名を中心に、「清澄の里・粟 AWA」を拠点として、農村文化の創造とコミュニティ機能の再構築を目指すコミュニティビジネスを推進している。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

伝統野菜の調査研究活動を進める NPO 法人清澄の村を設立している三浦氏は清澄地区での「大和伝統野菜」振興の中心人物である。県では、その活動を支援する観点から、高齢福祉課が「地域ささえあいカンパニー」の助成策の紹介等を行っている。一方、三浦氏は、地元農家に大和野菜の栽培を依頼し、少額ながら報酬を支払い、農家の生きがいと農業振興にも寄与している。

3) 関係者の合意形成手法

I ターンである三浦氏は、地域コミュニティとの良好な関係づくりに注意を払った。最初は、地権者の方と関係をつくり、農業のやり方を教えてもらい、地元に着して農作業を行った。また、三浦氏は、相手をより理解したいということから、地域の会合に積極的に参加すると

同時に「清澄の里・栗 AWA」を会合などの場として、地域に開放しコミュニティ活動を推進することにより関係者との合意形成に努めている。

4) 資金調達手法

三浦氏が農家レストランを始める前に、大和野菜の発掘調査業務として農水省の委託調査業務や、ムコダマシの栽培や商品化となるコミュニティビジネスに対しての助成があった。そして、前述の懇意になった地元地権者から、安く土地を貸してもらうなどの支援を受けた。

また、地域ニーズに対応した事業を実施しようとする高齢者主体のグループを支援する助成事業「地域ささえあいカンパニー（1 グループ 80 万円）」の助成等を受けている。

5) 農産物の発掘・生産・加工・保護手法

農産物の種の保存に関し、三浦氏は、高樋町清澄地区に農地を借りる前から、奈良県内にある在来野菜を調べ、育ててみようと考えていた。伝統野菜にはどんなものがあるか、どんな人が野菜の種（たね）を持っているか調査を実施した。農家から種を分けてもらい、荒れた農地を耕し、自ら伝統野菜の栽培を行った。また、採種を行い、その種の保存も行っている。このような取組により現在では、採種した種を、他に分ける段階にまで来ている。現在、自然農法での栽培協力農家の数は 8 戸で、栽培面積は NPO 活動として約 70 アール、栗の独自栽培で約 40 アールとなっている。

6) 販売・告知・PR・消費促進手法

マスコミ取材を歓迎している。三浦氏の活動が PR されることで、同時に大和伝統野菜も PR され、地域の宣伝にもなっている。店内の一面には、取材掲載の雑誌や書籍、自身が寄稿したコラムが置いてあり、閲覧できるようになっている。ロコミも効果があり奈良旅行のついでにと、東京からもお客が訪れている。

7) 地域ブランド化手法

「栗」では、大和野菜とその食べ方を広めようということから、メニューや素材となる野菜の一つ一つを、お客様に説明しながら出している。器やテーブルクロスなどの小物に気を使ったり、野の花をテーブルの脇に添えたりと都市住民のニーズに応える店の雰囲気作りに心を配っている。お客に合わせた対応をするのではなく、店の考えをわかってもらうというスタンスで運営している。

一方、奈良県は、奈良ブランドを新しくイメージづける「大和野菜」14 品種を選定し、認定組織を設置するとともに「大和野菜振興協議会」を立ち上げている。認定大和野菜には、「ここにこだいちゃん」マークを添付するなどして、大和野菜の振興・普及に努めている。

3. まとめ

1) 主な活動の成果

- ・「NPO 法人 清澄の村」（約 40 名）による大和伝統野菜の調査研究活動

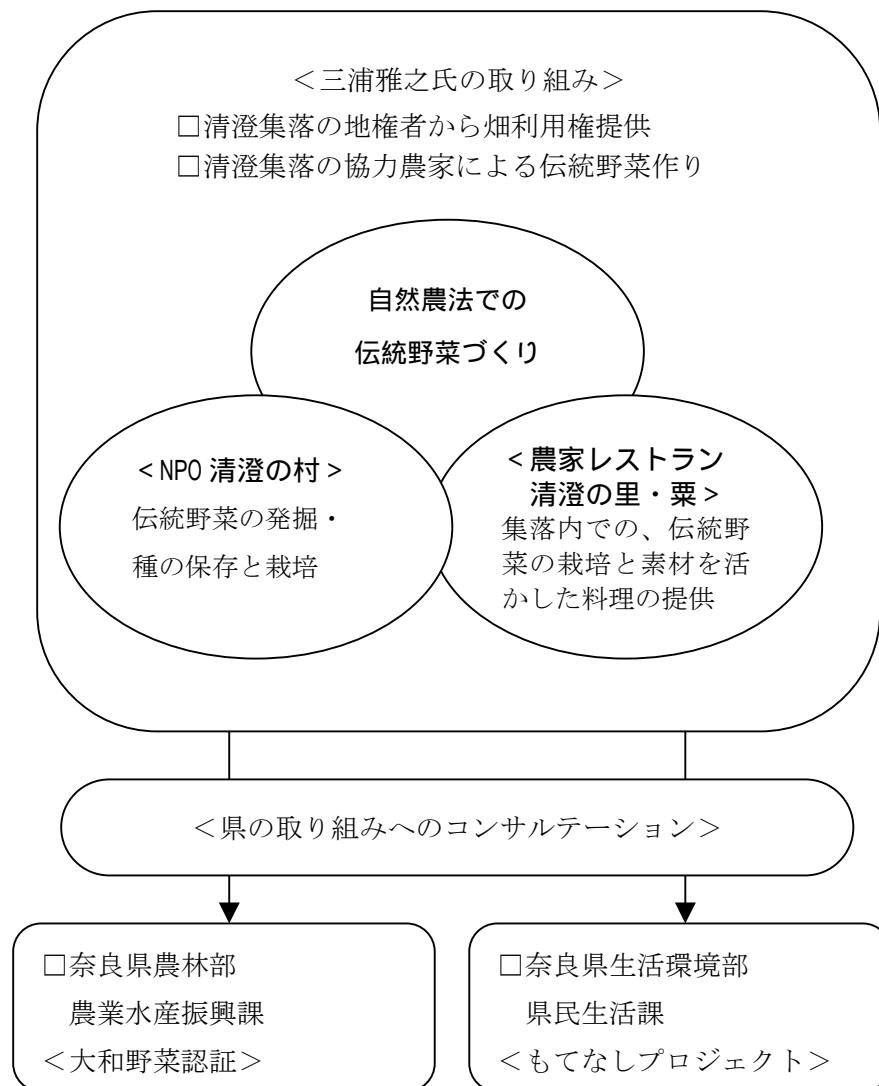
- ・大和伝統野菜を中心にエアルームと呼ばれる海外の伝統野菜を加えた国内外の在来種を年間約 100 種類以上、栽培・保存
- ・8 戸の協力農家と約 70 アールの栽培面積で、自然農法による栽培を実践
- ・人気レストラン「清澄の里・栗 AWA」を通じた大和伝統野菜の提供／PR
- ・奈良県大和野菜認証活動との連携

2) 活動のまとめ

三浦氏の活動は、伝統野菜の発掘、栽培から、「講演などで大和伝統野菜を知らしめていく、種を分ける、書籍を出版する」という“広める”段階に入ってきている。「清澄の里・栗 AWA」の法人化、2 号店出店の計画もある。「清澄の里・栗 AWA」は、料理の値段は少々高額ではあるが、都市部のお客を惹きつけている。その要因としては、エアルームの考え方をベースとした自然農法での伝統野菜づくりと、ホスピタリティに富んだレストランが一体化していることにあると言える。

伝統野菜は、その歴史や意味、意義、健康効果などを伝えて普及させる「説明型商品」としての面もあり、奈良をアピールする重要な食の資源でもある。そのため、素材を活かしたシンプルで味わい深い料理を提供する「清澄の里・栗 AWA」のように、いかに美味しく提供するかという「料理」の開発も重要である。食材としての「大和伝統野菜」を、「料理」や提供する「場所」も含めた食文化に高めることで、消費者の共感が得られるのである。このようなストーリーが描けた時、奈良の大和野菜も“奈良のうまいもの”としての広がりを見せることになると思われる。

関係図



伝統野菜や雑穀など地域伝来品種を活用した地域活性化手法調査のまとめ

地域伝来品種や作物は、地元にとって、「米からの転作作物」や「特産農産物」、「農村景観を形成する作物」の側面も有している。今回は、その3つのケースを調査したが、換金性が高く大量に生産されている農作物ではないということが、いずれの地域にも共通する点であった。ただし、その中で花巻地区の取り組みは、生産物の量的な確保に向けて仮渡し価格の設定や機械化の促進などで結果として100haを越える栽培面積を確保し、収益面の確かな裏付けを確立しつつある点が特筆に値する。一般的に地域伝来品種は、農薬の使用に向かず大量生産が難しい作物が多く、そのため普及に時間がかかり、流通にのせにくいという面がある。しかし、それ故の希少性や独自性に加えて、その滋味深い味わいや、バランスの良い栄養価は、消費者の食ニーズにマッチしているといえる。

前述のように花巻市イーハトーブ雑穀村では、アトピーやアレルギー疾患を含む都市住民の“健康”食に対するニーズを的確に掴み、雑穀の集団転作に踏み切り、地域の関係者が一丸となって生産、流通、商品開発に取り組んだ結果、岩手県内随一の雑穀生産地となっている。

奈良県高樋町清澄集落では、伝統野菜の自然農法栽培をしながら、農家レストランで提供している三浦氏の取り組みは、レストランの平均稼働率90%という数字が、消費者ニーズを実証している。

一方、昔の美瑛の原風景を形成していた赤麦の栽培を復活・育成すべく、地元農家に資金的サポートをしたり、農地トラスト活動を行っている、地元でペンションなどを営む有志の取り組みは、都市住民の共感を得て、農地トラスト活動は初年度で300名以上の会員を集めている。

地域伝来の品種や作物は、その栽培特性から生産は容易ではないが、健康に良く美味しいものを食したいという消費者ニーズに合致しており、農産物や農産物加工品自体の需要は決して低くない。今回調査した地域は、本来その土地の“地域資源”であった伝来品種や作物の特性を活かし、継続的な栽培者の確保・育成と、それに付加価値をつけるための新たな商品開発、さらには流通・販売・PR等に対する地域関係者のバックアップによって、都市住民のニーズを掴み、地産地消の枠を拡大した都市と農村の交流型消費による地域の活性化につなげている。

2) 地域内資源循環を基盤とした地域ブランドの確立手法調査のまとめ

山形県長井市「レインボープラン」の事例のまとめ

1. 地域の取り組み内容

「レインボープラン」は、長井市で農業を営む人たちが市民とともに「農業のあるまちづくり」を考えはじめたところから生まれてきた。よって、その基盤は長井市民によって作り出されている。「生ゴミを仲人役にして、土と人、農業と台所、今と未来を架け橋でつなぐ。そこに食が入れば、生産者は堆肥の消費者、消費者は堆肥の生産者となる。食と農に関わる市民の生活そのものを創造していく」ということがコンセプトである。生ゴミ収集は10年目を迎えようとしているが、レインボープラン協議会としては、これまでの取組を第一期と位置づけている。第二期の具体的事業としては、「虹の駅」と「市民農場」等が取り組まれている。

2. 事業・活動推進に当たっての各種地域活性化手法について

1) 地域の取り組み体制の確立手法

1988年斎藤市長のもと行政主導の「まちづくり」から市民主体への転換を目的に長井市の若者たち97名で「まちづくりデザイン会議」が開催された。理念は「快里（いいまち）をつくろう」というものである。そのとき採択された提言は「農業は文化である」を根幹として、輸入自由化に対応するために安全で美味しい農産物の生産などが上げられていた。デザイン会議から具体的事業へと「快里（いいまち）研究所」に受け継がれ、「生ゴミのリサイクル堆肥化」が大きくクローズアップされた。それが「レインボープラン」の取り組み体制確立へと繋がった。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

これまでの10年以上の活動の中、農業が軸に置かれながらも、常に異業種の長井市民を取り込んで協議会や研究会が設立されてきた。そうした人脈が後々の活動に生きてきている。

NPO法人の市民農場などでは、排水不良地の農地復元や施設園芸等の農作業全般に有償ボランティア（時給300円）が対応し、正会員（入会金2,000円、年会費2,000円）や活動の支援を行う賛助会員（入会金2,000円、年会費5,000円）といった人材の確保・育成手法が取り組まれている。また、農産物の認証制度を設け、認証農家の育成にも努めている。

3) 関係者の合意形成手法

まちづくりデザイン会議からレインボープランに至る過程において、市が中心となって進められた幅広い者によるそれぞれの協議会や研究会、委員会によって活発な議論がなされ関係者の合意が形成されていった。ポイントは、幅広い業種の市民参加と議論や協議を重ねることによる市民全体としての合意を行政が主導して形成する手法である。

4) 地域内資源循環システム

レインボープランによる生ゴミの収集は、約 5,000 世帯となっている。コンポストセンター入り口で、バケツコンテナの重量を量り、収集された生ゴミ（年間 1,033t）は原料貯留槽に入れられて、牛糞を主とする畜糞（510t）と混ぜられ、一次発酵槽へと移される。一次発酵以降ほぼ 80 日間で堆肥は完成し、年間約 450t の堆肥を生産している。

5) 資金調達手法

コンポストセンター建設に至るまでの計画段階として「台所と農業をつなぐ・ながい計画調査委員会」の活動は、市から調査費として 50 万円が交付されている。コンポストセンターの総工事費は、3 億 8,522 万円であり、コンポストセンターで作られる堆肥は農家に販売され、年間約 187 万円の収入になっている。

6) 農産物の生産・加工・技術開発手法

農産物に関しては、農薬や肥料の質を基準とする市独自の認証制度があり、約 20 戸の農家が 14ha の栽培面積で取り組んでいる。加工品に関しては、町の加工業者がレインボープラン農産物を利用して、独自の製品を生み出している。

7) 販売・告知・PR・消費促進手法

レインボープランが動き始めた際、出来上がった堆肥をどうやって市民に返していくかを考えたメンバーは、決められた曜日（場所毎に異なる）の午前中といった形で定期的に、商店の軒先を借りてレインボー農作物の直売を行っていた。その後、常設の流通拠点である「虹の駅」ができたことで販売面等が大きく前進することとなった。

8) 地域ブランド化手法

コンポストセンターで作られた堆肥を使った農作物に対して、農薬や肥料の質をも吟味した「レインボープラン農産物認証制度」を制定した。これは農水省のガイドラインをベースにしつつ、レインボープランとしての独自の認証制度である。レインボープランコンポストを、10 アール当たり 2t 以上施用することや自家堆肥を使用する場合でも、レインボープランコンポストを 10 アール当たり 1t 以上使用すること等が基準として設けられている。認定を受けたレインボープラン認証農産物は、シンボルマークを使用した認証シールが貼られ、出荷、販売されることになる。

3. まとめ

1) 主な活動の成果

- ・ 5,000 世帯から年間 1,033 t の生ゴミを回収し、蓄糞 510t、水分調整剤（モミガラ）180t を合わせ 430～450t の堆肥を生産。
- ・ コンポストセンターで作られる堆肥は農家へ 1t あたり 4,000 円で販売され、年間約 187 万円の収入になっている。現在、生ゴミの堆肥化に要する市の経費は、堆肥の販売収入など

を差し引いて、年間で3,432万円となっている。

- ・レインボープランの堆肥を使った農産物を販売する常設の直売所としてNPO法人「虹の駅」がオープン。今は赤字だが、3年程度での黒字化を目指している。
- ・生産と消費の垣根を取り払う試みとしてNPO法人レインボープラン市民農場を開設。今は赤字だが、5年程度での黒字化を目指している。
- ・独自の認証制度である「レインボープラン農作物認証制度」を制定。認定を受けたレインボープラン認証農作物は、シンボルマークを使用した認証シールを貼られ、出荷、販売される。認証農家は、約20戸で、栽培面積は14haである。
- ・異業種間の融合によるレインボープラン農産物を使った加工品づくり
－「長井ラーメン」、「レインボーそば」、豆腐、味噌、納豆、カボチャや人参の洋菓子等

2) 活動のまとめ

地域の生ゴミ等の有機物資源を使った再資源（堆肥）化への取り組みに関しては、長井市のレインボープランは国内でも有数の先進事例といえる。住民参加型のまちづくりを志向し、住民と自治体などの行政が一体となって地域内資源循環を推進していることも特筆に値する。そのことは今でも他の自治体等からの視察や取材が絶えないことや教科書にも取り上げられていることを見ても明らかだと思われる。しかし、現在、レインボープランは第2期に入っており、第1期で確立した先進的な「循環」事業がまちづくりにどう活かされるかに取り組んでいる。“まちづくり”に向けては、有機物の再資源化による優良堆肥の生産だけに留まらず、土づくりや有機農産物の生産、さらには地産地消による農産物の流通活性化といった取り組みが不可欠となってくるだろう。現在、既に第2期の取り組みを行っているが、最終的に「環境保全型農業の推進」や「安全かつ高付加価値のある農産物生産体制の確立」を通じて経済面においても活性化につなげていくことができればレインボープランは、一層素晴らしい取り組みに発展していくものと思われる。

関係図

<第1段階>

□生ゴミ処理を検討し、地域循環システムを構築する取り組み

まちづくりデザイン会議

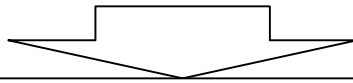
行政主導で行われた、市民主体のまちづくり委員会。若者を中心に市民97名。

快里（いいまち）デザイン研究所

デザイン会議の分科会提案を具体化する目的で、18名のメンバーで設立。

台所と農業をつなぐ・ながい計画調査委員会→推進委員会

レインボープラン（愛称）



長井市事業として、堆肥製造施設建設。生ゴミ回収事業実施。

<第2段階>

□有機農産物づくり、販売体制づくりによるまちづくりの取り組み

NPO 法人市民市場・虹の駅 農産物直売施設運営。

加工者やレストラン等に消費者ニーズを伝え、加工品開発をコーディネート。

NPO 法人市民農場 農家や消費者が一体となった形での生産活動。

有償ボランティアスタッフ等によるハウス栽培で、有機農産物を生産。

長井村塾

独自に認証農産物を流通・販売。

まちづくりコミュニティも運営。

佐賀県伊万里市「伊万里はちがめプラン」の事例のまとめ

1. 地域の取り組み内容

市街地の飲食店から出る「生ゴミ」を資源として生かせないかと考えたところから「はちがめプラン」はスタートしている。NPO 法人「伊万里はちがめプラン」は、本来生ゴミや廃食油を捨てる側であった料飲店組合・旅館組合が主体となり生ゴミや廃食油を不潔不要な厄介物として燃やしたり、埋めたりしてしまうのではなく、資源として活用しようとして取り組んでいる。その考えは「生ゴミを有機堆肥に変えて畑や田んぼに戻すことで食物連鎖を促し、次の生命体のエネルギー源として役立ち土に活力を与えることができる。その豊かな土壌から安全で元気な作物を生産し地域に還元しよう。この土の中を流れて川や海へと流れる水も蘇り、従来持っていた自然の『健全さ』や『豊かさ』を取り戻すことができる。」というものである。

2. 事業・活動推進に当たっての各種地域活性化手法について

1) 地域の取り組み体制の確立手法

生ゴミの約 80%は水分であり、可燃ゴミの処理費用は一日約 139 万円、1t あたり 34,000 円である。つまり、1 日約 54 万円が生ゴミの焼却に使われ、そのうちの約 43 万円が「水分」を燃やすために使われていることになる。これは壮大な無駄ではないかと思ったのが、レストラン「伊万里亭」を経営する福田俊明氏であった。

このような生ゴミに関する問題意識から立ち上げたのが「生ゴミ資源化研究会」であった。特に難しかったのが温度管理であり、優良発酵菌の選別培養であった。当初は研究会と銘打ってはいたものの、実質的には福田氏一人が生ゴミの堆肥化を試みていただけであったが、平成 9 年、組合員のなかに少しずつ理解者が増えてきたのを機に、新たに「生ゴミ堆肥化実行委員会」を結成した。生ゴミリサイクルの活動が軌道に乗り始めた平成 15 年に福田氏を理事長として NPO 法人「伊万里はちがめプラン」が設立された。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

福田氏個人による取り組みが中心であるが、現在、はちがめプランの堆肥化プラントで働いている若者 2 名が取り組みに関心を持ち始めている。しかし、継続的な取り組みとして携わる人材の育成と確保は今後の課題である。

一方で、平成 14 年に開催された、はちがめ堆肥を使用して 50 アールの菜の花を作り、花から油を絞る等の「九州菜の花サミット」が、きっかけとなり、教育現場への導入が進められている。地元の大坪小学校 3 年生が体験学習として、出来た堆肥を使い菜の花を育て、採取をしている。子どもたちには好評で、先輩から後輩へと知識や技術が伝達されており、今後の人材育成に繋がるものと期待されている。

はちがめプランと提携している佐賀大学では、サテライト教室と銘打ち、堆肥化プラント横の事務棟を使った授業を開始し、単位取得の講義としている。福田氏も特任教授として講義を行い、学術的な側面からの人材育成を図っている。

3) 関係者の合意形成手法

福田氏が料飲店組合の会合において、商売上の生ゴミは、何とかならないかと提案したことが契機となった。その後、「生ゴミ堆肥化実行委員会」が作られ、すでに生ゴミ堆肥化を行なっている先行地域の視察にも出向いた。最初は、福田氏が一人で実験等を行い、報告する形をとったが、プラントでの生ゴミの堆肥化実験が行なわれる中、見学に訪れる学校や市民団体も増えていき、特に女性の市民グループの関心は強かった。そこで、平成13年1月、市民グループが中心となって生ごみステーションを設けて、生ゴミの回収を実施することになった。さらに、はちがめプランから作られる堆肥を使って地元の農家の協力により50アールの菜の花畑を作り、菜種油を生産するプロジェクトも始まった。平成16年からは市内の高齢者グループ「いまり菜の花の会」（会員数35名）が菜の花プロジェクトへの協力と参加を表明し、新たな展開を見せている。福田氏の個人的な取り組みが中心となってスタートしたプロジェクトが、女性や高齢者の市民グループとの合意形成により活動の輪が広がりつつある。

4) 資金調達手法

当初は、組合でつくった委員会の持ち出しによって活動していたが、その後、いくつかの助成金によって設備を拡充していった。具体的には、伊万里商工会議所の助成で種菌培養実験場を、雇用能力開発機構佐賀センターの支援で菜種搾油機を、地球環境事業団の支援で廃食油ディーゼル燃料化装置を、それぞれ導入している。現在、運営費は会費、市からの援助などによりまかなっている。

5) 農産物の生産・加工・技術開発手法

はちがめプランとそれを含む伊万里「環（わ）の里」計画の中で、「環境保全型農業の推進」は4つの活動事業の1つである「地域環境創造活動事業」に含まれている。はちがめプランとしては、農産物の認証制度等を行っていないが、できあがった堆肥は、大坪町古賀地区を中心に約20軒の協力農家による栽培実験に使われた。また、「環境保全型農業の推進」活動の一環として、堆肥の作物に対する影響については佐賀大学の協力を得て調査をつづけている。例えば、染谷助教授は専門である土壌環境学の分野から「生ごみ堆肥の品質向上に関する試験研究」を行った。この成果は、はちがめ堆肥の使用による作物の生育の違いといった研究に現れている。

6) 販売・告知・PR・消費促進手法

平成13年11月、大坪町の古賀グラウンドで第1回目の「はちがめ市」を開催。伊万里はちがめプランの活動の報告と、はちがめ堆肥で育った農作物の販売を行った。13軒の農家（事業所）の参加があり、米、大根、白菜、キャベツ、たまねぎ、人参、ブロッコリーなどバラエティに富んだ農作物を販売し、好評を得た。JAの直売所「四季の館」（二里町）でも売られている。

平成16年3月「はちがめふれあいステーション風道（ふうどう）」と命名された農産物の

直売所が経済産業省による市民活動活性化モデル事業の採択を受けて開設した。農業者がはちがめ堆肥を利用した農産物等を販売するものであり、袋詰めされたはちがめ堆肥も販売されている。また、農産物加工品も揃っていて、周辺市町村からの来訪者も多い。現在、風道に出荷している農家数は46戸となっている。

7) 地域ブランド化手法

菜種油については、菜の花プロジェクトによって知られるようになっており、人気も高く、直売店でも品薄となっている。また、はちがめ堆肥も農家には人気が高まりつつある。デザインは、はちがめのデザインを用いて、親しみやすくしており、はちがめプランの車には大きくロゴマークなどが記されていて、それ自体が広告塔の役割を果たしている。

伊万里「環の里」計画の活動の中で、自然食レストラン「ティア松浦店」の本岡社長を訪ね、生産農家と一緒に、調理・加工の料理勉強会を実施したりしている。しかしながら、はちがめ堆肥を使用した有機農産物の供給量が少なく、また独自の認証制度もないため、地域ブランドの確立は、今後の課題といえる。

8) 異業種連携・ネットワークづくり手法

もともと飲食店組合などを母体としているため、多業種が加わる組織になっている。また、ネットワークづくりにも力を入れ、伊万里「環の里」計画としてはクリーン伊万里市民協議会が中心となり、商工会議所、消費者グループ協議会、地域婦人連絡協議会、廃棄物対策協議会、ロータリークラブ、ライオンズクラブ等、多くの団体、組織が参加することになった。

3.まとめ

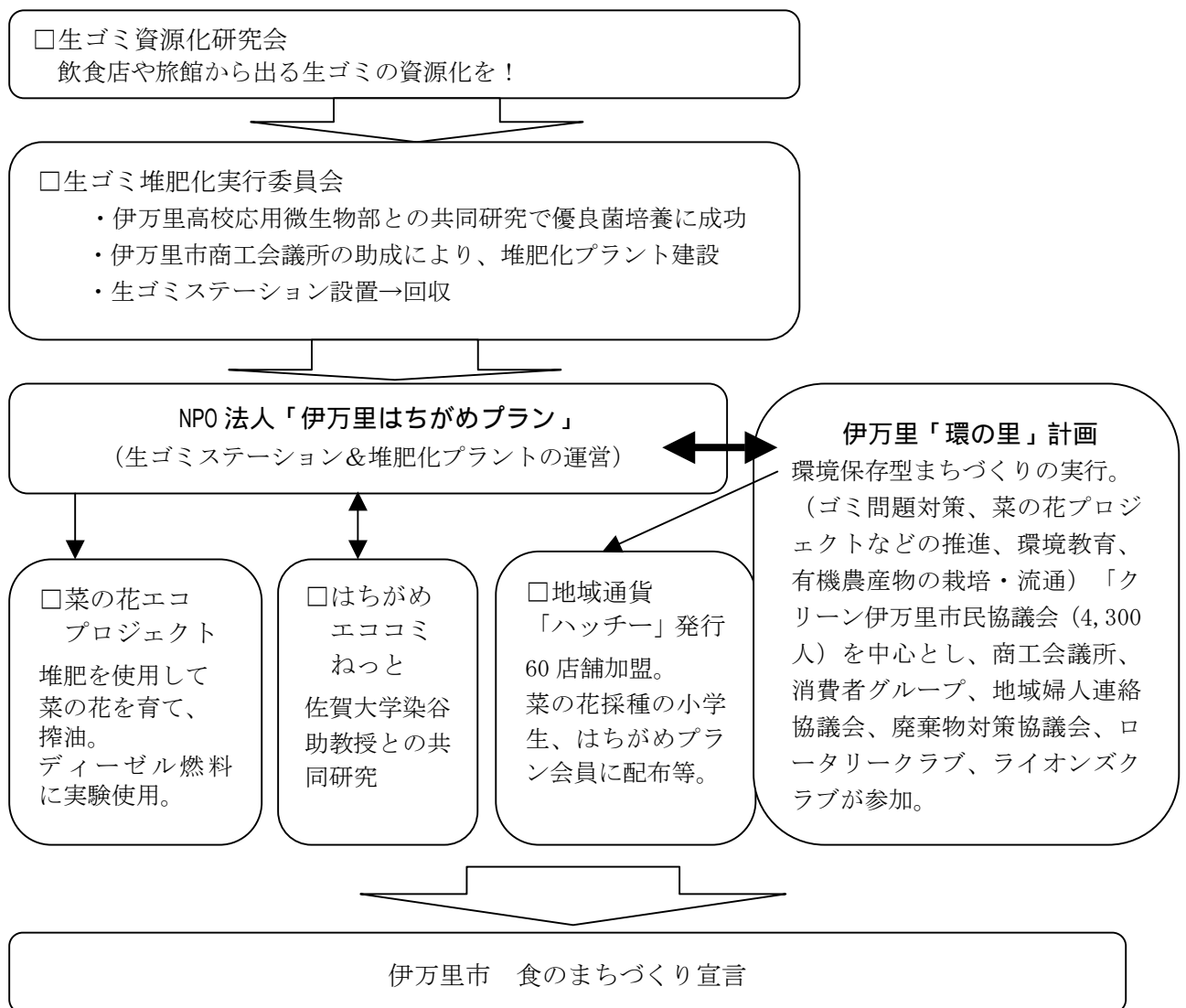
1) 主な活動の成果

- ・一般家庭 221 世帯、事業所 60 軒からの生ゴミ約 1.5t~1.8t/1 日を収集し、約 600kg の堆肥を生産
- ・はちがめ堆肥を用いた“菜の花プロジェクト”の推進
- ・伊万里「環の里」計画による伊万里市全体を括る環境保全型の町づくりへの発展
- ・伊万里「環の里」計画を通じた異業種ネットワークとの連携や佐賀大学との連携
- ・平成 16 年、農産物の直売所「はちがめふれあいステーション風道」が開設
 - ー現在 46 戸の農家が、はちがめ堆肥を使った農産物を出荷
- ・各コンテスト等の受賞歴
 - ー平成 13 年度「第 11 回地球にやさしい作文活動報告コンテスト経済産業大臣賞」(読売新聞主催)
 - ー平成 15 年度「第 6 回 KBC 水と緑の大賞コンテスト大賞」(九州朝日放送主催)
 - ー平成 16 年度「第 8 回環境水俣賞共生部門大賞」(熊本県水俣市主催)
 - ー平成 16 年度「ふるさとづくり賞主催者賞」(NHK・読売新聞主催)
 - ー平成 17 年度「第 2 回立ち上がる農山漁村レポート選定」(農村政策推進部選定) 等

2) 活動のまとめ

NPO 法人を母体としているものの、基本的には飲食店組合、現理事長、福田氏の個人的な関心からはじまっているだけに、いろいろなことが即座に決定されて、実行に移されていく。また、佐賀大学の支援を受けているために、学術的な裏打ちもなされ、堆肥、菜種油の製品としての質も向上している。はちがめプランとしては、生ゴミステーションや参加市民を今の2倍に増やすことが目標となっている。「はちがめ堆肥」を活用して地域ブランド化を強め、そこから伊万里市「環の里」計画との連携により伊万里市全体として「環境保全型農業」の推進につなげられれば、活動は、より量的にも質的にも高まるものと思われる。

関係図



宮崎県綾町「自然生態系農業」の事例のまとめ

1. 地域の取り組み内容

綾町は、町を挙げて有機農業＝「自然生態系農業」を実践していることで知られているが、もともとは前町長の郷田実氏が、郷土の自然を守るため、自然林保護と有機農業を強力に推進したことが大きな成果となったものである。昭和 62 年には独自の「綾町自然生態系農業条例」が制定され、「綾ブランド」の有機野菜は生協を中心に出荷されている。綾町の有機農業を支えているのが、町内の人糞尿、生ゴミ、家畜糞尿を堆肥化させ、農地で利用する、「資源循環システム」である。また、綾町は年間 120 万人が訪れる観光地でもある。有機野菜を始め、住民が手づくりした製品を扱う「手づくりほんものセンター」では、年間約 35 万人が買い物をしている。「名水 100 選」や照葉樹林等の自然環境を活かしながら、観光と連携した活性化にも取り組んでいる。

2. 事業・活動推進に当たっての各種地域活性化手法について

1) 地域の取り組み体制の確立手法

前町長・郷田氏の呼びかけで昭和 42 年より始められた「一坪菜園運動」により、一般家庭の一坪菜園でつくられた有機野菜を持ち寄ってもらうため、青空市を水曜日に、朝市を日曜日に開設した。最初は、綾町婦人連絡協議会に協力を呼びかけて、出品していたが、それが現在の「手づくりほんものセンター」につながっている。

また綾町では、昭和 62 年に「綾町自然生態系農業条例」により、栽培の基準を制定した。この基準に基づき、有機農業に取り組む農家は、「有機農業開発センター」に登録し、作物ごとに細かく記録された「栽培管理表」を提出する。条例の基準をパスすると「合格商標」の認定シールが貼られて出荷されるという仕組みが確立された。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

郷田氏の提唱した理念によって、綾町は施策を打ち出し、実行してきた。有機農業の担い手育成の手法としては、「一坪菜園運動」として春と秋に野菜の種子を無料で配り、菜園づくりを奨励し自給用の有機農業に取り組むところから人材の育成を図った。しかし農家の有機農業への取り組みはなかなか進まなかったため、綾町では野菜づくりを奨励するために、「栽培の際には土に堆肥を入れ、除草剤は使わないこと」を条件に「栽培補償制度」を導入した。栽培補償制度は、野菜の種類ごとに部会に加入し、出荷時に払った積立金の中から、不作の年にはその野菜に対し収入保証をするものである。こういった取り組みを 20 年余り続けることによって有機農業の担い手育成を図った。

3) 関係者の合意形成手法

郷田氏は、町民に、“自治の心＝昔の村だった頃の結いの心”を取り戻していただく「自治公民館運動」を計画・推進した。全町民総参加の町づくり、議論のある町づくりをしなければならないと提唱し、今までの区長制を廃止し、自治公民館を中心とした行政の進め方を

導入した。これにより町にある 22 箇所の公民館単位に、住民が中心となって各種取組に当たっての話し合い活動が活発に行われるようになり関係者の合意形成が図られた。

4) 地域内資源循環システム

昭和 53 年に、人糞尿を液肥化する「自給肥料供給施設」が建設された。自給肥料供給施設は、人糞尿に酵素を入れることにより、温度が上がって液体になるというものである。液肥は、し尿 250k1 に対し年間 3,765t 生産され農家には無料で配っており、主に飼料作物の栽培等に利用されている。平成 9 年には新たに「地域資源循環活用施設」として建て直された。

昭和 56 年には、「家畜糞尿処理施設」が完成し、養豚団地から出る糞尿の処理が可能となり、さらに昭和 62 年に、「堆肥センター」が完成することで、家畜糞尿を原材料とする堆肥の製品化が可能になった。堆肥センターでは 7,145t の家畜糞尿から年間 3,438t の堆肥が生産されている。平成 9 年に完成した「堆肥生産施設」では、町の中心地の約 500 戸から 662t の生ゴミを業者が集め、174t の堆肥が生産されている。堆肥は、畑 10 アールあたり約 2t を入れるが、1t3,000 円、10kg250 円で販売されている。

5) 農産物の生産・加工・技術開発手法

「自然生態系農業条例」により、認定を受ける農家は必ず農地を有機農業開発センターに登録し、栽培管理記録簿を提出することになっている。栽培管理記録簿は、有機堆肥を使った量や、農薬を使用した場合はその種類や回数を記録するものである。農薬は、自然生態系農業条例の規定に則したものをを使うなどの規制がある。綾町は栽培管理記録簿を有機農業センターにおいて各農家からとっているが、これが、トレーサビリティにあたるもので、昭和 53 年から出荷している生協では、栽培管理記録簿を店長が保管し、消費者の要望があれば提示することになっている。現在、登録農家数は 405 戸であり、栽培面積は約 300ha となっている。

6) 販売・告知・PR・消費促進手法

自然生態系農産物の出荷先としては、これまで生産者と消費者の産直提携を中心に行われてきたが、最近ではさまざまな流通手段へと多様化している。綾町で販売されるチャンネルとしては、農産物の直売所である「手づくりほんものセンター」や「JA コープ・スーパー」、「各種公共施設」等がある。また宮崎市のチャンネルとしては、「JA 直売所」、「スーパー」、「宮崎県民生協」等で販売されている。さらに県外では、福岡、鹿児島、沖縄、大阪、兵庫、京都、長野、東京、横浜、札幌（東京経由）と広範囲に出荷している。また東京都とは、平成 9 年に流通協定を締結している。

7) 地域ブランド化手法

「自然生態系農業条例」による生産規準に応じて 3 つのランク付けを行い、認定シールも金・銀・銅の 3 つに分類している。綾町独自の「自然生態系農業条例」と、「綾シール」は、綾町の有機野菜の証明であり、ブランド化されている。さらに綾町は、有機野菜にとどまらず、「綾町」の地域性そのものをも観光におけるブランドとして訴求している。

3.まとめ

1) 主な活動の成果

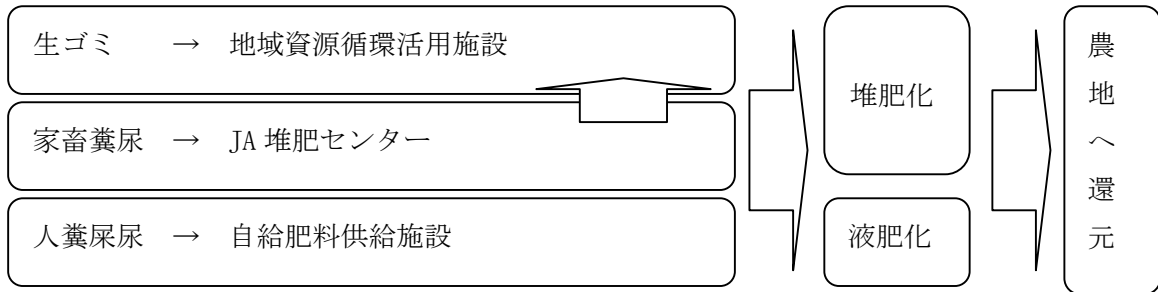
- ・「自給肥料供給施設」では、し尿 250k1 に対し年間 3,765t の液肥が生産され農家に無料で配られている。
- ・「堆肥センター」では、7,145t の家畜糞尿から年間 3,438t の堆肥が生産されている。
- ・「堆肥生産施設」では、町の中心地約 500 戸から 662t の生ゴミを収集し、年間 174t の堆肥が生産されている。
- ・「自然生態系農業条例」を昭和 63 年に制定し、農産物の認証制度にいち早く取り組んだ。平成 12 年で、601 戸の農家のうち自然生態系の登録農家は 405 戸、栽培面積は約 300ha となっている。
- ・「綾」の自然生態系農産物の出荷先として、県内だけでなく福岡、鹿児島、沖縄、大阪、兵庫、京都、長野、東京、横浜、札幌（東京経由）に広がっている。
- ・綾町農産物の直売所兼加工品販売所である「手づくりほんものセンター」は、レジ客だけで年間約 35 万人の購入者があり、売上げは、ピーク時で 4 億円、現在でも約 3.5 億円となっている。
- ・地産地消運動の高まりから、町内公共施設をはじめ学校給食の食材のほとんどを町内で生産される自然生態系農業で賄っている。

2) 活動のまとめ

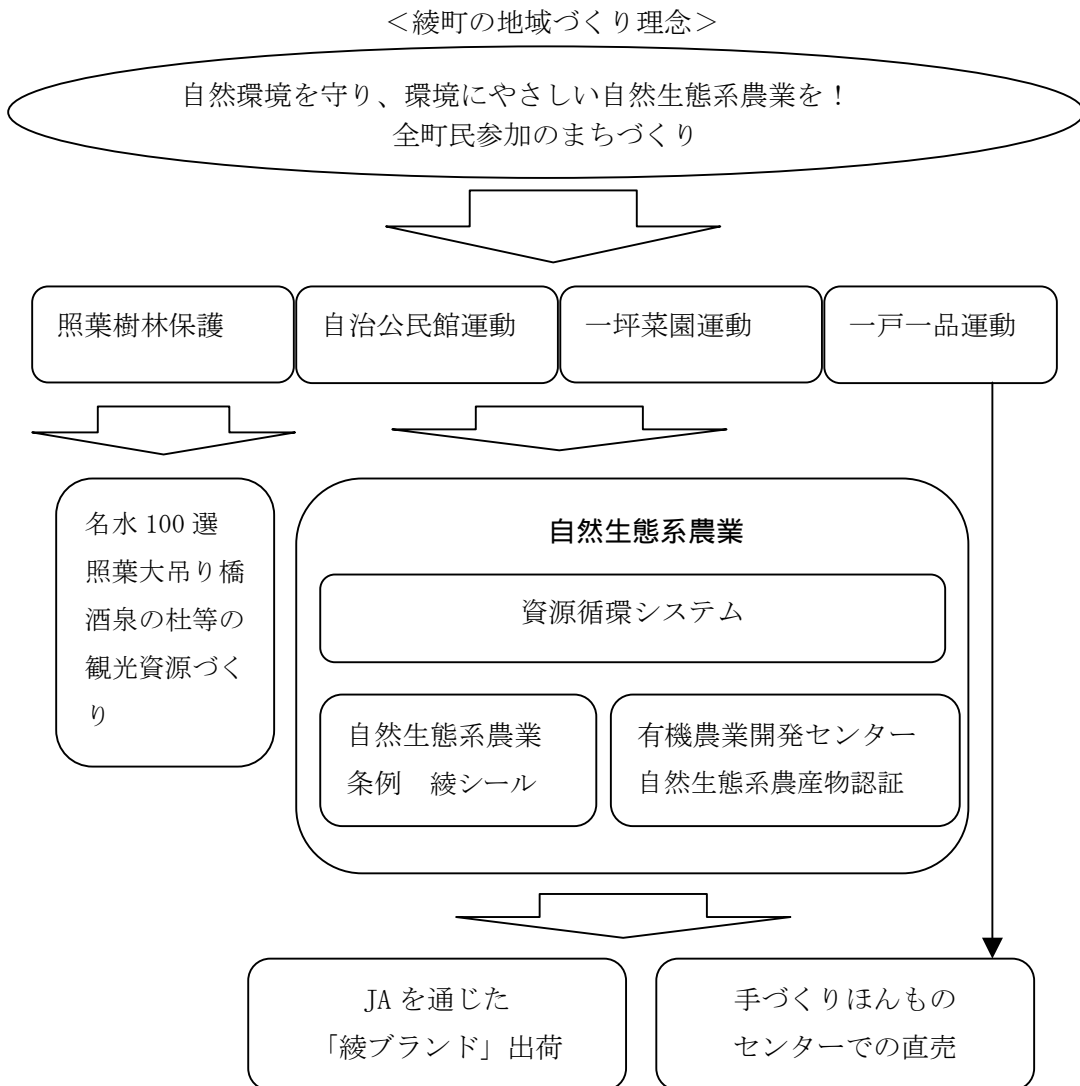
綾町の地域活性化を支えているのは、社会的理念である。これが徹底しているため、地域全体が、総合的な取り組みをしているのである。前町長・郷田氏が、照葉樹林の伐採反対運動を契機に、自然というものに対する思いをもち、人間も自然の一部であると住民に強く説いた。樹木の葉が微生物によって腐り、肥料になってまた樹木をつくるという、自然サイクルの考え方である。その考え方が、今日の有機農業や、地域資源循環システムを生み、また自然環境を大切にする観光という、地域全体の取り組みを支えている。近年、綾町に移住したいという中高年が増え、また木工や陶芸、オーガニックレストランなどが増えているとのことだが、綾町の持つハードもソフトも含めた地域資源が、新しい定住者や、新しいビジネスを生み出していると言えよう。

関係図

□地域内資源循環システム

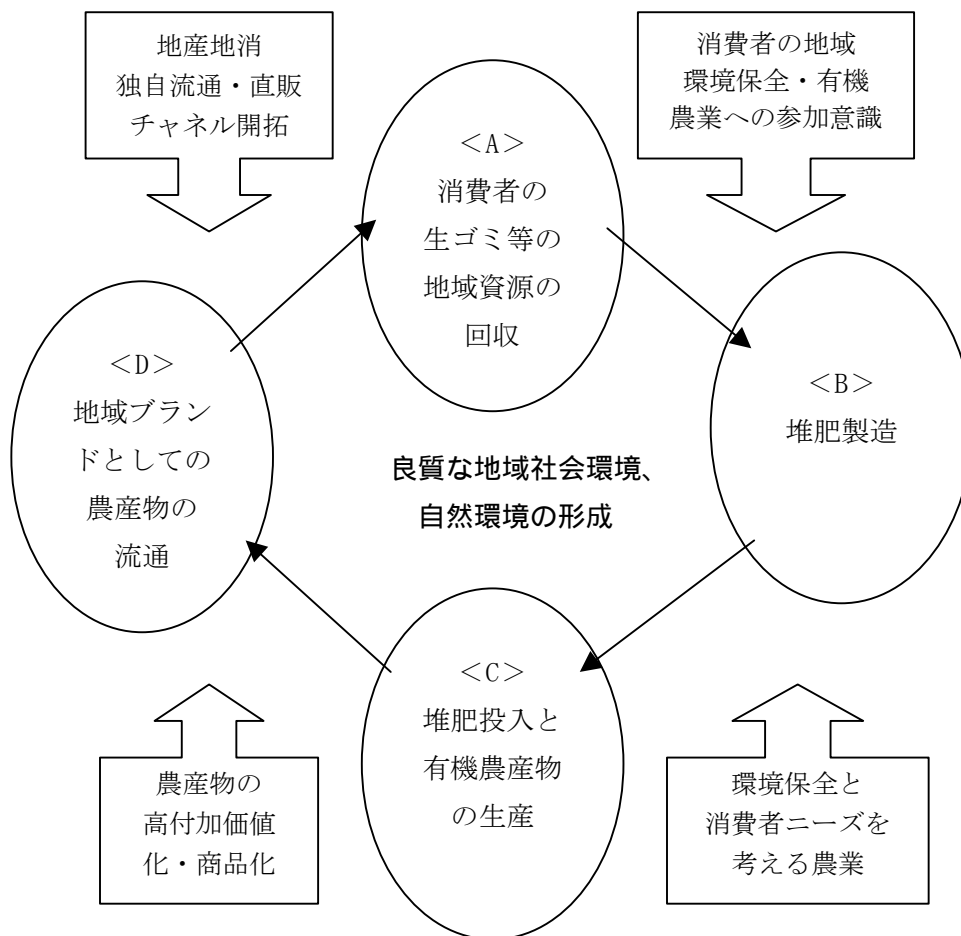


□理念に基づく、自然生態系農業の取り組み



地域内資源循環を基盤とした地域ブランドの確立手法調査のまとめ

地域内資源循環サイクルは、農業と商業、消費を結ぶサイクル



地域内資源循環の取り組みには、市民主体のものと、自治体主導のものが見られる。ゴミ処理問題は、どの地域でも課題となりつつあるが、生ゴミは堆肥化することで、焼却にかかる費用を大幅に削減でき、さらに農地で使用することで再資源化（リサイクル）可能なので、今後、益々注目されると思われる。

伊万里はちがめプランの試算によると、生ゴミの焼却に必要な費用は1tあたり約34,000円となっており、焼却によって化石燃料の消費や、ダイオキシン、二酸化炭素の排出も生じる。生ゴミを堆肥化した場合の費用は1tあたり約8,000円以下であり、1日10tの生ゴミを堆肥化すると、年間約1億円の経費削減が可能だとしている。さらに環境汚染は抑制され、堆肥によって安全な農作物の生産が可能であるとしている。

しかし、製造された堆肥は農地で使用されることが必要で、有機質の土壌づくり、有機野菜の生産、さらに流通・販売まで一体として取り組む必要がある。綾町は、その循環サイクルがほぼ完成された優れた取り組みといえる。

綾町の生ゴミは、回収されないものも各家庭でコンポスト化、農家は自家農地で堆肥化されて

おり、生ゴミはほぼ全てがリサイクルされている。その他、家畜糞尿も堆肥化、人糞尿は液肥化されている。綾町は全町上げて「自然生態系農業」に取り組んでおり、製造された堆肥はほとんど、町内の有機栽培農地で使用されている。地域内資源循環システム確立のためにはそのベースとなる環境保全型農業の推進と表裏一体であることのモデルケースといえる。

有機農産物は、独自の、もしくは公的な認証基準の制定により地域ブランド化につながり、地域全体の知名度アップにもなる。綾町では「綾ブランド」として出荷されたり、直売所で販売され、多くの消費者に喜ばれている。綾町では、自然と共にある環境、地域づくりを理念に掲げ、その一環として資源循環や自然生態系農業に取り組んできた。地域づくりの理念こそが、地域住民、農家を賛同させ、地域全体での取り組みを実現している。

長井市「レインボープラン」の取り組みは、市民主体のまちづくりとして自治体が組織した委員会から、ゴミ問題について市民が自ら考え、生ゴミ回収の取り組み事業を推進させた。生ゴミを堆肥化する施設、生ゴミ回収は市事業である。第1段階としては、市民の合意形成を重ね、生ゴミ回収とすぐれた堆肥化施設の運用によりリサイクルの面で大きな成果をあげた。第2段階は、堆肥を使用した有機野菜の生産のため市民がNPOを立ち上げて、自ら有機野菜を作る市民農場を運営することとしている。有機野菜の直売所もNPOとして立ち上げ、運営を始めている。市民の中には、個人が主体となってまちづくりを考え、活動する場を持つ人も出てきた。長井市は、行政主導でありながら、市民が主体となって地域社会のあり方を考え、資源循環を実践してきたものである。

伊万里市の取り組みは、第3次産業の事業者が中心となって、ゴミ問題に取り組み、NPOを立ち上げ、生ゴミ回収から堆肥製造・堆肥の販売までを事業化している。堆肥の品質向上につながる研究面での佐賀大学などとの連携や地域通貨の発行など、事業は複合的な活動になっている。取り組みの目的が「第3次産業中心の地域が出すゴミの資源化」にあり、その点では成功をおさめていると言えるが、実験的な域を出ない取り組みであり、今後の動向には注目していく必要があるだろう。

地域内において資源循環を行いながら、有機農産物という地域ブランドづくりを行っていくには、幾つかの課題も見えてきた。

生ゴミを回収、堆肥製造する工程には、各家庭のゴミ対策意識の向上と共に、堆肥製造のプラント技術が大きく関わってくる。発酵に必要な“種菌”も含めて堆肥化までの時間と堆肥化の量、そして堆肥の質には様々な種類がある。今後はその研究がますます必要となるであろう。

製造された堆肥は、農地に還元し、有機農産物として再生産されることが望ましいが、生産農家がどれだけ堆肥を使用し、どのように有機農産物を生産するか、認証をどのように行うかは、また別の取り組みが必要となってくる。安全な食品を求める消費者ニーズに応えられる有機農産物は、今後、需要の伸びが予測されている。地域内の資源循環を基盤とする有機農産物、及び有機農産物加工品の地域ブランド化に向けた取り組みには、今後、大いに期待したい。

3) 企業等との連携による地域農業の活性化手法調査のまとめ

岩手県一関市「食のむら」の事例のまとめ

1. 地域の取り組み内容

「食のむら」構想は、岩手県一関市内の日本酒製造販売業者、ハム・ソーセージ製造販売業者、菓子製造販売業者など異業種 5 社が一関地域の「食」をキーワードとした生産・加工・販売・技術者養成のできる施設をつくり、食を核とした小さな経済循環の可能なエリアを展開しようというものである。きっかけは、1994（平成 6）年からスタートした地ビールづくりである。「いわて蔵ビール」は地元農家がビール麦を栽培、JA が製麦、世嬉の一酒造がビールの醸造を担当し、地域にこだわって展開している。また、市町村合併以前の旧一関の食文化といえば、「餅」である。正月や節句はもちろん、祝儀、不祝儀の時にふるまわれる餅の本膳料理は、この地方特有のものである。「食のむら」推進委員会では、今後は餅文化にも力を入れ、本格的に一関の食文化の掘り起こしを推進することとしている。

2. 事業・活動推進に当たっての各種地域活性化手法について

1) 地域の取り組み体制の確立手法

一関の地ビール「いわて蔵ビール」誕生のきっかけは、1994 年、市内の菓子メーカー・松栄堂の副社長（現社長）からの「県の農林関係の補助金で地ビールをやってみないか」という提案であった。実際に、この事業に取り組んだのは、「食」という共通項をもった日本酒醸造販売の世嬉の一酒造、養豚とハム・ソーセージ製造の一関ミート、菓子製造販売の松栄堂、餅製造販売の百味本舗、酒類小売業のニューよこやの異業種 5 社であり、事業実施主体については、検討の結果、協同組合方式をとることにした。これが後の「食のむら」推進委員会の核になっている。協同組合によって作られる「いわて蔵ビール」は、地元産麦芽にこだわり、地元農家がビール麦を栽培、JA が製麦、世嬉の一酒造がビールの醸造を担当している。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

ビール事業を展開している「協同組合 食のむら（『いわて蔵ビール』から 2002 年に名称変更）」はメンバーの 5 企業がそれぞれに人材確保・育成に取り組んでおり、例えば一関ミートの次男・石川貴浩氏は大学で農業を学んだ後にドイツに留学している。ドイツの食肉加工職人マイスターの称号（資格）を習得し、現在、本場で学んだ製法と技術で無添加のハム・ソーセージづくりに励んでいる。

一方、「食のむら」推進委員会の会員は現在、約 40 名である。スタート時の 5 企業だけでなく、地元の種子販売業者、市会議員、福祉関係者も参加している。さらに、HP やチラシなどで全国的に開村者としての参加を募っている。将来的には、後継者・技術者の育成まで活動を広げていきたい考えもあり、統合になる一関農業高校の施設を活用した食の専門研究機関設立の働きかけを行っている。

3) 関係者の合意形成手法

1999年、県や市、商工会議所、JAなども参加して「食のむら」推進委員会が組織された。「22世紀の子どもたちへ」と題された委員会の7つの目標は「良い食」「良い企業」「後継者・技術者育成」「いきがい創造」「伝統文化の継承」「環境にやさしい」「二十二世紀のふるさとづくり」である。また、ヨーロッパに根付いている食と技を学び、岩手で生かそうと、平成14年には、ドイツ、チェコ、オーストリアに視察研修を実施。食の先進地ドイツのマイスター制度に基づく職人養成学校や食肉加工施設、ビール工場などを視察し、関係者の合意形成を図っている。

4) 資金調達手法

地ビール事業への投資額は1億8,000万円となっている。内訳は醸造機械などの購入に7,300万円、蔵を醸造室に改造する費用が5,000万円、原材料や製品のための倉庫新築に3,000万円、コンサル料その他に2,200万円である。投資額の3分の1に当たる6,000万円については、地場の農産物の原料化による消費拡大を目指す「先端技術支援事業」の補助金を活用している。

「食のむら」推進委員会の活動費は会費（年10,000円）、イベント開催などで捻出している。パンフレット作成などは県の支援を受けている。

5) 農産物の生産・加工・技術開発手法

県農林部とJAの職員が試行錯誤のすえ、98年にイネの催芽機やシイタケの乾燥機を組み合わせた手づくりの麦芽製造機を考案し、麦芽製造のランニングコストを安く押さえることに成功した。ただし、麦芽の価格は輸入ものの3倍以上になってしまうため、大量には使えないのが現状であり、現在、岩手県一関地方振興局の協力を得て、新たに地元での麦芽づくりに取り組んでいる。麦芽の生産量は年間数十kg単位と量的には未だ少なく、これからの取り組みである。

6) 販売・告知・PR・消費促進手法

いわて蔵ビールは、東銀座にある岩手県のアンテナショップ「銀河プラザ」をはじめ両国のビアレストラン、「デパ地下」など東京にも進出している。いわて蔵ビールと一関ミートのハム・ソーセージのセット商品も誕生している。食研究家の永山久夫氏をリーダーとして「日本もち文化研究会」を立ち上げ、地域の餅文化の調査もしている。また蔵元レストラン「せきのいち」ではデモンストレーションも兼ねて、毎日、餅つき唄に合わせて餅をつき、つくたての餅を料理に使用している。今年、「食のむら」としてスローフードジャパンにも加入した。その他「全国地ビールフェスティバル」ほか、「もちリンピック」などを開催し郷土の食文化である「餅」による地域活性化を進めている。

7) 地域ブランド化手法

いわて蔵ビールは1998年、ベルギー「モンド・セレクション（国際品質選考会）」に出品した2種が日本で初めて金賞を受賞した。品質の高さは折り紙つきだが、いわて蔵ビールも

一関ミートのハム・ソーセージも、地域に見合った等身大のブランドをめざしているということである。そのことが結果的に商品の特色となり地域ブランド化につながる手法だといえる。

3.まとめ

1) 主な活動の成果

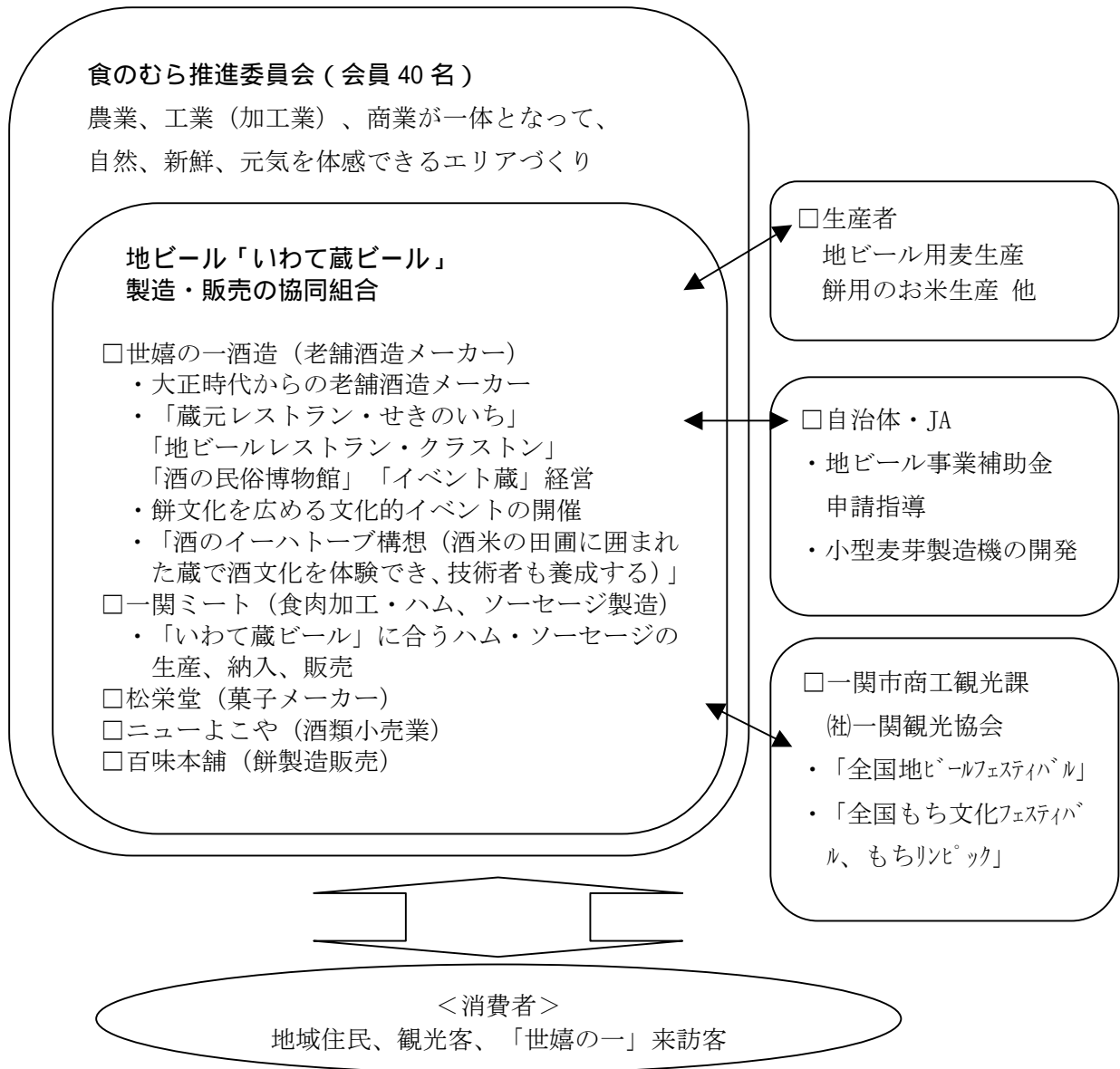
- ・地元の麦芽から作られた「いわて蔵ビール」や一関ミートのソーセージ等が味わえるビアレストラン「クラストン」や一関地方の郷土料理にこだわる蔵元レストラン「せきのいち」を展開
- ・スタート時の地元の5企業だけでなく「食のむら」推進委員会として地元の種子販売業者、市会議員、福祉関係者も参加した取り組みに発展
- ・1998年、ベルギー「モンド・セレクション（国際品質選考会）」に出品した「いわて蔵ビール」2種が日本で初めて金賞と銀賞を受賞
- ・昨年秋には、竹中平蔵大臣が「食のむら」応援のために世嬉の一酒造を訪れ、イベント蔵で講演したり、食研究家の永山久夫氏をリーダーとして「日本もち文化研究会」を立ち上げ、地域の餅文化の調査も実施した。

2) 活動のまとめ

「食のむら」の当初からのメンバーは古くから続く地元企業である。世嬉の一酒造も一関ミートも代々受け継がれてきた家業を次世代につなげ、また地元の発展に貢献したいという強い意気込みが感じられた。地元に着目した伝統的な企業が中心となり、“22世紀の子供たち”のために地元農家やJA、自治体、一般市民に広がった「食のむら」の取り組みは、単に地ビールレストランを運営するというのではなく、失われつつある地域の食文化としての「餅」を創作料理や各種のイベントという形で復活させるという取り組みにもつながっている。

地ビール事業は、多数の事業者の参入により品質の高さだけでは差別化が難しい状況に陥っているが、「いわて蔵ビール」は原材料の麦芽や一緒に食されるつまみを含めて“一関”という地域や文化にしっかりと根差しているという点が、地域ブランド商品として今後も地元はもちろんのこと地元以外の人にも愛されつづけることと思われる。

関係図



香川県内海町^{うちのみちょう}「(株)ヤマヒサ」の事例のまとめ

1. 地域の取り組み内容

内海町(うちのみちょう)では、オリーブを核として「農業・食品産業・観光業の活性化」を図るため町内でオリーブ栽培を奨励しているが、過疎化や担い手の高齢化による農業者の減少が著しく、農業サイドでの栽培者確保は難しい状況となっていた。オリーブの振興推進団体である「内海町オリーブの里づくり協会」では、町民個々だけではなく、自治会、グループ、企業等で栽培者の確保ができないか検討を重ねていたが、平成15年に「構造改革特別区域法」が施行され、会社法人の貸し付け農地での営農が認められることになった。これにより、内海町が目指す「オリーブによるまちづくり」の振興策に、企業が参加できる道が開けた。こうして、小豆島の貴重な地域資源であるオリーブを、内海町の施策に賛同する地元の醤油製造業者「(株)ヤマヒサ」が、町内の遊休農地を使って栽培するという取り組みが始まった。

2. 事業・活動推進に当たっての各種地域活性化手法について

1) 地域の取り組み体制の確立手法

「オリーブ振興特区」は、4年前、「(株)ヤマヒサ」が手を上げた。現在は醤油メーカー4社が「オリーブ振興特区」を取得している。特区に関しては、町として特別な補助をしているわけではなく、企業の農業参入を促進するという考え方である。

地元の農家との連携に関しては、オリーブ栽培を始めた頃、内海町内の幾つかの農家と、「瀬戸内オリーブ研究会」としてイタリア、スペインを視察したりもしたが、オリーブ栽培については、JAや地元農家、特に高齢農家の方に消極的な反応がある。それは、高齢農家には、以前、貿易自由化になった時に海外から安いオリーブが入ってきて小豆島のオリーブが打撃を受けた時の記憶が残っているからである。「ヤマヒサ」としては、まずは、自身で取り組み、その成功体験を基に徐々に協力農家を増やして行きたいと考えている。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

この事業は、醤油製造業を営む「(株)ヤマヒサ」の植松勝太郎社長個人によるところが大きい。勝太郎氏は昭和40年当時から、既にオリーブについて学び始めていた。勝太郎氏は、農薬を使っていないオリーブの生産や加工、販売も行いたいと考えていた。当初は、勝太郎氏が個人的に取り組んできた事業だったが、特区となることで法人としての取り組みに変わった。現在は、「ヤマヒサ」の後継者である勝久氏が醤油やオリーブの事業を継承しており、他にも古い醤油メーカー等で事業継承者が出てきている。

3) 関係者の合意形成手法

特区となったことで、農地確保に関しては町から地権者に話をしてもらい、借りることができるようになった。その際は、まず農業委員会で地権者に働きかけ、その後、役場の職員に頼んだ。農地のとりまとめは、地権者との合意形成が難しいので、時にはトップダウン的

に、上から半ば強引にやる必要もある。

4) 資金調達手法

オリーブ振興特区企業は全て企業自身が資金調達している。オリーブの栽培は、経済収穫まで10年かかる。収益確保までは投資だけになり、また搾油工場ができるまでは搾油を委託することになり、利益も少ない。資金は本体の経営で支え、取り組んでいるのが現状である。

5) 農産物の生産・加工・技術開発手法

「ヤマヒサ」では化学肥料、農薬は使用していない。目で害虫を見つけて、一つ一つ手で駆除している。オリーブは年に2回、剪定するが、実を収穫する木も、剪定した葉はお茶にしている。小豆島産オリーブは、「東洋オリーブ」という島内企業の搾油工場で搾油されている。道の駅には搾油機が備え付けられており、観光客や個人農家に貸し出されている。

一方、オリーブは植えてから10年間は実が収穫できないので、4年前に葉をお茶にできないかと考え、取り組みを始めた。現在は、ペットボトルやティーパックなども商品化している。平成16年時点で「柊ヤマヒサ」のオリーブ栽培面積は、18,557㎡である。

6) 販売・告知・PR・消費促進手法

今後の販売チャンネルに関しては「消費者と直接つながりたい」という思いを実践するため、また、良いものだとことを理解していただくためにも、直販ルートを増やす方針である。各種情報媒体も活用する方針でありインターネットなども工夫したいとの考えである。

「オリーブ振興特区」ということでPR効果があり、月に2~3回は、テレビや新聞、雑誌が取材に来ており、PR効果は高い。自治体としては、農業者を育てるための施策、販路拡大の支援をしていきたいとしている。

道の駅にも指定されているオリーブ公園は、観光客にオリーブを知っていただくことを作ったものであり、苗木のプレゼントも行っている。5月、オリーブの花の咲く頃は、オリーブフェアの開催、10月には収穫体験を行っている。温泉施設もあって、道の駅では、「マイオリーブオイル」体験ができるようにしており滞在型観光を狙っている。「全国ハーブサミット」や絵手紙コンテスト、写真コンテスト、クラフト体験など様々なイベントも行っている。

7) 地域ブランド化手法

内海町では、限定品でナンバーを打たないといけなくらい、良いものを出していきたいと考えている。さらに“小豆島=オリーブ”というイメージを大切に、オリーブ100周年の2008年までには生産量も増やし、「香川県は讃岐うどんからオリーブオイルへ」をキャッチフレーズに、2006年から企画を立ち上げ、全国発信していきたいとの思いがある。また、日本人の食用に相応しい品種を選んで作付けすることも重要と考えており、現在、オーストラリアから15~16品種を輸入している。

「ヤマヒサ」では、オリーブ茶のパッケージに高知の女性デザイナーを起用した。かわいいイラストの女性らしいパッケージにすることで、女性をターゲットに付加価値をつけて販売している。

3.まとめ

1) 主な活動の成果

- ・オリーブ振興特区企業によるオリーブ栽培の拡大
ー平成16年時点で「榊ヤマヒサ」は、18,557 m²を栽培
- ・内海町では、観光面においてもオリーブ増殖による景観形成や環境美化により、「オリーブの島」として観光客にもPRでき、収穫、採油等の体験学習を取り入れたグリーン・ツーリズムの導入等、滞在型観光の推進も図れるので、総合的な経済効果として、平成20年には農業で約1億円、加工業で約2億円、観光業で約1億円を見込んでいる。
- ・ペットボトルやティーパックによる「オリーブ茶」の商品を開発
- ・内海町における遊休農地の有効活用

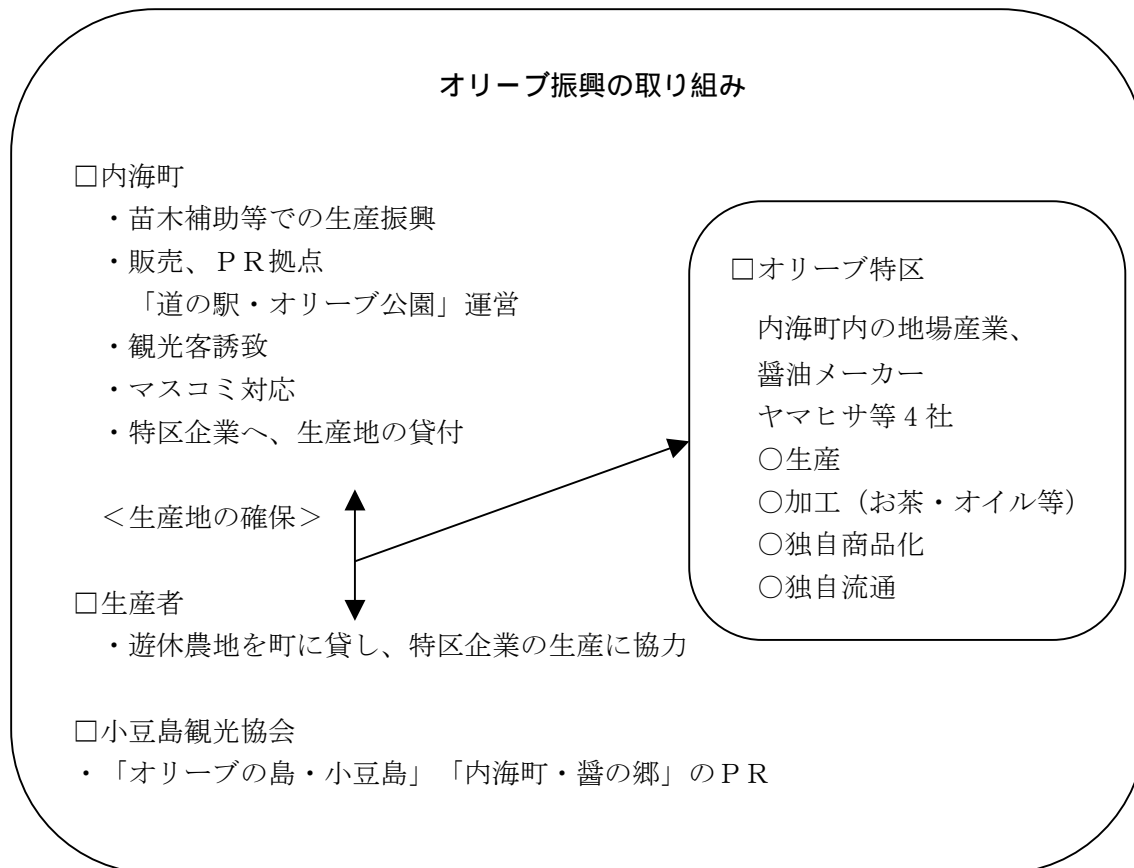
2) 活動のまとめ

明治41年から始まるオリーブ栽培の歴史、オリーブ栽培に適した気候であることは、日本には小豆島しかない固有の地域資源である。オリーブ栽培の担い手が減少する中でも、地元の歴史ある醤油メーカーは、独自の顧客や販売ルートを持ち、昔ながらの手作り製法で良質な製品を作り続け、地域に根ざした健全経営を行っている。また内海町は、オリーブを振興させるため、観光PR、「道の駅・オリーブ公園」の整備、苗木補助、「オリーブ振興特区」の申請や土地のとりまとめを担当している。

食品加工企業である榊ヤマヒサは、オリーブ事業で収益性を高めるビジネスの知恵を持っている。オリーブ茶の事業化はその一つである。コスト管理も、オリーブ収穫時の人員に醤油工場の社員をあてたり、アルバイトスタッフによってお茶の収穫、加工を行うなど、生産・加工・販売までを巧みな経費管理で行っている。

自治体や地元と連携しながら地域資源を活かし、地域活性化の切り札ともいえるオリーブ栽培に取り組んでいる特区企業ヤマヒサは、良質な製品にこそ消費者はついてくるという確固とした企業ポリシーや良質な製品を作り続けることに特化した商品戦略でこれからも内海町のオリーブ栽培を支えていくものと思われる。

関係図



大分県宇佐市^{あじむまち}安心院町「松本集落イモリ谷」の事例のまとめ

1. 地域の取り組み内容

松本集落“イモリ谷”地域は、行政の作物転換指導により水稲中心の農業から、大豆中心の農業へと作物転換を図り、地味の豊かさ、自然環境の豊かさを基盤とした「安全・安心」な農作物の生産地として、小規模ながら付加価値の高い大豆や野菜、果実を生産してきた地区である。このような良質な農産物のうち大豆に県内の有力食品加工メーカーが着目し、当該地区の営農組合に連携アプローチを行い、当該地区産大豆のみを使用した豆腐や豆乳、さらに野菜などを揃えたアンテナショップを大分市内の高級住宅地にオープンさせた。豆腐は1丁400円という価格設定にも関わらず、完売状態が続いている。県内の有力食品メーカーによって「松本集落“イモリ谷”」の豆腐は、特定産地の大豆だけを使用した差別化商品としてブランドが確立され、食品加工メーカーと生産者双方にとって大きなメリットのある連携となった。現在では大分市内のアンテナショップや道の駅などでも販売され“イモリ谷”ブランドの人気総菜として近隣はもちろん、福岡や北九州などの“なじみ客”も出来るほど人気商品として定着しつつある。

2. 事業・活動推進に当たっての各種地域活性化手法について

1) 地域の取り組み体制の確立手法

大豆への集団転作をキッカケに松本集落“イモリ谷”では、話し合いの輪が広がり、その結果、平成12年に安心院町ではいちばん早く「営農組合」を設立、大豆の集団転作を主体とした集団営農に取り組んだ。そのことが県内の食品加工メーカーとの連携につながった。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

現在、営農組合を設立し大豆への集団転作を図った松本集落“イモリ谷”では、Uターン就農者が確保されている。さらに、Iターンによる新規就農者も着実に育ちつつある。安心院町では過疎化防止と農業後継者育成のために、新規就農者に対し、月額15万円の生活費を1年間支給するという支援も実施している。しかも就農地に5年間留まれば返済の義務はないため、予想以上の効果を上げ、現在は自己資金1,000万円以上保有等の条件が加えられている。

3) 関係者の合意形成手法

大豆への集団転作を推し進めた営農組合の目的は、生産性の高い農業経営で組合員の利益増進を図ることであった。そのために、土地利用計画、作物の作付けと栽培の協定などが議案として討議され合意が形成された。

集落としてのグリーン・ツーリズムへの取り組みや商業と連携した新しい農業振興事業への取り組み、さらに様々なイベントによる集落の新しい付加価値の創造は町外からの新規就農者や移住者の増加という波及効果も生んだ。さらにこうした集落全体での取り組みが農林水産祭むらづくり部門における「天皇杯」の受賞へとつながっていったといえる。

また豆腐加工業者と生産者との合意形成も重要なポイントである。豆腐加工業者「豆の力屋」は、何度も現地に足を運んで大豆生産者の農家の方々との勉強会や試食会などを行った。こうした努力が、生産者の意欲向上や信頼関係の構築につながった。

4) 資金調達手法

営農組合設立以前は転作未達集落であった松本集落“イモリ谷”において、大きく転作が進んだ理由としては、以下の点が上げられる。

- ①米の転作奨励金により米を上回る収入があった。（国の転作奨励金+町の団地化補助金）
- ②中山間地域等直接支払交付金（資産額 600 万円）を地域づくりに活用できた。
- ③転作大豆を栽培する農機機械の共同購入や組合を通じた受託作業を推進した。
- ④交付金と助成金で集落の拠点となる営農センターの建設が可能となった。

また、転作大豆の加工・販売に関しては大分の豆腐加工業者が担当した。

5) 農産物の生産・加工・技術開発手法

大豆づくりは、栽培を始めた 1999 年に設立した松本営農組合を中心に、イモリ谷全体で取り組んでいる。イモリ谷を 2 ブロックに分け、毎年交代で大豆を栽培する、ブロックローテーション方式により行われている。現在 35 戸の農家が 27ha の面積で大豆の栽培に取り組んでいる。

“イモリ谷”では独自で特産大豆を使った加工商品の開発にも取り組んでいる。平成 16 年に整備された加工所兼販売所の「大きな豆の木」もその一つであり、パン、漬け物、お総菜、まんじゅう、こんにやくに続くイモリ谷第 6 番目の加工施設としてつくられた。

6) 販売・告知・PR・消費促進手法

大分市内の高級住宅地にある「豆の力屋」の屋号を冠されたショップは、まさにまるごと“イモリ谷”産品で埋まっている。1 丁 400 円という価格にもかかわらず常に完売が続く豆腐、地の野菜や果物、さらに集落にあるパン工房で焼かれた手作りのパン、移住してきた陶芸家の作品など“イモリ谷”の食と文化の発信基地として、そして企業にとってはユーザーニーズのトレンドを掴むアンテナショップとして機能している。

7) 地域ブランド化手法

イモリ谷で栽培される大豆の品種「ムラユタカ」の特長や加工方法の独自の工夫を訴求し他の製品との差別化を図った。またアンテナショップでは、イモリ谷産の農産物や農産物加工品の品質の高さを訴求するために、野菜や米、農家の女性達の手作り漬け物など「松本地区まるごと」を販売した。さらに地場の酒造メーカーが酒造りを提案し“純米酒イモリ谷”が作られ生産者、酒造メーカー、商事会社、企画会社の 4 者プロジェクトとして「純米酒イモリ谷商品化プロジェクト」を立ち上げるに至った。また、同様に“イモリ谷ブランド”の人気に地元ワインメーカーも注目し、平成 16 年度には集落で収穫されたブドウだけを原料としたワインの共同開発も行われている。

3.まとめ

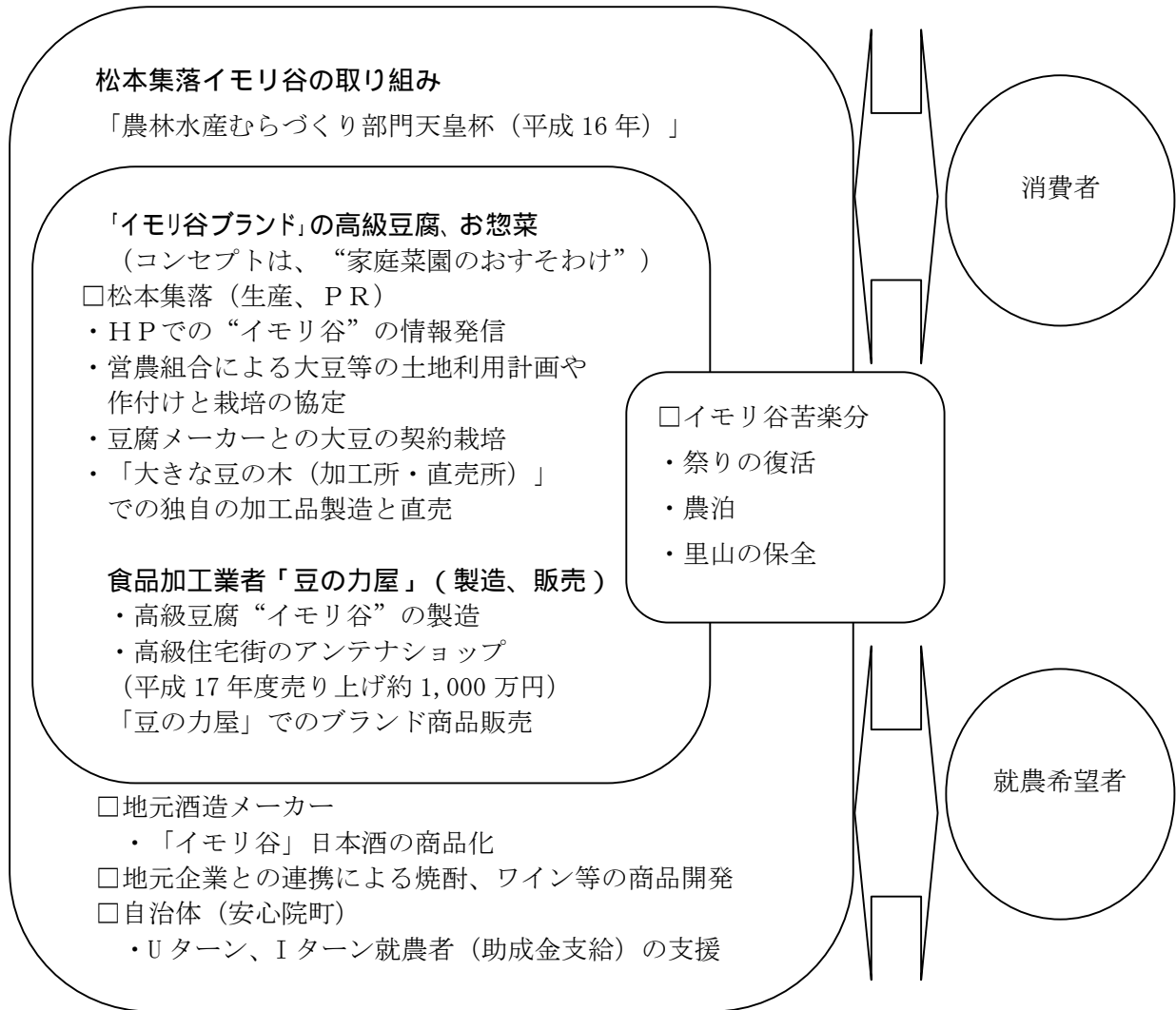
1) 主な活動の成果

- ・1999年設立の松本営農組合を中心としたイモリ谷全体での大豆づくり
 - －転作達成率 H12 : 178%、H13 : 129%、H14 : 126%、H15 : 126%、H16 : 125%
 - －栽培農家数 35 戸、栽培面積 27ha
- ・「豆の力屋」との連携による大豆「ムラユタカ」加工食品（豆腐）の開発
- ・アンテナショップ「豆の力屋」におけるイモリ谷ブランド農産物及び農産物加工品の販売
 - －H15.7～H16.6の総売上高約 1,000 万円
- ・I ターンなど町外からの新規就農者や移住者の増加
- ・平成 16 年、農林水産祭むらづくり部門における天皇杯の受賞
- ・“純米酒イモリ谷” “イモリ谷ワイン” 等の新たなイモリ谷ブランド農産物加工品の開発

2) 活動のまとめ

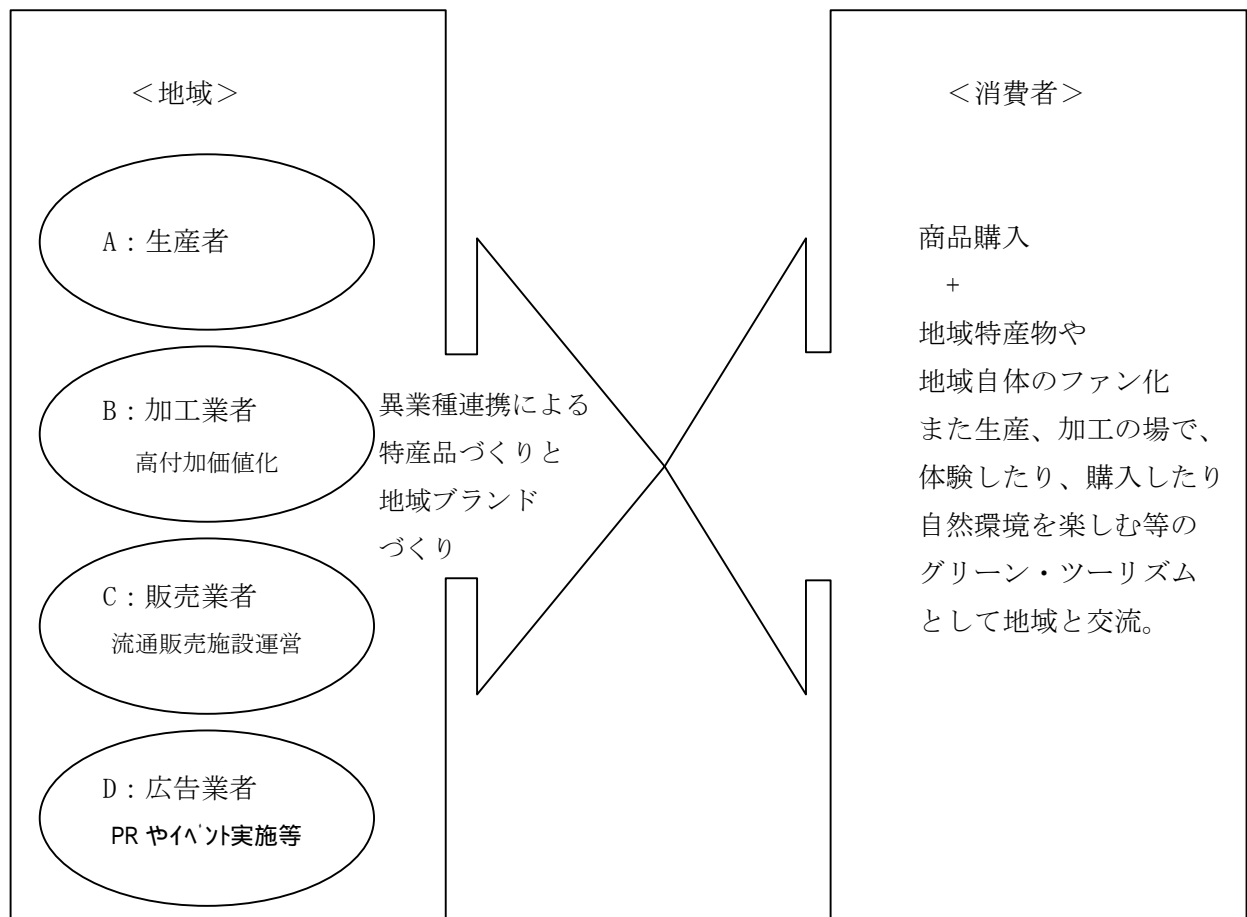
生産量としては、決して多くはないが良質な農産物を生産している地域の農業振興策として松本集落“イモリ谷”の取り組みは大変参考になると思われる。一つには、「営農組合」のいち早い設立による集落営農への取り組みである。これにより生産性の高い農業経営で組合員の利益増進を図る道筋がつけられたといえる。二つ目には集落発のホームページを開発するなど地域情報の発信にもいち早く取り組んだ点である。小産地における地域ブランドの形成においてトレーサビリティ情報は、不可欠のものだったといえる。三つ目には飛躍の転機となった大分の豆腐メーカー「豆の力屋」との連携である。小産地が地域ブランドとしての確立を図るためにはやはり 2 次産業、3 次産業と連携した高次化・付加価値化への取り組みが重要であることはいままでもない。高品質な“イモリ谷産”の大豆を“イモリ谷ブランド”として大豆へ飛躍させられるノウハウを持ったビジネスパートナーの存在はいわゆる WIN-WIN の関係だといえる。集落内で独自に高次化へ取り組んでいただけではなかなか地域ブランドの確立までには至らなかったであろう。いまでは、大分市内のアンテナショップ「豆の力屋」を通じて、“イモリ谷”の農産物商品は確固とした地域ブランドを築き上げている。さらに高知、広島、京都、大阪、名古屋、横浜、東京など全国の豆腐屋がイモリ谷の大豆から始まる大分の大豆を使うまでになっているとのことだが、しっかりとした 1 次産業という基盤の上に 2 次産業や 3 次産業を積み上げていくことで、更なる飛躍が期待される。

関係図



企業等との連携による地域農業の活性化手法調査のまとめ

企業等との連携による高次化・地域ブランド化が、消費者を呼び込む



農産物の加工あるいは流通・販売を担うことができる、2次・3次産業の企業との連携は、「生産」「加工」「流通・販売」「PR」というサイクルに“付加価値を高める”という効果をもたらしている。なんと言っても地域の農産物が商品化され、販売され、消費者に受け入れられることによって、1次産業自体が収益面も含めて活性化されるという効果は、特に農村地域にとっては大きい。

一関市では、世嬉の一酒造という地元酒造メーカーが地元企業同士で連携し合って協同組合を設立し、地ビールづくりと地ビールレストランの運営に取り組んでいる。地ビールという地域特産品を地元企業が先導して開発し、農家と栽培契約を結ぶことによって、地元でのビール用麦の生産にもつながっている。県農林部とJAは、ビール用麦を麦芽化する製造機の開発という形でも連携した。地ビール事業から始まった取り組みは、「食のむら」構想という、「食」をキーワードとした施設（生産・加工・販売・養成等）が自然や農村景観に融合したエリアを農業・商業・工業が一体となつてつくることを目指す取り組みに発展している。当初、地元の5つの企業から始まった取り組みは、農家、自治体、JA、関連企業、一般消費者も参画する「食のむら」ネット

ワークとなっている。

内海町では、地元醤油メーカー・ヤマヒサが、構造改革特区によって、オリーブの生産・加工・販売までを担っている。企業が農産物の生産まで行うと、生産から販売までの一連を事業として行うため、コストに見合う生産の方法を考え、工夫することになる。内海町の場合、ヤマヒサの既存事業である醤油製造のスタッフが、オリーブの収穫も兼務することで、オリーブ栽培の人件費削減が図られた。さらに、廃棄されていたオリーブの葉をオリーブ茶という加工品にし、より収益性の高い地域特産物を生み出した。企業ならではの発想を活かして、特産物づくりが行われたのである。地域ブランド化に向けた取り組みは今後の課題となるが、それによって地元のオリーブ生産の拡大とオリーブによる地域振興が期待されている。

安心院町松本集落イモリ谷地区では、早くから大豆の集落営農に取り組み、高品質な大豆を安定的に供給できる体制を整えたことに県内の食品加工販売業者である「豆の力屋」が着目し、1次産業と2次3次産業との連携によって、“イモリ谷”ブランドを確立させた。地元の農産物を使った付加価値の高い特産品づくりとその特産品の地域ブランド化が、地域の1次産業を活性化し、それによって新規就農者の増加にもつながった。現在、“イモリ谷”ブランドは、大豆加工品だけでなく純米酒やワインといった商品にも拡がろうとしている。

企業との連携における地域農業の活性化の取り組みは、地域振興をさらなる展開へ導いている。その一つが、消費者と生産者の交流を促進させるグリーン・ツーリズムへの発展である。小豆島という観光地にある内海町はもとより、それまでこれといった観光資源や観光産業を持たなかった一関や松本集落イモリ谷においても地域の特産品を用いたレストランや直売所、農泊といった取り組みが進められている。今後、都市住民の「食」に対するこだわりや関心の高まりとともに「食」をキーワードとした地域資源が観光資源化される取り組みはますます高まっていくものと思われる。

一方で、2次・3次産業に対する高いノウハウを有する企業との連携による農産物の高次化、付加価値化も、「食」をキーワードとした地域資源の観光資源化もあくまでベースとなる1次産業の上に積み上げられるものであり、そのベースが揺らいでしまうといくら2次3次のノウハウを持ってしても地域ブランド自体が揺らいでしまい、最初から地域ブランド化すること自体が困難となってしまうことも忘れてはならない。

4) 郷土料理の復活とグリーン・ツーリズムの推進による地域活性化手法調査まとめ

岩手県久慈市「山根六郷研究会」の事例のまとめ

1. 地域の取り組み内容

山根六郷の豊かな自然や、住民たちに惹かれ、先人の暮らしの知恵や技を次代に傳承しようとして、1983年、久慈市の青年會議所メンバー6名（現在は10名）により「山根六郷研究会」が結成された。六郷の自然や先人の培った「暮らしの技や心の傳承」、「地域資源の発掘」を目的とした記録映画づくりや、源流の自然や生活景観の保全復元等を、地域の人々と共に実践している。1988年、六郷集落の一つ、端神（はしかみ）に、かつて山村の暮らしには欠くことのできなかつた水車が、地元、山根六郷研究会、県、市の支援により復元された。この事がきっかけとなり1989年から月1回「くるま市」（4～12月の第1日曜）が開かれるようになった。くるま市では端神のお母さんたち（はしかみ桂水会）がつくる田楽豆腐、そば切り、きびだんご、軍配もち、イワナの炭火焼など、郷土料理が提供されている。また、5月と11月の「水車まつり」には郷土芸能も披露され、3,000人もの観光客が集まっている。

2. 事業・活動推進に当たっての各種地域活性化手法について

1) 地域の取り組み体制の確立手法

山根六郷研究会による記録映画「山根六郷の四季」三部作の制作は7年かかったが、その間のメンバーとの交流のなかで、山根六郷の人たちも自分たちの暮らしを見つめ直すようになった。1986（昭和61）年、端神郷で川の水を利用した精米・製粉装置である“水バツタ”1基が復元された。その後、山根六郷研究会と端神部落会は水車の復元に取りかかり、1988（昭和63）年、水車が復元した。水車の復元が契機となって、端神集落の農家の女性13人（現在は10人）が昔ながらの味の傳承グループ「はしかみ桂水会」を立ち上げた。1989（平成元）年11月、地元につながる食文化をもとにした「第1回水車まつり」が開催され、盛況を博す。また水車にちなんだ「くるま市」も毎月、第1日曜日（4～12月）に行われ、5月と11月は「水車まつり」ということで、郷土芸能なども披露される。今では水車まつりに3,000人の観光客が訪れている。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

「山根六郷研究会」の会員はホテル経営者の桑畑博氏、建設設計士の黒沼忠雄氏をはじめ、写真館主、歯医者、製菓業者、建築業者などで構成されている。研究会の活動としては、水車の復元、「くるま市」「水車まつり」の支援協力（山村文化交流連携支援活動）の他、記録映画の上映、源流保全の一環である植樹運動、山桜の植樹、水車村交流連携フォーラム（地域活性化事業調整費事業）などがあげられる。こういった活動を通して研究会の発足当初からの目的であった「ふる里資源」の保全と傳承に取り組んでいる。

課題は、地域住民の過疎化と高齢化、そして後継者問題である。水車まつりやくるま市を支える端神部落会や「はしかみ桂水会」の人たちは概ね70歳代であり、畑作も高齢者が支え

ているのが現状で、この食文化や技を引き継ぐ人や定住して畑で雑穀をつくる者は出てきていない。

3) 関係者の合意形成手法

山根六郷研究会が制作した記録映画『山根六郷の四季』は、過疎と高齢化が進む山根六郷が脚光を浴びるきっかけをつくり、『山根六郷の四季』の第1作「麻と暮らし」は1986（昭和61）年に完成。その後、第2作「山褰の食（く）らし」、第3作「ふる里の源流」が制作されている。

こうした郷土の文化や伝統、地域の人々の暮らしを見つめ直す地道な活動により、端神等の山根六郷地区の住民との地域活性化に向けた合意が形成されていった。

4) 資金調達手法

水車の復元については市と県の地域活性化事業費から約120万円の助成を受けている。ただし、水車の復元にかかる実際の費用は約500万円であり、厨房や販売のための屋台など「桂の広場」の整備は、山根六郷研究会と六郷の農業生産者が廃材などを利用し作成している。

5) 農産物の生産・加工・技術開発手法

最近まで交通の便に恵まれなかったために、昔ながらの食文化が今でも残っている。特に行事食には伝統的な雑穀料理は欠かせないものである。献立の中では、豆が使用されることが非常に多い。田楽豆腐をはじめ、煮しめや小豆汁粉などにも豆類が使われている。現在でも日常的に各家庭で豆腐を手づくりしている農家が多い。市の実施により原材料が足りなくなり、不耕作地であった畑でも豆類等が栽培されるようになった。雑穀の作付けもやや増加している。

6) 販売・告知・PR・消費促進手法

PRについては自治体などが観光パンフレットにべっぴんの湯とともに掲載しているが、各地で行われている記録映画の上映会、雑誌や新聞などの記事、口コミの力が強い、平成8年には、岩手県「食の匠」の認証を受けている。地域活動として端神老人クラブのメンバーが山根小学校に出向き、総合的な学習の時間などで伝統料理の指導を行っており、「水車まつり」の動きが、郷土料理を地域にPRするキッカケになっている。

7) 地域ブランド化手法

山根六郷で開催される「くるま市」「水車まつり」では、自家製豆腐でつくった田楽や水車でひいた粉でつくったそば切り、きびだんご、そして、ヒエ飯、クルミ味噌や漬物などの加工品といった山根六郷の人たちが生活の中で代々伝えてきた郷土料理を提供している。市には食べ物だけでなく、そば枕、山野草、木工品、木炭などの地域で生産されたものも並び、郷土料理を郷土の文化と一緒に味わえるようになっている。さらに、その郷土料理や郷土の文化を、きれいな川、おいしい空気とともに提供しているのである。「郷土料理」や「手作り加工食品」の販売について、「はしかみ桂水会」では原則としてくるま市以外では行っていない。

いためその希少性が、さらに付加価値を生んでいる。

山根六郷は、現在、「ビオトープ・エリア」の創造に努め、21世紀「山根六郷エコミュージアム」の夢の実現に向け、活動をしている。そのキャッチフレーズは「源流まるごと昔郷（むかしごと）」であるが、そういった活動自体が郷土料理のブランドイメージをさらに高めている。

3.まとめ

1) 主な活動の成果

- ・典型的な山間地である山根六郷地区の「くるま市」「水車まつり」に、市内はもとより八戸、盛岡などからも観光客が訪れている。
ー5月と11月に開催される「水車まつり」には住民の約6倍にあたる3,000人の観光客
- ・市の人気により加工品の原材料の確保が必要となり、それが不耕作地の解消に繋がっている。雑穀の作付けもやや増加している。
- ・田楽豆腐や軍配もちらは久慈市内や隣町の葛巻町でも売られるようになった。久慈駅前の空き店舗を利用した「街の駅」でも、ウキウキだんご、田楽豆腐などが売られている。
- ・「山根六郷研究会」の活動により、地元端神の農家の女性たちによる「はしかみ桂水会」が昔ながらの味の伝承グループとして本格的な活動を始めた。

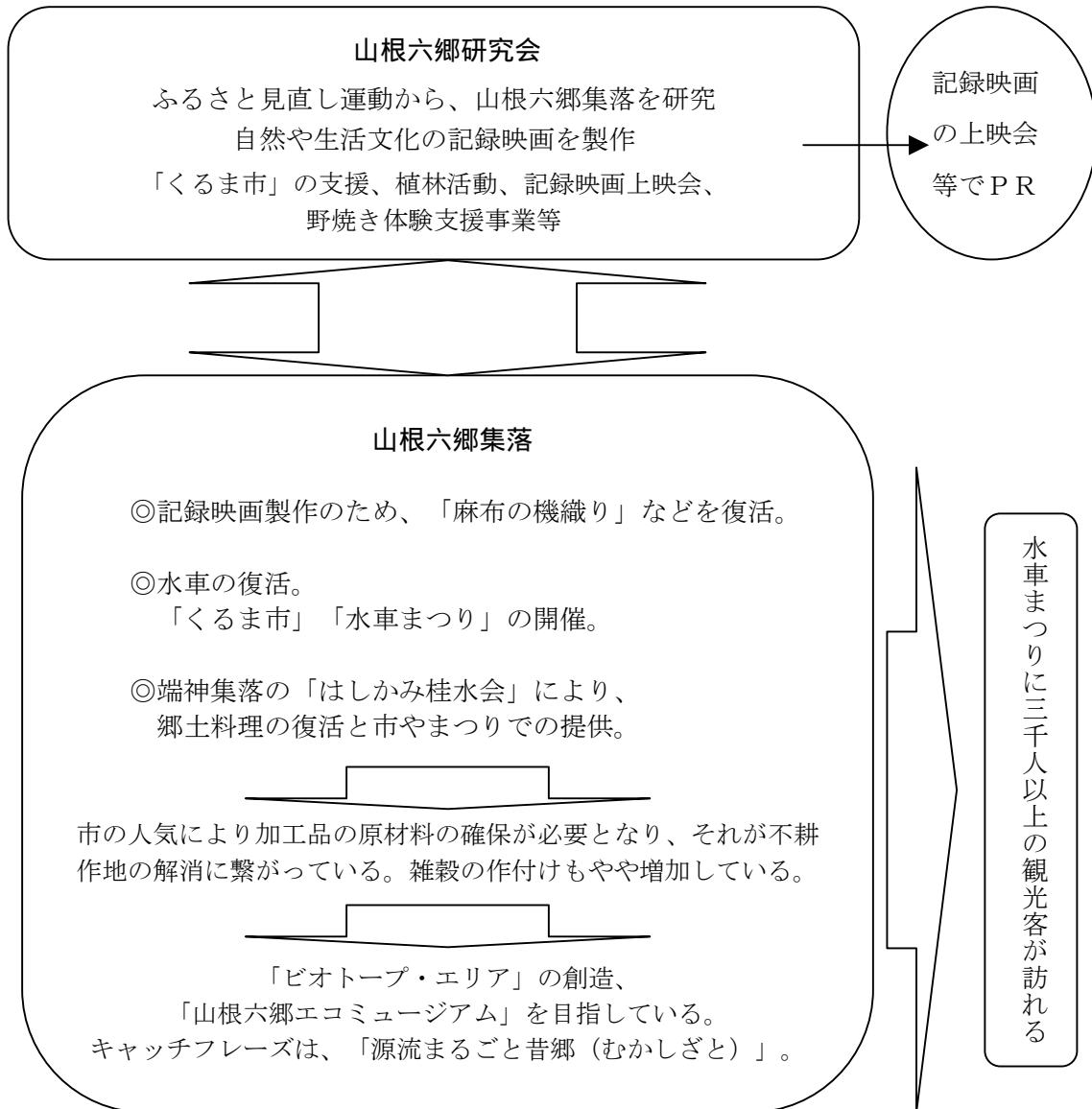
2) 活動のまとめ

山根六郷には、昔ながらの食文化が今でも残っている。行事食には伝統的な雑穀料理は欠かせないものである。献立の中では豆が使用されることが非常に多い。田楽豆腐はもちろん、煮しめや小豆汁粉などにも豆類が使われている。また、現在でも日常的に各家庭で豆腐を手づくりしている。これら六郷地域の農村の暮らしに注目したのが、「山根六郷研究会」のメンバーで彼らは都市住民のニーズを知っており、地域と都市との交流の橋渡し役を務めたといえる。

「くるま市」や「水車まつり」はそうした都市住民のニーズを知る「山根六郷研究会」と昔ながらの郷土料理という食文化を継承する農家の女性たちが組織する「はしかみ桂水会」の交流から生まれたものだといえる。「山根六郷研究会」や「はしかみ桂水会」は、地域観光資源の中で、特に、食材や伝統食品加工技術、ハレの食事、伝統食など、「郷土料理」が重要と考え、観光客に食材の説明や郷土料理のつくり方の手ほどきをしながら、こだわりのある祭りに仕上げている。また、このこだわりこそが都市住民の求めていたものだったともいえる。

研究会は20年余、地元農家との連携を図り、段階的に地域活性化を進めてきた。現在、山根六郷の地域資源を有機的に結ぶ「エコミュージアム」の考え方を導入しながら、端神地区の生産農家を支え、支援し、「こだわり」を持った活動を続けている。

関係図



奈良県葛城市（旧^{なはいまちよう}當麻町）「郷土食・^{なはいま}當麻の家」の事例のまとめ

1. 地域の取り組み内容

旧當麻町は、平成 5 年度に「農業農村活性化農業構造改善事業（地域効用促進型）」の認定を受けた。これと並行して平成 4 年には町内の 23 団体の代表による「建設準備委員会」が組織された。それらの活動を通じて地域農産物の加工、郷土食の提供、有機低農薬栽培による農畜産物の直売などの機能を持つ農畜産物処理加工施設「郷土食・當麻の家」が平成 7 年に開設された。「當麻の家」は、「丸ごと安心・旬の味」をキャッチフレーズにした直売、加工、食堂の複合施設であり、運営は旧當麻町全域に在住する有志からなる農事組合法人「當麻町特産加工組合」（以下、「加工組合」という。）が町からの委託を受けて行っている。平成 13 年には、約 2 億 8,500 万円の売上げを記録している。施設内には、郷土食「けはや御膳」などを提供する食堂、地元の農産物や加工品の直売所、さらに餅、漬物、味噌、パン、乾燥粉末野菜などの加工品を作る加工施設を有する。施設の周辺には、農業体験やオーナー制度で蕎麦などを育てる畑が整備されている。

2. 事業・活動推進に当たっての各種地域活性化手法について

1) 地域の取り組み体制の確立手法

旧當麻町における郷土料理の復活は、「當麻の家」の取り組みに集約されている。それは、旧當麻町の農家が自分たちの地域の農業のあり方について検討を重ねた中から生まれた構想が出発点となっている。その構想とは、當麻町の持つ特長を活かし、地域住民及び都市住民との直接的な交流をさらに活性化させた「交流型農業」に取り組むというものである。交流型農業とは、自主的に「農業の 6 次産業化」に向けて農産物を生産・加工・調理し、安全・健康・新鮮・美味で、しかも農村文化と融合した商品を生産者の顔が見える直売方式で販売するという方法である。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

「當麻の家」運営のキーマンは、加工組合の 2 人の女性理事である。どちらも農家の主婦であり、「當麻の家」ができる以前から消費者と直接触れ合う交流型農業を行っていた。現場では、スタッフの意識高揚のため、ロゴマークの入った黄色いスタッフジャンパーを着て、連帯意識を高めている。

スタッフは農家の女性が多い。組合員自体は 60～70 代の人が多いので、今は 40～50 代のパートの人を増やそうとしている。

3) 関係者の合意形成手法

平成 4 年に「農業農村活性化農業構造改善事業（地域効用促進型）」の指定を受けた時、並行して町内の 23 団体の代表による「建設準備委員会」を組織し、地域の合意形成を図った。この委員会では、町長が座長となり、當麻町に必要な加工施設のあり方について、2 年間に渡り約 30 回の議論が重ねられた。また議論と同時に、先進地視察を行ってきた。

この委員会では、直売や販売促進活動を行う場所が併設されていない加工施設では、いくら質の高い加工品を作っても有利に販売できず経営的に難しいという合意に至り、これまでの消費者との交流型農業で培ったノウハウを活かすために加工だけでなく直売や食堂を併設した施設を建設する必要があるという結論になった。また委員会には、女性達も参加し、その結果、農産物の加工、販売の運営を任せられるのは、消費者との交流型農業を通じて実績やノウハウを蓄積している農家の女性達であるとの合意形成がなされた。

4) 資金調達手法

「農業農村活性化農業構造改善事業（地域効用促進型）」により、「當麻の家」を建設した。事業費は1億7,000万円で、国庫補助金が50%、町が50%を負担した。町費は起債でまかなわれた。建物と加工設備は、旧當麻町で現葛城市が所有する。今までは加工組合と管理委託契約を結んでいたが、平成18年には葛城市の指定管理者制度が適用されることになっている。加工組合は、1口5万円を94人（女性61名、平均年齢58才）が出資し、さらに90口を旧JA當麻町が出資して920万円の資本金でスタートした。

5) 農産物の生産・加工・技術開発手法

地元の生産者は減農薬・減化学肥料農業に早くから取り組んでいる。加工食品は、味噌、餅、パン、漬物、粉もの、コンニャクを作り、販売している。野菜を刻む機械、刻んだ野菜等を乾燥させる機械、乾燥したものを粉にする機械が揃っており、青汁パウダー、ウコンパウダー、ゆかり（紫蘇）、小麦粉などを製造している。

6) 販売・告知・PR・消費促進手法

現在、約800種類の農産物や農産物加工品を扱っている。加工業者が製造したものやJAを通じて、有機野菜も扱っている。近所の方は、花やお餅などを買っていくことが多い。新鮮な野菜も人気がある。取材で出た記事や番組、ニュースがよい宣伝になっており、テレビや新聞には、月に2~3回は取り上げられている。観光バスが、吉野などへの帰りに、お土産購入のために立ち寄り、その売り上げも大きい。

郷土料理体験、農業体験も実施している。学校教育の中で地産地消が取り上げられていることから、学校からの問い合わせも多く、学校の給食センターには地元の野菜を卸している。

7) 地域ブランド化手法

當麻の家には、当地の出身で相撲の開祖とされる「けはや」というネーミングを冠した商品が幾つかあり、それが地域ブランドにもなっている。郷土食と呼ばれている「けはや御膳」は、月替わりで地元の食材を使って作る看板料理である。

3. まとめ

1) 主な活動の成果

・農産物の加工所であり、直販所でもある「當麻の家」の売り上げは、平成13年が約2億

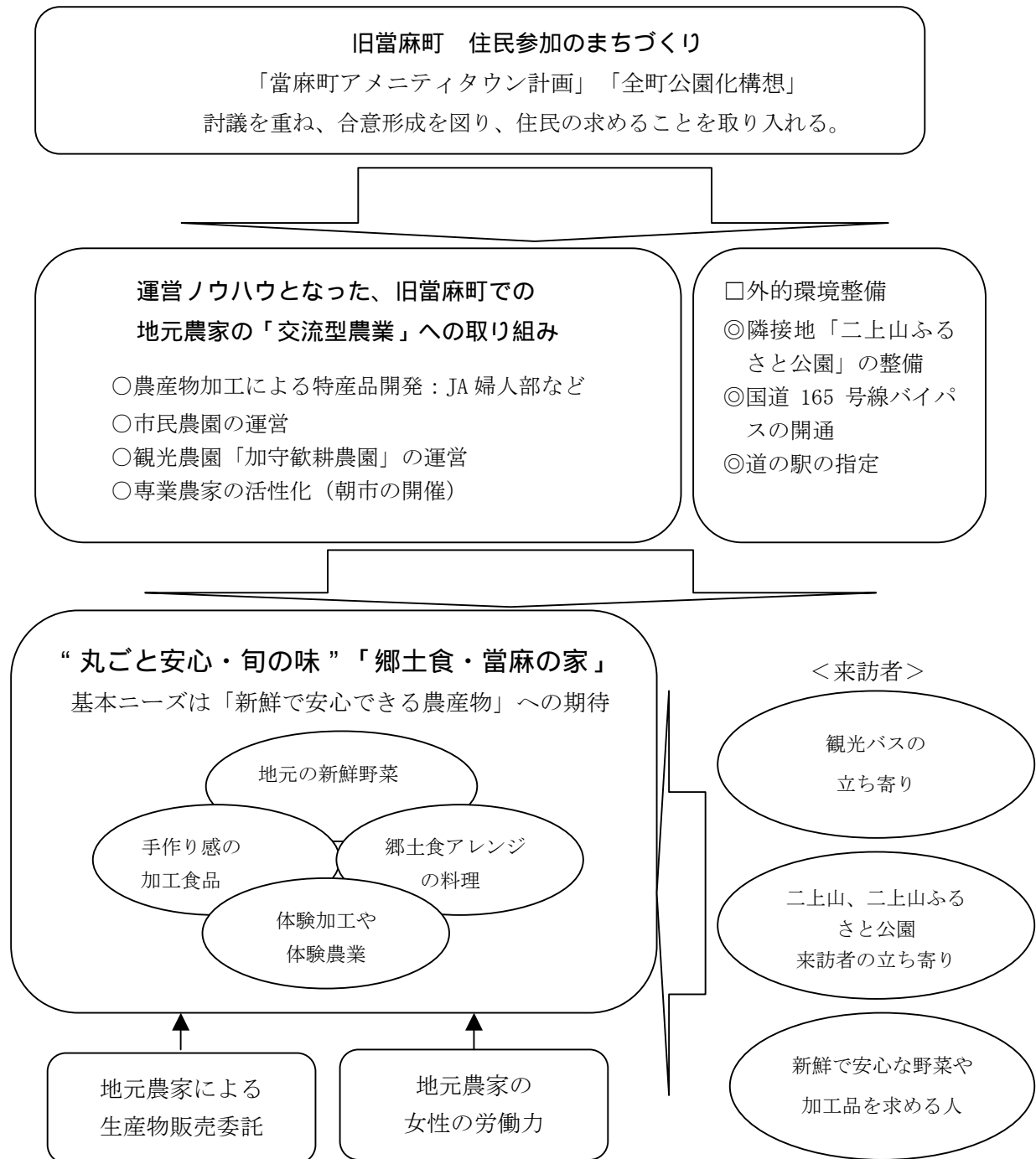
8,500万円。平成16年2月には、南阪名道路が開通し、売り上げが少し下がって、約1億9,000万円。毎年、1,200～1,300万円の純利益があり、配当も行っている。

- ・旧當麻町では都市との「交流型農業」への取り組みを通じて、「多くの消費者が安全で健康に良い農産物を求めていること」に早くから着目し、減農薬・減化学肥料農業に早くから取り組んできた。また「有機低農薬協定」（当時）を定めて普及活動を行ってきた。更に「當麻町地力増進利用組合」を組織し、堆肥の生産も行った。
- ・昭和55年以降、3つの生活改善グループが加工品づくりに取り組んできたが、この活動は「當麻の家」が開設されてからは加工組合の加工部として一つになり、「けはや味噌」「けはや饅頭」などの「けはや」ブランドのヒット商品を生んだ。また食事の提供についても、地元の食材だけを活用した月替わりの「けはや御膳」が誕生した。

2) 活動のまとめ

「當麻の家」は、大阪から吉野、和歌山に至る観光道路でもある国道165号線の沿道で、「二上山ふるさと公園」に隣接しているという立地性が、集客数に大きく貢献している。また運営に多く携わっている女性組合員は、基本的に農家であり、訪れる人にとっては農家の人とぬくもりのある交流ができるという感触が得られることは、當麻の家の強みである。しかも接客や運営には手慣れたものがある。それは、當麻の家ができる以前から、特産品の開発や観光農園の運営、産直市の運営といった都市と農村の「交流型農業」に携わっており、既にノウハウを持っていたことに起因している。ただ現在取り扱っている商品は、以前に比べ「売れる商品」という視点での品揃えの傾向が若干感じられる。また業者からの仕入れも多いという。当初は「丸ごと安心・旬の味」というコンセプトを掲げて有機野菜を扱っていたが、現在扱っている野菜は、有機野菜だけではない。地域農業の動向が商品の品揃えに大きな影響を与えるだけに単に品揃えの問題だけでなく「當麻の家」の運営方針に関わる部分だと思われる。地域農業における6次産業化の取り組みとして注目された「當麻の家」は、組合員や協力農家の高齢化という課題の中で、地域農業と今後どう関わっていくのか、1次・2次・3次産業のどこに力点を置くのか、あるいはその全てに力点を置くのか、岐路に差し掛かっているといえる。

関係図



大分県竹田市「竹田研究所」の事例のまとめ

1. 地域の取り組み内容

「竹田研究所」は、平成10年、竹田市の商工観光課内に「グリーン・ツーリズム」を具体的に進めるための実践・研究を行うツーリズム推進の実践部隊として設置された。平成9年に制定された「大分県竹田市観光振興計画」のもと、計画推進委員会の附属機関として、地域の文化・観光資源などの掘り起こしや、農林業・商工業の推進、情報発信などを多角的に行っている。「竹田研究所」は竹田市の地域おこしに官民連携で取り組むシンクタンクといえる。研究所内には「情報発信」「農村型観光」「城下町観光」「食・特産品開発」「研修」の5つの委員会があり商業・農林業・観光を三位一体で盛り立てることを基本姿勢として様々な活動に取り組んでいる。それらの活動を具体的な構想としてまとめたものが竹田市の「エコミュージアム構想」である。

2. 事業・活動推進に当たっての各種地域活性化手法について

1) 地域の取り組み体制の確立手法

郷土料理の一つである“田楽料理”などは「歴史掘り起し型」のツーリズム資源として取り上げられている。“田楽料理”以外にも様々な郷土料理の発掘、復活への取り組みが進められている。歴史のある町だけに、古文書の類が多く残されており、日常的に郷土史家がその調査研究にあっている。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

竹田研究所は、竹田市助役である「所長」1名と19名の「研究員」で構成されている。その他、研究員OBや県職員で構成される「アドバイザー」が20名おり、他にも竹田研究所の事業等でお世話になった方々も「特派員」として28名が関わっている。

3) 関係者の合意形成手法

竹田研究所は、平成元年、「ふるさと創生事業」で立ち上げられた「岡の里事業実行委員会」に端を発している。この実行委員会は現在も活動をつづけているが、官と民とが協力しあい、歴史、文化、自然などの調査活動を行なうことを目的としている。市の職員も多く関わり、古い建物の保存なども行なっている。地域ごとに異なるツーリズムニーズへの対応を図り、竹田市全体での取り組みとしての合意形成につなげている。

4) 資金調達手法

竹田市の「エコミュージアム構想」は、各地区におけるさまざまな取り組みの複合体となっており、「エコミュージアム構想」自体で資金調達を図るものではない。ひとつひとつの事業単位でみると、殆んど何らかの形での助成金や交付金による活動であるといえる。

5) 農産物の生産・加工・販売手法

竹田市の農村地区では、農作業の受託だけでなく収穫物の付加価値を高めるため、農産物加工や販路開拓までも行い、積極的な「地産地消」態勢を作る取り組みが行われている。その一つが「竹田市わかば農業公社」の取り組みであり、もう一方が「まちづくり会社 むらさき草」の取り組みである。これらの取り組みはいずれもグリーン・ツーリズムと連携した“農業の6次化”への取り組みといえる。

6) 地域ブランド化手法

「竹田市わかば農業公社」では、減農薬・無農薬、有機栽培の作物に関しては、その土壌から審査し、「わかばマーク」の認証を行なっている。現在、約100戸の農家はその認証を受けている。農業公社では、現在、「わかばマーク」認証による地域ブランド化の促進に関して、認証の手続きの簡素化などが検討されている。

竹田市での「豆腐田楽」や「みらい香房『若葉』」の「青大豆豆腐」、神原（こうばる）地区の「緒環（おだまき）」における薬膳料理などは、固定客もいて、地域ブランドとして確立しつつある。

3. まとめ

1) 主な活動の成果

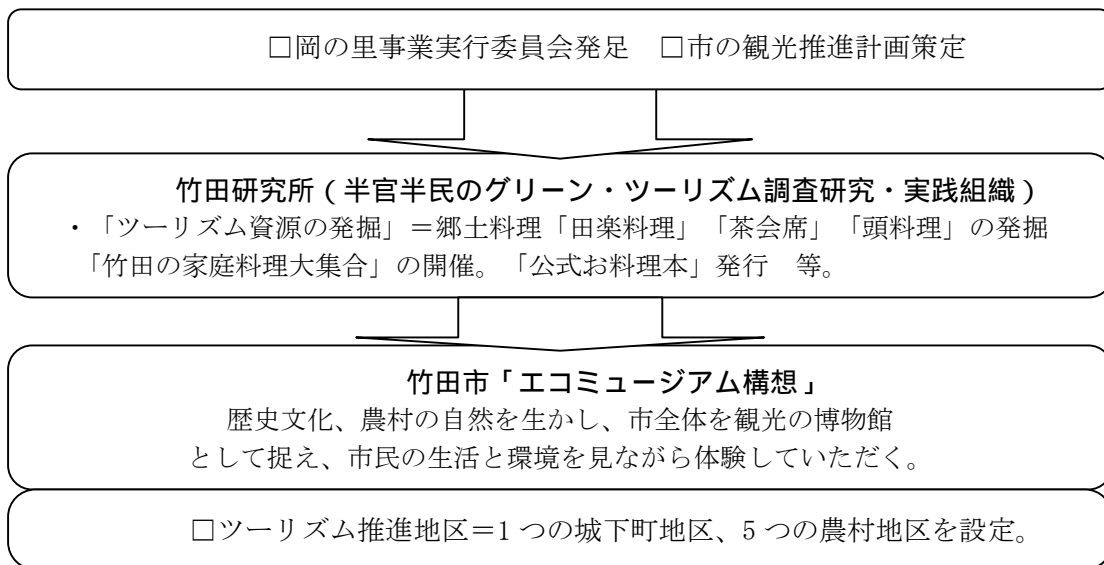
- ・竹田研究所等の調査・研究活動を通じた郷土料理の発掘と現代へのアレンジ
 - －「旬香膳」「田楽料理」「頭料理」「薬膳料理おだまき」など
- ・九重野地区における集落営農の推進による耕作放棄地0%の達成
- ・「竹田市わかば農業公社」による「道の駅竹田」などのアンテナショップの運営
 - －2003年度で約5億円の売上げ
- ・「みらい香房『若葉』」による農産物加工品の開発
 - －青大豆豆腐、豆乳、エノハズシなど
- ・「竹田市わかば農業公社」による、減農薬・無農薬、有機栽培の作物に対する「わかばマーク」認証制度の取り組み
 - －現在、約100戸の農家が登録
- ・グリーン・ツーリズム拠点としての神の里交流センター「緒環（おだまき）」を活用した神原地区における「農泊」の取り組み
 - －「農泊やりさん」等、4軒
- ・地区ごとの特性や地域資源を活かしつつ全体構想を策定した竹田研究所の「エコミュージアム構想」の取り組み

2) 活動のまとめ

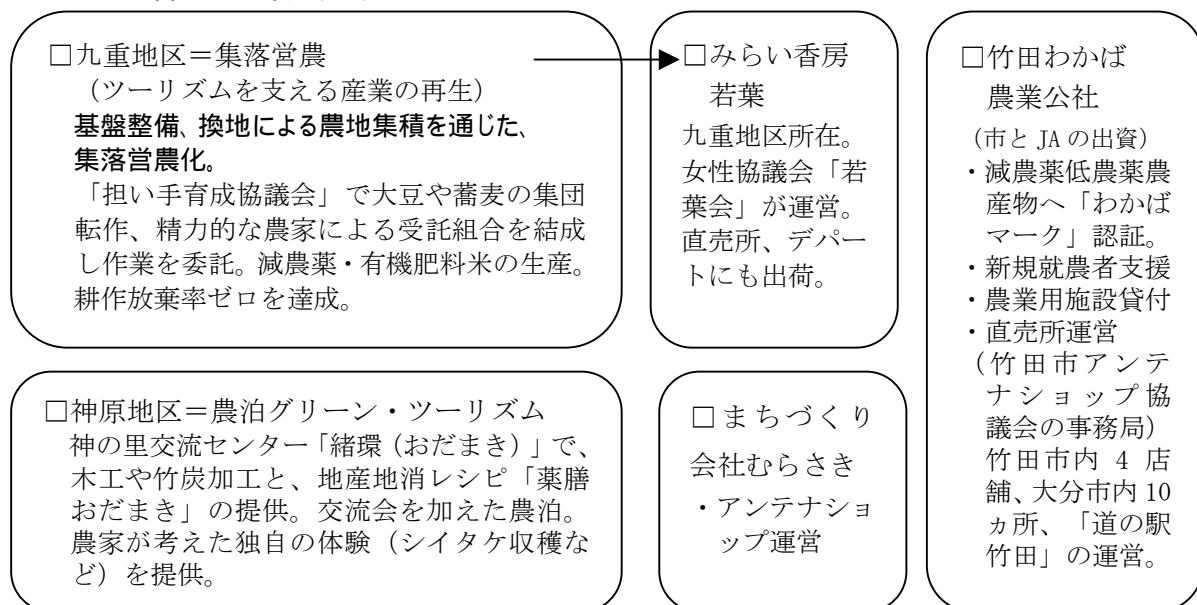
竹田市の「エコミュージアム構想」に集約される特性や地域資源の異なる地区での“ツーリズム・ビジネス”への取り組みは、城下町地区や農村地区、農泊や直売所といった地区やジャンルが横断的に推進されているために、それぞれに“つながり”が感じられ、色々な楽

しみを味わうために竹田市の中での長期滞在型観光を生む可能性がある。また推進手法として、地域の主体性に委ねている部分が大きいと各地区的取り組みに対する意識の高まりが感じられる。特に高齢者の方たちの働く意識、生きがいの追及が従来型の都市より強いと感じられる。これも一つの地域活性化効果と言えるのではないだろうか。ただ地域資源のツーリズム資源化への取り組みには今後も継続的な高次化・付加価値化活動が求められるだろう。ただ、農泊のサービス向上のために由布院に視察に出掛けるなど現状でも様々な高次化活動は続けられているようだ。料理やサービスといった3次産業になればなるほど地域外のプレーンや専門家との連携も必要になるだろう。いずれにしても竹田市の農村地区ツーリズムは、ベースとなる1次産業をしっかりと確立し、その上で必要に応じた外部の専門家、専門集団のノウハウとの連携を図ることにより今後さらなる発展を見せられると思われる。

関係図

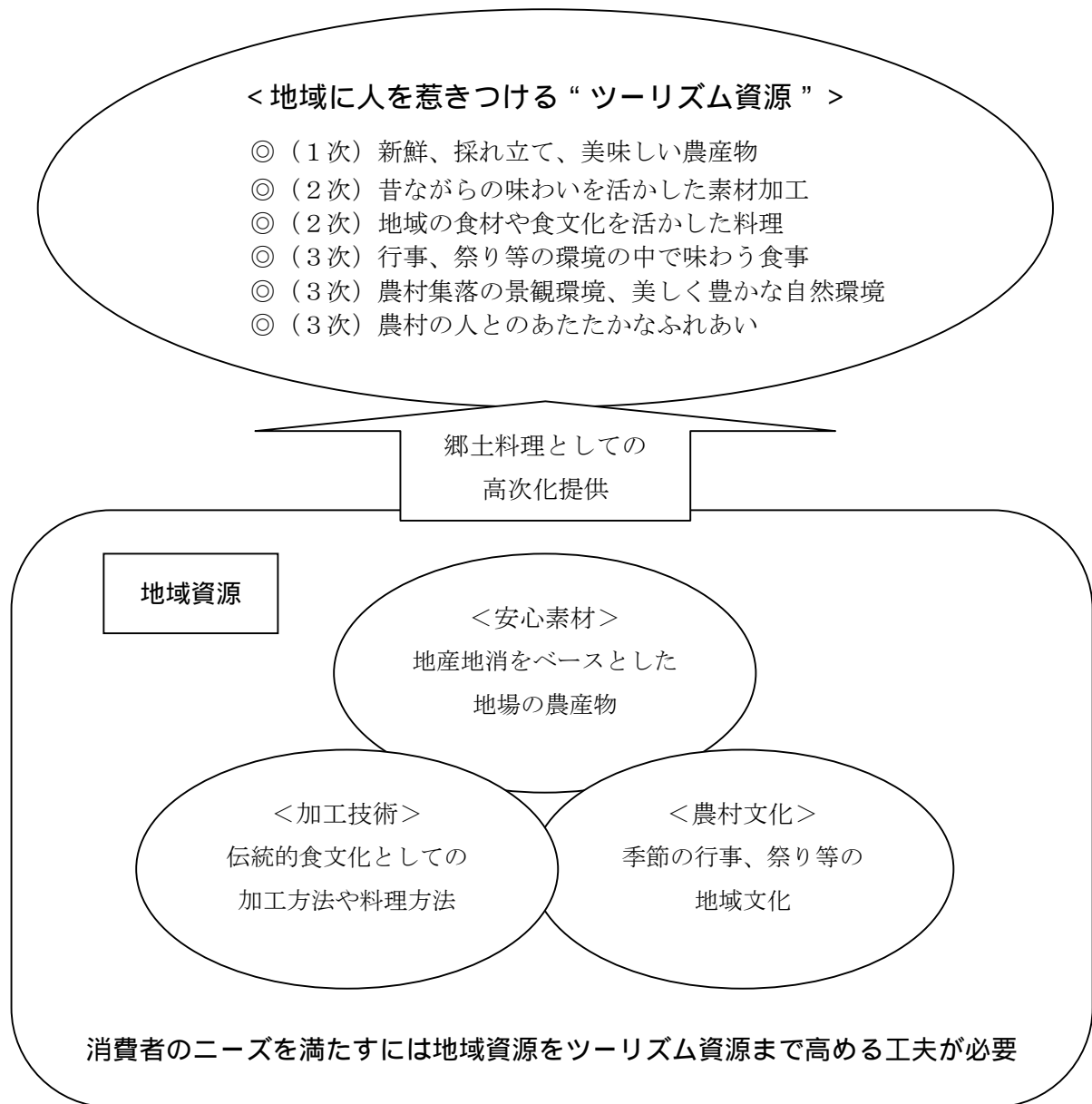


<各地区の取り組み>



郷土料理の復活とグリーン・ツーリズムの推進による地域活性化手法調査のまとめ

“地域資源”としての郷土料理を高次化することにより“ツーリズム資源”化へ



グリーン・ツーリズムとして観光客を集めている農村地域を調査した結果、農産物生産地としてだけではない、人を惹きつける様々な魅力が創り出されていた。「農」「加工」「商」「観光」という1次から3次までの異業種ノウハウが連携し、例えば自然環境、農村風景、農村文化と共に、郷土料理や農産物・農産物加工品直売、農泊といったサービスが提供されている。

竹田市では、エコミュージアム構想と称して、農村地域全体が楽しめるグリーン・ツーリズム事業に取り組んでいる。竹田研究所が行っている郷土料理の発掘・復活は、ツーリズム資源として郷土料理を見直そうという試みである。郷土料理は、農村ならではの素材を活かした料理にアレンジを加え「薬膳料理」として創作したものである。農村地域で、加工体験などを楽しみ、郷

土料理を味わい、農家の方と交流しながら農泊するグリーン・ツーリズムとして提供されている。また竹田市の農村集落では、集団営農による転作で、大豆や蕎麦などの食材を生産している。それらの農産物を、こだわりの豆腐などに加工し特産品化することに研鑽した結果、消費者ニーズに応えられる地域ブランド化に成功し、加工・直売所で人気を博している。竹田市の「郷土料理」や「農村文化」は、ツーリズム資源化されることで消費者のニーズに合致し、農村地域に新たな付加価値をもたらしている。

山根六郷では、昔を彷彿とさせる農村原風景の中で、地元の市や祭りと共に郷土料理が提供されている。水車まつりに約3,000人もの観光客を惹きつけたのは、「水車」を核とした自然環境、農村風景、農村文化に連動して「こだわり」とともに供される素朴な味わいの郷土料理であった。集落の女性たちによる昔ながらの手づくりの「食」は、「こだわり」とともに高次化されることで多くの都市住民の心を捉えているのである。

旧當麻町で、初年度から黒字を達成し、年間1億9,000万円の売り上げを誇る「郷土食・當麻の家」では、新鮮な地元の野菜、農村ならではの手づくりの加工品、地元の食材による郷土料理をアレンジした月替わりメニューを提供している。町全体としての「交流型農業」や「6次産業化」への取り組みとともに「丸ごと新鮮・旬の味」は、そのまま地域住民や観光客に支持されている。

郷土料理という“地域資源”を“ツーリズム資源”化するためには、そのベースとなる地域農業の活性化や地域農産物の付加価値化が必要不可欠になる。なぜならば、都市部や「食」以外のツーリズム資源を保有する地域においては、2次産業や特に3次産業のいわゆるサービスノウハウによって消費者ニーズに対応していくことが可能であるが、農村地域における「食」のツーリズム資源化は、あくまでもベースとなる食材を地域文化や独自の料理方法、自然環境、人的交流などとともに高次化することで、はじめて差別化がなされるものだからである。山根六郷集落では、祭りの際に提供する郷土料理をつくるため、不耕作地を復活させている。竹田市は、中山間地の集落営農や農作業受託の促進に加え、シイタケ栽培や川魚などの地域特産物を活かすメニューが開発されている。「當麻の家」では、“売れる直売所”であるからこそ、地元農家は生産に励み、売れる農産物や加工品づくりを行い、結果として「當麻の家」を他の直売所と差別化しているのである。逆に言えば活性化された地域農業のバックボーンを失ったとき2次や3次産業ノウハウだけでは他との差別化を図っていくことは至難の業だと言わざるを得ない。

今回調査した3地区以外にも農村における地域資源を考える時、消費者の「食」に対する関心やニーズの高まりの中で、農村ならではの「郷土料理」は今後もますます重要な資源となっていくと思われる。その地域資源を使って地域の活性化に結びつけていくためには、2次3次産業のノウハウを導入し高付加価値化を図るとともに元気で質の高い1次産業の基盤づくりが求められていると言える。

2 . 調査全体のまとめ

～ 勝ち (WIN) 組よりも、価値 (VALUE) 組に～

食文化を核とした観光的な魅力度向上による地域の活性化について、4 つのテーマに基づき、その手法を明らかにする調査を実施した。4 つのテーマによる地域活性化手法は、前述のように個々様々な手法に基づく取り組みが見られたが、調査全体を通じて浮かび上がってきたのは、地域の農産物に“いかに付加価値をつけるか”という共通テーマであった。

「伝統野菜や雑穀など地域伝来品種を活用した地域活性化手法調査」では、大量生産型の農産物ではない伝統野菜や雑穀を地域の食文化や伝統といった地域独自の“資源”と合わせて発掘・生産・加工・販売することで付加価値を高め、新たな地域資源化に取り組んでいた。

「地域内資源循環を基盤とした地域ブランドの確立手法調査」では、自治体にとって大きな課題となっている生ゴミリサイクルの問題を質の高い有機農業とそこから生じる農産物のブランド化を組み合わせることで、ある意味マイナスをプラスに変える手法として取り組まれていた。「企業等との連携による地域農業の活性化手法調査」では、地域に根差す企業が地域振興のために地域の農産物の付加価値化を図る取り組みや地域の高品質な農産物に付加価値をつけるノウハウを持った企業と連携することで地域ブランド化する取り組みが見られた。

「郷土料理の復活とグリーン・ツーリズムの推進による地域活性化手法調査」では、地域の農産物を“郷土料理”という形で付加価値化し、都市部などの域外消費者との交流促進に取り組んでいた。

これらの取り組みは、そのこと自体を第 1 義の目的とするかどうかにかかわらず、いずれも結果として地域の農産物の付加価値を高めるという効果を生んでいる。今回の調査を通じて浮かび上がった“地域の農産物に付加価値をつける”（または結果として“地域の農産物の付加価値が高まる”）ことによる地域活性化の取り組みの手法は、一言で言うと農業の高次化、つまり 2 次産業や 3 次産業とも連携したいわゆる“「農」の 6 次化”による地域の活性化手法であるといえる。

調査地区全体においては、その個別の手法が様々であるのと同時にそれらの手法による地域活性化の度合いもまた様々であった。今回調査対象として選定した地区の取り組み事例により直接的に地域の活性化に大きく貢献したケースもあれば、今後に向けて地域の活性化が期待されるケースや、大きくはないが地道でサステイナブルな取り組みとして続けられているケースもあった。

そのような様々な取り組みを地域活性化の（直接的な）効果として、1 次・2 次・3 次産業の側面からまとめたものが、次頁の表である。

調査対象事例別 1～3 次産業面の主な成果

分類	調査カテゴリ	事例	1次産業	2次産業	3次産業
1	伝統野菜や雑穀など地域伝来品を活用した地域活性化手法調査	北海道美瑛町「赤麦を守る会」	1軒の協力農家により30～50アールの赤麦栽培を復活	発泡酒「赤麦鮮烈」やバスタや味噌、醤油、パン等	ホテル、ペンション等の観光業の振興
		岩手県花巻市「イーハトーブ雑穀村」	150戸（2004年）の栽培農家による100ha以上（2005年）の雑穀栽培	雑穀を活用した地域特産加工品の開発（「ひえ冷麺」「六穀うどん」等）	2005年度の売上は約4億5,000万円。2～3年での倍増を目指す。
		奈良県奈良市高樋町「清澄の村」	8戸の協力農家と約70アールの栽培面積で、自然農法を実践	大和伝統野菜を使った加工品（菓子等）の開発	農家レストラン「清澄の里・粟AWA」を通じた大和伝統野菜の提供/PR
2	地域内資源循環を基盤とした地域ブランドの確立手法調査	山形県長井市「レインボープラン」	レインボー認証農家は、約20戸で、栽培面積は14ha	レインボープラン農産物を使った加工品づくり（長井ラーメン等）	農産物直売所として「虹の駅」がオープン。黒字化はこれから。
		佐賀県伊万里市「伊万里はちがめプラン」	現在46戸の農家がはちがめ堆肥を使った農産物を直売所「風道」に出荷	菜の花プロジェクトによる菜種油の開発	平成16年、農産物の直売所「はちがめふれあいステーション風道」を開設
		宮崎県綾町「自然生態系農業」	自然生態系の登録農家は405戸、栽培面積は約300ha（2000年）	一戸一品運動による加工品の開発と手づくりほんものマーケットでの販売	観光業との連携や自然生態系農産物の県内外への広範囲な出荷
3	企業等との連携による地域農業の活性化手法調査	岩手県一関市「食のむら」	麦芽数十キロと量的には少ないが地元産麦芽を使用	協同組合方式で「いわて蔵ビール」を生産。また「セージ」等の開発も。	ビストロや一関地方の郷土料理にこだわる蔵元ビストロを展開
		香川県内海町「榎ヤマヒサ」	榎ヤマヒサが、18,557㎡のオリーブを栽培（2004年）	オリーブオイルやオリーブ茶の開発	観光業との連携もあるが、オリーブ事業は赤字
		大分県宇佐市松本集落「イモリ谷」	栽培農家数35戸、栽培面積27haでの特産大豆の生産	「豆の力屋」によるイモリ谷ブランド豆腐の開発	アパレルショップ「豆の力屋」における約1,000万円の売上や観光業との連携
4	郷土料理の復活とグリーンツーリズムの推進による地域活性化手法	岩手県久慈市「山根六郷研究会」	不耕作地の解消と雑穀作付面積の増加	「はしかみ桂水会」等による郷土料理（農産物加工品）の復活	「水車まつり」に約3,000人の観光客
		奈良県葛城市（旧當麻町）「當麻の家」	35名（1998年）、12ha（1995年）による有機野菜の栽培	けはやブランド等の多彩な農産物加工品の開発	売上が、約1億9,000万円（2004年）。約1,000万円以上の純利益。
		大分県竹田市「竹田研究所」	九重野地区の集落営農による耕作放棄地0%、わかば認証農家約100戸	「みらい香房『若葉』」による加工品の開発（青大豆豆腐、エノバシ等）	農泊や農産物直売所（2003年度5億円）等のグリーンツーリズムへの取組

調査対象事例別 1～3 次産業資源の強みと地域活性化効果

分類	調査カテゴリ	事例	事例における地域資源の強み			地域活性化効果	備考
			1次産業	2次産業	3次産業		
1	伝統野菜や雑穀など地域伝来品を活用した地域活性化手法調査	北海道美瑛町「赤麦を守る会」					観光業者による取組
		岩手県花巻市「イーハトーブ雑穀村」					県内随一の作付面積
		奈良県奈良市高樋町「清澄の村」					自家栽培にも取組む農家レストラン
2	地域内資源循環を基盤とした地域ブランドの確立手法調査	山形県長井市「レインボープラン」		*含堆肥化施設			2次3次は第2期の取組課題
		佐賀県伊万里市「伊万里はちがめプラン」					菜種油等が見られるが、本格的な活動はこれから
		宮崎県綾町「自然生態系農業」					有機農産物が「綾ブランド」として確立
3	企業等との連携による地域農業の活性化手法調査	岩手県一関市「食のむら」					地域活性化は今後の取組
		香川県内海町「榎ヤマヒサ」					醤油メーカーによる取組
		大分県宇佐市松本集落「イモリ谷」					2次3次は食品加工販売業者との連携
4	郷土料理の復活とグリーンツーリズムの推進による地域活性化手法	岩手県久慈市「山根六郷研究会」					「市」による活性化
		奈良県葛城市（旧當麻町）「當麻の家」					農産物加工販売所としての機能の充実
		大分県竹田市「竹田研究所」					直売所や農泊との組み合わせ

今回調査した地域の事例における取り組みは1次産業側からの取り組みや2～3次産業側からの取り組み、あるいはそれらを取りまとめる自治体側からの取り組み、またそれらの連携による複合的な取り組みが見られ、前頁の表に見られるように、各事例の“強み”も1次～3次まで様々に分かれた。

これらの調査結果から見られることとして、「食文化」あるいは「食」というテーマによる地域活性化の手法としては、先のように1～3次の連携した取り組みである6次産業化の取り組みが重要であるが、「食文化」あるいは「食」のベースとなっている1次産業の“強み”を活かした事例が結果として地域活性化効果が高いといえる。もちろん「食」以外の地域資源による活性化手法は、この限りではないと思われるが、「食」や「食文化」を核とした観光的な魅力度向上による地域活性化の手法としては、ベースとなる1次産業が基盤となって2次3次の高いノウハウと連携した時に地域活性化効果が最も高まると考えられる。

