

・ 調査結果

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

<北海道美瑛町「赤麦を守る会」の事例>

1. 調査概要

1) 調査場所 / 調査対象者

北海道美瑛町

- ・赤麦を守る会 代表 村山 和英氏 TEL：0166-92-0991
- ・赤麦を守る会 会長 松田 雅映氏 TEL：0166-95-2066
- ・赤麦を守る会 担当 菊池 晴夫氏 TEL：0166-95-2066
- ・高谷農園 経営者 高谷 和秀氏 TEL：0166-92-0873
- ・NPO 法人循環型社会立案サポートセンター 主宰 白木 ゆみ子氏 TEL：0166-92-0412
- ・美瑛町議会議員 総務文教委員 斉藤 大助氏 TEL：0166-92-2005
- ・美瑛町農林課 主査 藤田 眞美子氏 TEL：0166-92-4391

2) 調査日程

- ・2006年2月16日（木）～17日（金）

3) 調査担当者

- ・大川文男 / 茨木 陽子

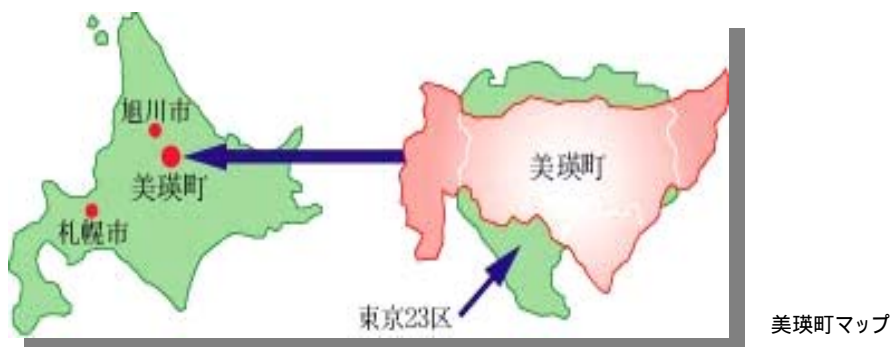
2. 地域活性化への取り組み内容

1) 展開地域の基本情報

美瑛町は北海道のほぼ中央で、道内第二の都市である旭川と、富良野市の中間に位置している。総面積は、東京23区の広さに匹敵する67,716haで、約70%を山林が占めている。町全体がゆるやかなうねりを見せる丘陵で、その丘陵に縫って数条の川が流れている。東部には大雪山系がひかえ、「丘のまち」の美しい田園景観を形成している。気候は、内陸性で寒暖の差が著しいが、農耕期の気温は比較的高く、適度な降水があるために水稲、畑作、露地及び施設野菜、牛乳及び肉用牛生産など多岐に渡る農業経営が行われている。

町で産出する主要農産物は、水稲、畑作物（馬鈴薯、小麦、豆類、てん菜）、露地野菜（かぼちゃ、だいこん、にんじん、キャベツ、とうもろこし、グリーンアスパラ）、施設野菜（トマト）、畜産など、道内に見られるほとんどの農畜産物を生産している。農家一戸あたりの経営耕地面積は、17.6haと非常に広い。これは、北海道の平均経営規模も上回る数値である。北海道自体の歴史が新しいこともあり、特筆すべき「食文化」と呼べるものはあまり見当たらない。しかし、美瑛ブランドの商品開発に関しては行政、JAなどが積極的に取り組んでいる。以前、地域の基幹産業は農業であったが、各産業に関わる人口構成の比較グラフを見ると、サービスに関わる第三次産業に携わる人が年々増えており、平成に入るとその数は

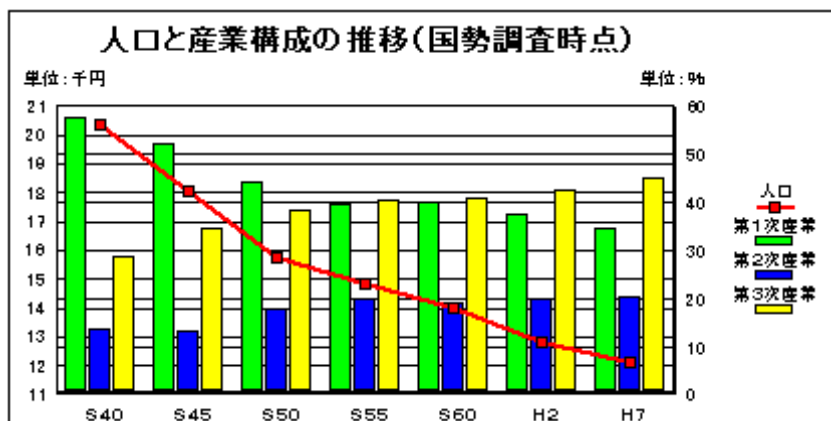
逆転している。



●1戸当たりの経営耕作面積

(単位：ha)

美瑛町	上川支庁	空知支庁	十勝支庁	北海道平均
17.6	9.6	9.4	28.5	15.9



赤麦の広がる丘のまち北海道美瑛町を有名にしたのが、世界的カメラマン前田真三氏が発表した、丘の風景を撮った 1977 年発表の「麦秋鮮烈」という写真集で、この写真に感動して、観光客が訪れるようになった。近年は横ばい傾向とは言え、年間 120 万人に上る観光客がこの地を訪れている。

各産業に関わる人口構成を見ると、第三次産業に関わる人が増加している。

2) 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。



(左上) 前田真三 「麦秋鮮烈」1977年作



(右上) 赤麦復活の始まり 1999年

3. 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

「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経営する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

赤麦を使ったさまざまな商品開発を進めるためには、赤麦の生産を拡大する必要があった

が、本地域では、改良品種のホクシン種をメインに小麦生産が行われていて、収量も需要も少ない赤麦（タクネ種）へ作付けを転換してくれる農家は、なかなか見つからなかった。そこで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」のシステムを導入することになった。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、300 人を超える会員が集まった。これらの活動を通じて生産農家の赤麦栽培に対する支援を行い、赤麦栽培の輪は徐々に広がりつつある。

都市住民の一坪運動会員の意見や要望を分析した結果、かつて美瑛を訪れ、その雄大な田園風景に魅せられた人や、いつか赤麦に映える丘を散策してみたいといった、美瑛ファンであり、実利のみを考えての申し込みはなかった。都市住民の中的美瑛ファンの支えにより関係者は、大きな希望を持った。



(左) 会員への赤麦商品ギフト

4) 資金調達手法

赤麦栽培に対しては、復活時に上川支庁、美瑛町から助成金が約 100 万円交付されたが、それは美瑛町開基 100 年という祝賀行事用に組まれた予算から拠出されたものであり、現在は特に助成金や補助金は受けていない。活動は、ペンションやホテル経営者などが中心となって運営されている「赤麦を守る会」の会費や「赤麦一坪運動」の会費（3,000 円）などで活動が進められている。

5) 農産物の発掘・生産・加工・保護手法

生産に関しては「赤麦を守る会」が栽培農家に対し資金的なサポートを行っている。たとえば、ホクシン種の小麦は、1 俵 8,000 円程度であるが、赤麦を 10,000 円で買い取り、支援をしている。栽培農家に対し委託料を支払うことで、採算性の補填をおこなっている訳である。また、現在、ビール 1 本につき 10 円を生産者に還元している。

ビール等の原材料以外の赤麦については、近隣の JA が引き受けている。地ビール開発は、道内の「帯広ビール」と提携して進めている。赤麦の使用量がビールよりも少なくてすむ発泡酒として取り組まれ、2000 年 6 月にベルギータイプのフルーティな発泡酒「ピルスナー」を会員の宿泊施設で販売開始した。このビールは、観光客に高い人気を得て、2000 年 9 月には新たに黒ビール「ビター」や、2001 年にはノンアルコール発泡酒「テンダー」の開発につながった。地ビール以外にも、パスタや、味噌、醤油などを地域の加工業者に製造委託している。現在は、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

広がりがつある。

一方、美瑛町としては、平成 11 年度、農業技術研修センターを建設し、地元産の野菜や畜肉、生乳などを原料とした特色ある加工食品づくりが行われている。



(上左) 赤麦ビール（発泡酒）「赤麦鮮烈」



(上右) 赤麦パスタ

6) 販売・告知・PR・消費促進手法

商品の販売に関しては「赤麦を守る会」会員が経営するペンションやホテルなどで提供するとともに一坪運動の会員や、地域のイベントに来られるお客様に販売している。また美瑛町の農林部門を中心に取り組んでいるのが、地域ならではの素材を活かした新しい「食」の開発と発信である。従来までの流通に加え、直営の直売所も開始するなど、町が主体となって1次産業を生かしながら観光の振興にも結びつけている。

7) 地域ブランド化手法

赤麦を使った発泡酒は「赤麦鮮烈」という名で商品開発され、町の助成と会で捻出した資金で、商標登録を行った。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した。「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、美瑛町では、離農畑に景観利用型作物（キガラシ・ジャガイモ）の栽培を指導・援助するなど、美瑛の雄大な農村景観保全にも力を注いでいる。ただし、美しい農村風景に誘われ、観光客や写真愛好家が畑に踏み込んだり、赤麦の穂をつまんだりといった問題も起きている。



(左上) キガラシ栽培風景



(右上) ジャガイモ栽培風景



(左) 赤麦の丘の風景



(左) 赤麦の丘を埋めるカメラの列

4. 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
- ・「赤麦」を原料とした新たな地域特産加工品の開発
 - ー発泡酒「赤麦鮮烈」（「ピルスナー」、「ビター」、ノンアルコールの「テンダー」）
 - ーその他、パスタや味噌、醤油など
- ・「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農業に従事する農家とともに、知恵を出し合いながら、地ビールや、味噌、醤油、パスタ、パンなど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もあ

り、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、都市生活者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。

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

<岩手県花巻市「イーハトーブ雑穀村」の事例>

1. 調査概要

1) 調査場所 / 調査対象者

- ・(株)プロ農夢花巻 専務取締役 伊藤正男氏
- ・(株)プロ農夢花巻 業務部部长 小原広和氏
岩手県花巻市太田 42-239 TEL:0198-28-4649
※伊藤氏はイーハトーブ雑穀村(八重畑地区雑穀振興協議会)村長、国産雑穀全国普及会
会長、日本雑穀協会理事、花巻農業協同組合理事、石鳥谷東部土地改良区理事を兼任
- ・岩手県花巻市地方振興局 農林部農業振興課 伊藤義晴氏
岩手県花巻市花城町 1-41 TEL:0198-22-4931
- ・花巻市産業部農林課 主事 坊澤尚行氏
岩手県花巻市花城町 9-30 TEL:0198-24-2111
- ・母ちゃんハウスだあすこ 店長 高橋氏、兼松氏
岩手県花白町野田 335-2 TEL:0198-24-2914

2) 調査日程

- ・2006年2月12日(日)～14日(火)

3) 調査担当者

- ・蜂須賀裕子/照井和美

2. 地域活性化への取り組み内容

1) 展開地域の基本情報

花巻市は岩手県の中央に位置し、南は北上市に接し、西に奥羽山脈、東に北上山地を望む。中央部を北上川が南北に流れ、西部から豊沢川、東部から猿ヶ石川が落ち合い、肥沃な土壌をつくりだしている。

イーハトーブ雑穀村(八重畑地区雑穀振興協議会)のある石鳥谷町は花巻市の北部に位置し、南部杜氏の里としても知られる。2006(平成18)年1月の市町村合併で、石鳥谷町は大迫町、東和町とともに花巻市となった。

石鳥谷町の面積は、11,857ha、人口16,521名、総世帯数4,354で、農家数1,746世帯である。歳入総額6,457百万円で、うち農畜産業は207百万円である。

花巻市の産業は農業、商業、工業、そして観光業である。12カ所の温泉を有する花巻温泉郷はもちろん、宮沢賢治の生誕の地、高村光太郎や新渡戸稲造ゆかりの地であることが大きな文化観光資源となっている。

交通については県内唯一の空港である花巻空港があり、東北新幹線では東京と3時間で結ばれている。さらに東北本線に添って南北に東北自動車道が、東西には釜石自動車道、秋田自動車道が走る。雑穀団地のあるイーハトーブ雑穀村は、JR 新花巻駅から車で約20分の距離にある。

花巻市の農業は稲作が中心だが、野菜や花の栽培も行われており、キャベツ、ネギなどの野菜団地、リンドウなどの花卉団地などもあり、果樹栽培、名物のわんこそばの原料のソバ栽培も行われている。

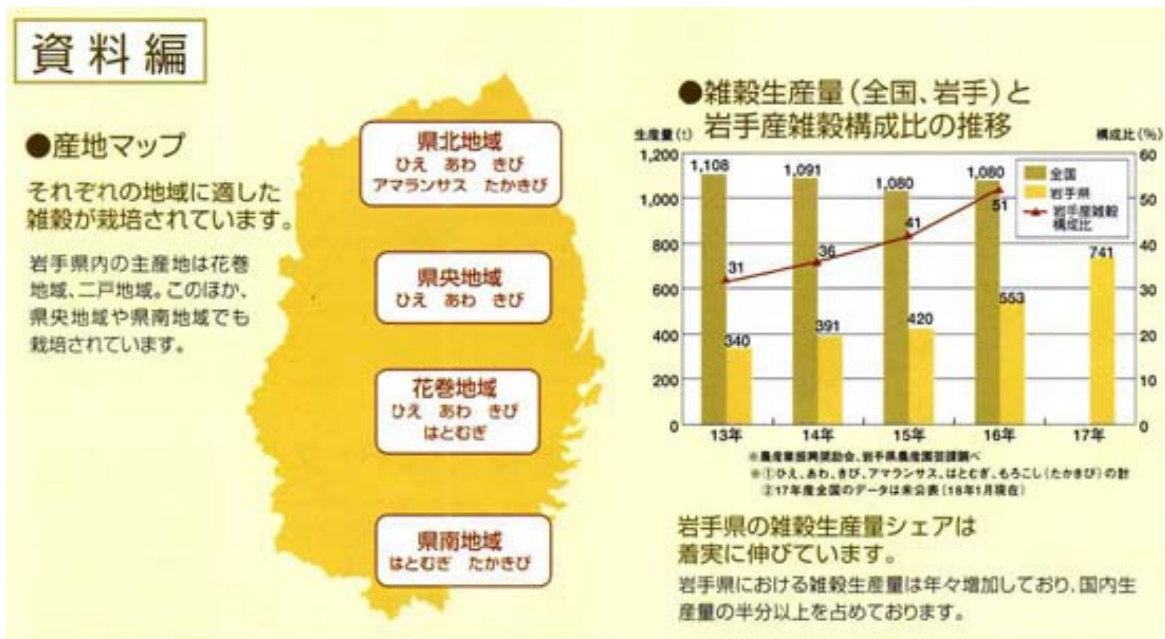
2) 地域の取り組み内容

花巻市は有数の米の産地であるが、JA いわて花巻は、米に代わる新しい作物としてシンビジュームや洋ランなどの花の栽培に取り組み、1999（平成11）年に、子会社ともいえる㈱プロ農夢花巻が設立された。

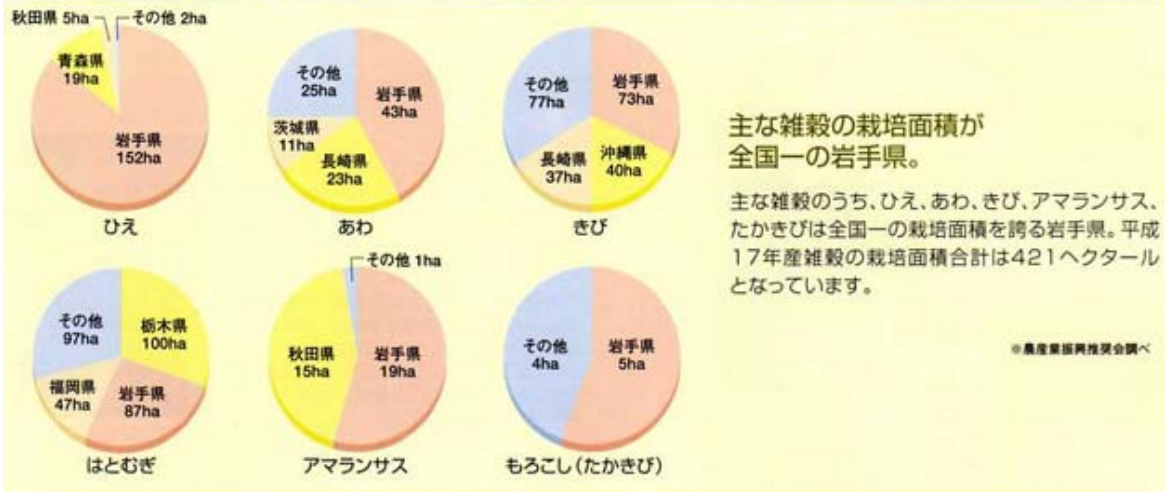
雑穀については、十数年ほど前から県内の二戸地方が有機栽培で、ヒエ、アワ、キビ、エゴマなどを生産しており、花巻地方が雑穀に力を入れ始めたのは1995年頃からである。

岩手県は、古くからヒエ、アワ、キビなどの雑穀が栽培されてきた歴史的背景がある。特に、イーハトーブ雑穀村のある石鳥谷町は合併前、稗貫郡に属していたが、「稗貫（ひえぬき）」という名称からもわかるように、昔からヒエの栽培が盛んに行われてきた地域である。

ここ数年、雑穀はアトピーなどアレルギー疾患や生活習慣病の予防に効果的だということで注目されている。



全国の雑穀栽培面積（平成16年産）



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、転作作物として以下のような理由から、雑穀を選んだ。一つ目は、花巻地域はかつて冷害に苦しんだ土地でもあり、雑穀を主食として食べてきた歴史があること。二つ目は、雑穀栽培の伝統がまだ生きていること。三つ目は、都会ではアトピーなどアレルギー疾患に悩んでいる子どもが多いこと。調べてみると、雑穀は栄養も豊富であり、生活習慣病やアレルギー疾患をもつ人の代替え食に良いということも分かった。

無農薬で栽培できることから「安心・安全」も確保できる上、日本で流通している雑穀の国内産は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た。

石鳥谷町八重畑地区の転作は、当初、アワ、キビ、ヒエ、ハトムギを中心に行うことになった。しかし、大量生産ができなければ、交付金で補填しても採算はとれないので、従来の手作業ではなく、種蒔きも刈り取りもすべて機械化にすることを目標に掲げた。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。八重畑を日本一の雑穀の里にしようと、同年、「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。

現在、花巻地方の雑穀の作付面積および生産量は二戸地方を抜き、県内一である。イーハトーブ雑穀村の作付面積は2005（平成17）年には111.6haとなっている。なお、岩手県の雑穀栽培面積（2005年）は約421haであり、年々増加している。



（左）プロ農夢花巻（上中）イーハトーブ雑穀村の雑穀（上右）イーハトーブ雑穀村のうどんと冷麺

3. 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して、生産者、JA、(株)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」事業が立ち上がった。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』ということの意味しており、さまざまな困難を乗り越え、決してあきらめずにプロジェクトを成功させる例を紹介した NHK のテレビ番組「プロジェクト X」を参考にしたネーミングで、これが取り組み体制の核となった。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

当初、雑穀づくりは八重畑地区の 7 集落から、3 人ずつの代表者を選出し、21 人が栽培に取り組む方法を取っていた。代表者は、みな 70 歳台のベテラン農業者であり、農作物の栽培に関しては、自信があったにもかかわらず、栽培開始後 2 年間はうまく作物ができなかった。キーマンである伊藤氏は取り組みの継続を危ぶんだが、メンバーの中から「来年こそは成功させよう」という声が出るなど、メンバーのモチベーションが下がることなく、一致団結して雑穀づくりに取り組む機運が盛り上がった。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、次に続く人材育成に結びついたといえる。

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いることから、関係者の信頼もあり、意見のとりまとめが事実上容易だったといえる。その個人の持つ統率力が、地域の生産農家を動かしたことになる。伊藤氏自身も農業を営んでおり、地域の農家を根気よく回る誠意ある方法で雑穀栽培の優位性を説明して歩いた。農家が生産した雑穀は JA が取りまとめるという手法をとり、JA から農家への仮渡し価格は 1kg 当たり、イナキビとアワが 600~700 円、ヒエは 230 円、ハトムギは 300 円であった。雑穀を「産地づくり交付金」の対象にしたことも農家を雑穀栽培に引き込めた大きな要因であると同時に、合意を得られやすいポイントだったといえる。

4) 資金調達手法

立ち上げには県からの補助金を活用した（産地づくり交付金、反当約 4 万円）。JA の開発費なども活用している。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。今年度の売上は 4 億 5,000 万円であり、2~3 年で倍にしていきたいとの考えを持っている。

5) 農産物の発掘・生産・加工・保護手法

当初、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。

現在、栽培されている雑穀の種子は岩手県軽米町の雑食種子生産協議会から購入している。品種は岩手県農研センターで保存されてきたもので、イナキビは「釜石一六」、アワは「大槌一〇」。ヒエは盛岡の在来種から選抜された「達磨」だが、晩成なのでイナキビやアワと収穫作業が重ならないのが利点だ。ハトムギは早生の「はとじろう」を採用している。

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があったらそれも積極的に栽培してほしいと呼びかけている。

なお、2004年、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内に雑穀生産部会も発足されている。



(左上) 育苗風景



(右上) ハトムギ播種



(左上) ハトムギ



(右上) ハトムギ収穫

収穫した雑穀は、JAいわて花巻が取りまとめ、昨年（平成17年）5月からは、(株)プロ農夢花巻が販売を担当している。

加工食品作りのポイントは、「自分が食べてみたいもの」を挙げるなど、自由にみんなで意見を出し合う方式で行っている。実際の商品づくりは外部（子会社）に発注している。商品開発のポイントは、化学調味料を使わない、アトピーの要因になる素材は使わない、添加物を用いないなどである。

加工食品の商品開発としては、お土産としてすでに人気の高い「ひえ冷麺」「ひえうどん」「六穀冷麺」「六穀うどん」となっている。また、お湯をかけるだけで食べられる「雑穀雑炊」や「八穀黒酢」なども現在商品開発中である。

また、雑穀をそのまま楽しむ商品として、アワ、ヒエ、イナキビ（モロコシ）、ハトムギ、アマランサス、黒米、赤米などをそれぞれ袋詰めし、販売するだけでなく、これらを混ぜ合わせた六穀、八穀のブレンドパックもつくっている。なお、商品として袋詰めした雑穀は最終段階でエックス線、金属探知機に通し、石などが交ざり込まないように細心の注意を払っている。

種の保護手法としては、2004（平成 16）年に岩手県雑穀遺伝資源センターが設立された。ここで県内各地に残されている雑穀の品種の収集・保存を行っている。また、各農家は長年、栽培している品種を積極的に保護育成していて、組織としての保護と農家個々の保護といった二重の保護手法で、地域伝来品種を守っている。

6) 販売・告知・PR・消費促進手法

当初、農協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、販売部門をきちんと分けるために、販売はプロ農夢花巻が担当している。当初は農協女性部の開いていた青空市を発展させた JA いわて花巻の直売所で、安全・新鮮な食べ物を目指す「母ちゃんハウスだあすこ」で販売していたが、その後、花巻市内のホテル、土産物店にもさまざまな商品が置かれるようになった。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」などを開催したり、全国各地で講演会を開くなど、雑穀そのものに対する 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が 2006（平成 18）年に「雑穀ソムリエ」資格制度を創設し、雑穀を深く理解し、調理や栽培のできる人の育成を目指している。

地域住民に対する PR としては、住民に雑穀産地としてのイメージを定着させるため、花巻地方振興局農林部といわて地産地消花巻地方推進協議会が、雑穀の全体像がよくわかるイーハトーブ雑穀団地、花巻農協ライスセンター、プロ農夢花巻、母ちゃんハウスだあすこ、農産物加工グループなどを巡るコースを作り、紹介する「花巻地方雑穀ヘルシーツアー」などを開催し、その全体像を紹介している。

地元の小学校でも総合的な学習の時間などを使って、圃場見学、イナキビの播種、ヒエの稲植え、除草作業、一人一鉢雑穀栽培などを実施している。伊藤氏も自ら地元の小学校で雑穀についての講義も行っている。



(上左) 母ちゃんハウスだあすこ外観



(上中) 母ちゃんハウスだあすこ店内



(上右) 雑穀フォーラムのポスター

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。初めてのお客様が手に取りやすいように、また、買い求めやすいように、それぞれの雑穀は 100 g 入りと 300 g 入りを用意するなど工夫している。

競合の多い冷麺、うどんなどの加工品は特に「安心・安全」と「味」にこだわっている。また商品のパッケージデザインなどは生産者のイメージを大切にし、最終的にはデザイナーに依頼している。雑穀セットに、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、宮沢賢治を髣髴とさせる「物語商品」作りを展開している。

さらに、雑穀を販売している店はもちろん、観光客と接する機会の多いタクシーの運転手などにも雑穀のおいしさ、料理法などを理解、PRしてもらい、地域が誇るブランドをめざしている。現在では、「雑穀ソムリエ」資格制度や「雑穀ヘルシーツアー」など、料理や地域間交流に視点を当てた資格制度づくりや、イベントなどを開催し、都市住民を見据えた、次段階のステップに進もうとしている。

4. 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、生産に心得のある農家も多かった。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円の仮渡し金を農家に払い、さらに「産地づくり交付金」の対象に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人の農家により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」が設立され、2005年には、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、健康志向があ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と、さらには㈱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挙げられる。

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

< 奈良県奈良市高樋町「清澄^{きよすみ}の里・粟 AWA」の事例 >

1 . 調査概要

1) 調査場所 / 調査対象者

- ・ NPO 法人 清澄の村 代表 兼
農家レストラン「清澄の里・粟 AWA」 経営者 三浦雅之氏
奈良県奈良市高樋町 861 TEL&FAX : 0742-50-1055
- ・ 奈良県農林部農業水産振興課 課長補佐 西岡廉純（やすずみ）氏、
園芸係長 前嶋文典氏
- ・ 奈良県生活環境部県民生活課 地域活動推進係 小西功記氏
ボランティア NPO 係 主事 鳴神登久子氏

2) 調査日程

- ・ 2006 年 2 月 21 日（火）～22 日（水）

3) 調査担当者

- ・ 森脇ひとみ / 野田陽子

2 . 地域活性化への取り組み内容

1) 展開地域の基本情報

奈良県高樋町の清澄（きよすみ）集落は、日本最古の道「山辺の道」の道筋に位置する。清酒発祥の地で、万葉の歌人たちに「清澄の里」と詠われており、今も、昔ながらの田園風景が広がる地域である。人口総数は、393 名の小さな集落である。奈良の市街地から車で 30 分程度の立地で、市街地近郊の中山間地であるが、風致地区であり、宅地開発が行われていないため、外部から移り住む人がほとんどいない地域となっている。

奈良県の耕地面積は全体の 5%と全国で下から 3 番目に低い。米の自給率は、奈良県内の田圃で全部作っても、自給率 50%ほど。しかし柿、お茶、菊など特色ある園芸作物を増やすことで、特長を出そうとしている。



(左) 清澄の里マップ

2) 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。三浦氏は、自分で借りている畑で、大和野菜を有機無農薬農法で栽培している。さらに「清澄の村」設立当初の頃、助成金を得て、大和野菜を地元の高齢者に栽培していただく活動を行った。その後は、大和野菜を広めるための執筆、講演、出版（企画中）などの活動を行っている。「清澄の村」（現在40名）には、地元農家もメンバーになっている。

「清澄の里・粟」としては、レストランで使用する大和野菜づくりを8軒の地元農家に依頼している。生産した野菜を買い取ることで、地元農家も積極的に大和野菜づくりを行うようになっているため、大和野菜の保存、振興に役立っている。

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。



(上左) 小高い丘にある農家レストラン「清澄の里・粟 AWA」



(上右) 「清澄の里・粟 AWA」から見る地元集落。

3. 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

NP0 法人「清澄の村」の活動としては、以下の3点が挙げられる。

- ①大和野菜を使った商品づくり。
- ②大和野菜を食文化として捉えた総合学習テキストの開発、出版。
- ③大和の伝統野菜を活用した特産品づくりと産地化によるまちづくり支援

(大和野菜「ムコダマシ」を使った和菓子等の加工品の開発、販売。古代米や大和野菜の提携レストランへの提供。「ムコダマシ」は、粟の一種。白米のように美味しく、婿をだませるということから名がついている。十津川村の1件の農家が種を保有していたのを三浦氏が譲り受け、清澄の村で栽培を始めた。)

さらに、今後、「NP0 法人清澄の村」では、大和野菜の種と会員のもつ伝統的な知恵を種火に、様々な分野の人材をリンクし、文化創造とコミュニティ機能の再構築をめざすコミュニティビジネス（地域の人たちが地域のニーズを掘り起こしておこなう事業。ビジネスでありながら特定の地域や個人を対象とする新しい事業形態といえる）を進めたいとも話している。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

「大和野菜」振興に取り組む三浦氏は、レストランを運営しながら、地域活性化となる活動をするために「NP0 法人清澄の村」を設立している。その活動を支えるべく、県では、高齢福祉課が「地域ささえあいカンパニー」の助成を紹介したり、県民生活課では、「もてなしの心プロジェクト」を委託したりしている。

一方で三浦氏は、大和野菜作りの人材を確保し、育成させるために、地元高齢者や女性に、大和野菜の栽培を依頼し、少額ながら報酬を支払っている。「粟」が軌道にのった現在、2人の若手スタッフを雇用して、自身の進めて来た取り組みを伝えている。現在、2号店の出店を計画している。やりがいのある「仕事」の提供と、その「報酬」という仕組みをとることで人材は育ち、活動が広がる。三浦氏は、哲学者・河合隼雄氏の言を借りて、自身の活動を「経済と文化の両輪」と称している。

3) 関係者の合意形成手法

三浦氏は、地元での活動には自分なりの“手法”があると語る。三浦氏は最初に地権者である大家さんと懇意になり、地元の農業のやり方を教えてもらい、地元に着して農作業を行い、地元農家に好感をもってもらった。「まず、おじいちゃんおばあちゃん、お母さん、お孫さんと仲良くなる」「農家は、農業のことを聞いてもらうとうれしいもの」と言う。息子や娘世代が農業をやらなくなってしまった高齢者は、まず三浦氏に農業のやり方を伝え、それを見て、興味を持った若い世代に農業を伝えてもらおう、と考えている人もいるとのことである。

地域の情報を得たり、交流をはかることにもつながると、集会やまちづくりの会合にも積極的に参加したり、地域の方の意見なども聞くことができるのではと、夜、「清澄の里・粟」を集会場として開放している。地元の荒れた土地を自ら開墾して農地にする、高齢者と共に助成金で野菜づくりを行う、レストランで利用する野菜の栽培を地元へ依頼する、といった地元への貢献や積極的な地元での活動、「大和野菜」という農産物資源への情熱などが、地元賛同者を増やし、地域の合意形成に結びついているといえる。

一方、奈良県では、「大和野菜」の認定に各方面の関係者から意見を聞く「審査会」「協議会」を設け、合意形成を図っている。「伝統野菜を守り、育てたい」とする三浦氏と、「流通させ地域農民のPRにつなげるためには、厳密な意味での伝統野菜だけではなく、こだわり野菜も含めなければ」とする県や流通業者など、関係者間の取り組みに若干の違いはあるものの、奈良県が2010年に控えた「平城京遷都1300年」を県下一丸となって進める共通目標として掲げ、時間を区切って活動することで、当面の合意形成を図って行くという手法をとっている。

4) 資金調達手法

三浦氏が農家レストランを始める前、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の方から、安く土地を貸してもらい経営が思わしくないレストランの建て直しと運営を任せってもらうなどの支援を受け、大和野菜の発掘・振興活動を開始した。さらに、その地元地権者の方に県の担当者の紹介してもらい、2003年奈良県内で、高齢者の生活支援や子育て支援のサービス、地域情報発信等の分野において、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）」の支援を受けている。

5) 農産物の発掘・生産・加工・保護手法

三浦氏は、有機無農薬農法＝自然農法で野菜づくりを行っている。伝統野菜は、農薬の使用に向かないため、むしろ適した栽培方法である。三浦氏が栽培方法として学んだ「赤目自然塾」の代表者の川口由一氏は、日本に自然農法を広めた第一人者の一人と言われている。ご自身の子供がアトピーだったので、からだに良い野菜を作り始めたのがきっかけと言われていて、川口氏の農園には、アトピーの子供を持つ母親がよく訪れると言う。

三浦氏は現在、自ら「清澄の里・粟AWA」で出す野菜を作っているが、それには経済性も

大事と考え、農耕機械を使い、合理的に進めている。「農業は、地域全体が元気にならないといけないし、経済的にも成立しないといけない。」と、「大和野菜の振興」と「清澄の里・粟AWA」の経営に今後ますます力を注ぎたいと述べている。



(上左) 里芋の伝統種ウーハン



(上右) 伝統野菜を説明しながらサービスする若いスタッフ



(上左) 料理担当の若いスタッフ



(上右) 三浦夫妻（正面のお二人）

農産物の種の保存に関し、三浦氏は、高樋町に田を借りる前から、奈良県内にある在来種の野菜を調べ、育ててみようと考えていた。奈良県内を歩いて、伝統野菜にはどんなものがあるか、どんな人が野菜の種を持っていて、どんな作り方をしているかを聞き取り調査のようにして歩いた。農家の方から種を分けてもらい、自分で育て始めた。現在は、育てた種を、他の方に分けてあげる段階になっており、その方法について模索している。

6) 販売・告知・PR・消費促進手法

三浦氏は、基本的にマスコミ取材を歓迎している。一連の活動がPRされることで、大和野菜もPRされ、地元の宣伝にもなっている。店内の一角には、取材掲載の雑誌や書籍、自身が寄稿したコラムが置かれ、閲覧できるようになっている。お客様の口コミも多いと言うが、こういった三浦氏の取材を断らない姿勢も、重要なPR手法であろう。地元農家の方も積極的に取材を受けていただくようアピール、取り計らっていて、取材された農家が「自身の再発見につながり、若返り」と思わぬメリットも生んでいる。

2004年には、イトーヨーカドー奈良店で「大和伝統野菜となかまたち」展を開催し、多くの来場者があった。量販店として「大和野菜」のコーナーを設けたいとの打診があったが、量産できない野菜であり数量をまとめることが困難であったため、話し合いの結果、扱っていただくには至らなかった。

また奈良県の学校では、地産地消の動きが高まっており、子供たちの健康を守る栄養士が、奈良県産の野菜を使いたいとの声を上げている。しかし調理の現場では、短時間に調理するために大きさを揃えてカットしてから納品してほしいなどの要望があり、実施に向けては難しい課題も残っている。その他、奈良教育大付属小学校の先生が、学校でプランターを使って野菜を作りながら給食に出したり、奈良女子大では、学園祭の時に大和野菜を使ったお弁当を作って販売し、新聞に掲載されたりしたこともある。

7) 地域ブランド化手法

大和野菜発祥の地、奈良県高樋町にある、小高い丘に建つログハウス「農家レストラン清澄の里・栗 AWA」は、1日限定20組、完全予約制のレストランで大和野菜を中心とした創作料理を出している。経営者の三浦氏はIターンで移り住んだ住民である。自分で借りている畑でも、有機無農薬農法で大和野菜を栽培するというこだわりを見せている。また、地元野菜農家に生産を依頼、生産した野菜を買い取る仕組みづくりを行い、地元農家にも喜ばれていると同時に大和野菜の保存、振興、ブランド化にも寄与している。

レストランで提供する創作料理のレシピは、三浦氏の夫人陽子氏が、地元のお話を参考にして開発していった。「栗」では、大和野菜とその食べ方を広めようということもあり、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お出ししている。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生活者のニーズに答えるお店の雰囲気作りに心を配っている。

こういったキメの細やかなホスピタリティがお客様のニーズをつかみ、店の回転率は、年間通して90%以上となっている。去年の4月からは、若いスタッフが2人入り、無休になったが、それまでは週2日、火曜日、水曜日は休んでいた。スタッフ2人も、実際につくってみなくてはと、自分の畑で大和野菜を栽培している。お客様は、ほとんどが地元奈良市からだが、近隣の京都、大阪、神戸、名古屋、三重からも訪れている。奈良観光のついでに、関東や九州など遠方からのお客様も口コミで訪れることがあるという。お客様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とのこと、お客様にも理解され、店内は比較的静かに料理と会話を楽しむお客様が多いという。



「清澄の里・栗」の入口。棚田は借りている



NPOの施設と山羊に興味を示すお客様



「清澄の里・粟」の店内。ゆったり食事ができるスペース



自然農法の畑。地権者から三浦氏が借りている

奈良県では、「日本文化の再生と新たな創生」をめざす平城遷都 1300 年（2010 年）に向けて、奈良を訪れる人や県民が奈良の「食」を理解してもらうために「なら食と農の県民会議」を設立し、「奈良のうまいもの」や特産品づくりなどを推進している。大和野菜は、奈良県の特産品として質的な特長をアピールできるものとして、「大和の伝統野菜」と「大和のこだわり野菜」の 2 つを位置づけ、「なら食と農の県民会議」の中に分科会をおいて、それぞれの品種選定作業を進め、14 品目を選定した。

大和野菜とは

「奈良県の特産品として特長をアピールできるもの」

「大和の伝統野菜と大和のこだわり野菜」

大和の伝統野菜の要件

- ①戦前から本県で生産が確認されている品目
- ②地域の歴史・文化を受け継いだ独特の栽培法等により、「味・香り・形態・来歴」に特徴を持つもの
- ③季節、地域限定などでも入手可能なもの
 - 1. 大和まな 2. 千筋みずな 3. 宇陀金ごぼう 4. ひもとうがらし 5. 軟白ずいき
 - 6. 大和いも 7. 祝いだいこん 8. 結崎ネブカ 9. 小しょうが 10. 花みょうが

大和のこだわり野菜の要件

- ①栽培や収穫出荷に手間をかけ栄養やおいしさを増した野菜（朝採り野菜おいしさアップ野菜等）
- ②本県オリジナルの野菜等
 - 1. 大和ふとねぎ 2. 香りごぼう 3. 半白きゅうり 4. 朝採り野菜（レタス、ナス、キュウリ、スイートコーン）

認定大和野菜に貼付する「にこにこだいちゃん」マークを制定している。ただし表品パッケージは「シールだらけ」という現状になってしまっており、実際にマークをどのように貼付するかは検討中。店頭において POP など「大和野菜」と表示していただけるよう、県では

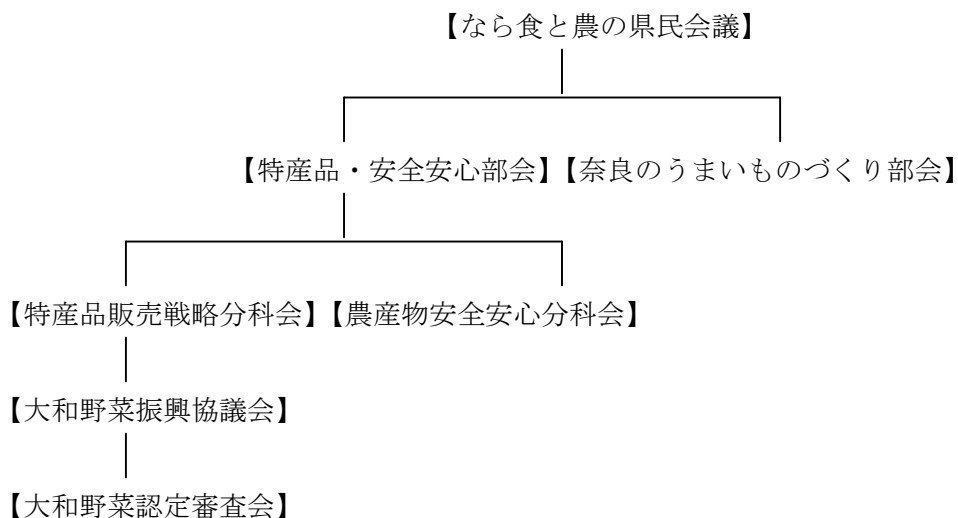
流通業者に対して要望している。

大和野菜認証表示マーク



伝統野菜は、量産化が難しい品種であるが、量産できなければ流通ルートにのせることが難しく、広まっていけない。この問題を考えると、伝統野菜の認定は、必ずしも伝統的なものばかりでない方が良いということになり「こだわり野菜」というものも認定対象になり、平成 17 年夏、認定会議が発足、その秋「大和野菜」の認定基準が制定、10 月に知事発表された。その際、品目認定は県が行うが、流通や市民の意見を聞くということで、「審査会」「協議会」が設けられた。

認定組織



大和野菜振興協議会

- ・ 流通ルートの開拓と特産品の販売促進
- ・ 特産品の開発と育成
- ・ 大和野菜産地育成にかかる事項
- ・ その他目的達成に必要な事項

(協議メンバー)

流通販売 (株) Aコープ近畿橿原店長
農業関係 JA 奈良県営農販売部長
流通関係 JA 奈良県農産加工場長
消費生活 (学) 若羽学園副学園長
流通販売 奈良中央青果 (株)惣菜部次長
種苗業界 (社) 日種協奈良県支部長
流通販売 県中央市場仲卸代表 (株)奈良ニッカ営業部長
農業関係 奈良特産品振興協会事務局長

大和野菜認定審査会(大和野菜品目の認定審査メンバー)

学識経験者 元農業試験場長
農業関係 JA 奈良県営農販売部長
種苗業界 (社) 日種協奈良県支部長
市民団体 NPO 法人清澄の村理事長
流通販売 県中央市場仲卸代表 (株)奈良ニッカ営業部長
県 農業水産振興課長

奈良うまいもの

奈良ではの味覚にこだわり

7つのうまいものメニューが誕生!!

奈良県では「日本文化の再生と新たな創生」を目指す平成27年(西暦2015年)に向けて、食べ物・味覚の面から奈良をアピールできる料理を創作しました。全国からご応募いただいた307点のレシピやアイデアを基に、7品を創作。奈良を誇れた人や県民が気軽に食べることのできる「奈良」ならではの味にこだわり、完成したのが「奈良のうまいもの」です。現在九十店舗以上のお店で販売を実施しています。ぜひ一度ご賞味下さい。



ご飯には、奈良の郷土料理である「奈良高麗(ならちやのし)」を使い、色とりどりの奈良らしいお弁当に仕上げました。

POINT 奈良菜園とは? 東大寺二月堂唯二(お東照り)の御門前の直営に直営とともにも奈良菜園がはじめての直営店ではお弁当から販売されています。



奈良産技術センターが「若古屋種」や「シヤモ」などをかけ合わせ開発した奈良野菜品の逸品「大和肉類」を堪能した片。

POINT 大和肉類とは? フロイラーに比べ、インゲン類・ブルコース・グルタシン類を多く含む、ジューシーで固めと柔らかさのある肉類です。



昔懐かしい奈良の庶民の味、鶏肉のすき焼きを井で。特に秋冬に召喚する大和ふとねぎと大和肉類のマッチングは、絶妙。

POINT 大和ふとねぎとは? 大和ふとねぎは、鶏が太くてやわらかく、甘みが強いので、すき焼きなどに大変適しています。葉先まで黄ばみのある小羽鶏。

*****「奈良のうまいもの」メニュー*****



ご飯に、串でた鶏肉、奈良漬け、奈良の大和茶、餅糸串、奈良の甘酒などをトッピング。鶏のだし汁をかけてお楽しみください。

POINT 奈良の味とは? 県農業技術センターが開発、純米酒を調味料に熟成処理、野菜に乾燥・粉末化したもので、抹茶の香ばしさを引き出します。



鶏肉スープと豆乳でさっぱりと仕立てた鍋。すり下ろして油で揚げた大和いもが美味。

POINT 大和いもとは? 大和いもは、古い時代のヤマトイモで、奈良に多いことから大和いもと呼ばれており、キヌが細かく大変柔らかいのが特徴。



奈良と言えば「柿くへば餅が鳴るなり法隆寺」(正岡子規)。その柿(干し柿)を使った和風パウンドケーキです。

POINT 奈良の柿とは? 奈良県は、柿生産量が全国第2位。特に高市郡古野地区(旧高市野村)は有名で、地域内には柿の製法した「柿種特産」も。



シルクロードの終着点「奈良」ではの逸品。古代米「国米」と「カレー」の黄色の取り合わせが好評です。

POINT 国米とは? おはぎの起源といわれる古代米、原産地中国では、古くから王宮御用米として、又、薬膳料理として活用されてきました。

4.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・粟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・粟AWA」の法人化、2号店出店の計画もある。「清澄の里・粟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、エアー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・粟 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。

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」の事例>

1. 調査概要

1) 調査場所 / 調査対象者

- ・長井市企画調整課 レインボープラン推進担当 高石潤一氏
山形県長井市ままの上5番1号 TEL: 0238-84-2111
- ・レインボープラン推進協議会 会長 菅野芳秀氏
山形県長井市寺泉 1483 TEL: 0238-84-3196
- ・市民市場「虹の駅」 理事長 渡部久雄氏
山形県長井市あら町3番2号 TEL: 0238-83-3175
- ・NPO 法人レインボープラン市民農場 理事長 竹田義一氏
山形県長井市小出 3432 TEL: 0234-84-6225
- ・まちの交流空間 長井村塾 塾長 横山寛道氏
山形県長井市栄町 4-17 TEL: 0238-83-2760
- ・旅館丸万
山形県長井市本町 2-8-6 TEL: 0238-88-2543

2) 調査日程

- ・2006年2月23日(木)～25日(土)

3) 調査担当者

- ・山村基毅 / 神澤信一

2. 地域活性化への取り組み内容

1) 展開地域の基本情報

長井市は山形県のほぼ中央に位置している。アクセスは、新幹線駅のある赤湯駅（東京から2時間12分）からフラワー長井線で30分、車では仙台市内から2時間30分、新潟市内から2時間30分、山形市内から1時間となっている。

市の西部一帯は、朝日山系のけわしい山岳地帯で、朝日、祝瓶などの高山がそびえており、東部は出羽丘陵地帯である。この両山系の間を南より北に最上川が流れている。長井市は、ちょうど盆地を形成しており、長井盆地は標高200～250メートルで西から東へゆるやかに傾斜している。盆地の西半最上川左岸には段丘が形成されている。

市の人口はおよそ31,000人、世帯数9,700、農地面積は2,900ha、その大部分が水田である。農業生産は果樹や畑作もあるが、米作中心で、農家戸数は1,900戸であり、そのうち専

業農家数は 100 戸である。

2) 地域の取り組み内容

「レインボープラン」は、長井市で農家が町の住民とともに「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という経緯があり、その基盤は長井市の市民たちによって作り出されている。コンセプトは、「生ゴミを仲人役にして、土と人々、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。町と村が食と農に関わる市民の生活そのものを創造していく」ことである。

本格的に生ゴミ収集がはじまって、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、これまでを第1期と位置づけ、さらにスタートした第2期と重ねて考えている。第1期の取り組み成果としては以下のような点が挙げられる。

- ①長井市全体で家庭からの一般廃棄物の量が3割以上減った。これは市街地域5,000世帯の生ゴミ収集を行なった結果であるから、全市9,000世帯の生ゴミ収集を実行できれば、計算上は、家庭からの一般廃棄物は6割前後減らせることになる。
- ②堆肥人気の高まり。農家だけでなく家庭菜園や園芸での需要も増えてきて、在庫がゼロになる時期もある。
- ③レインボープランの農作物を使用した加工品が登場してきた。長井ラーメン、レインボーそば、レインボー豆腐などである。

現在も多くの自治体や団体が視察に訪れ、それらの自治体の中には独自のレインボープランを実行しているところも現れてきている。このような全国的に大きなうねりが生じてきたのも、当初、予測しなかった成果である。

第2期の具体的事業として、新たにスタートしたのが、常設の物流及び情報発信拠点としての「虹の駅」と消費者が生産にも携わることにより生産と消費の垣根を取り払う試みの「市民農場」である。いずれもNPO法人として「虹の駅」は平成17年から、「市民農場」は平成16年から活動を開始している。なお、今年2月、長井市レインボープランは日本農業賞の特別部門「虹の架け橋賞」受賞が決まった。

3. 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

長井市まちづくりデザイン会議からスタート

1988年1月18日、斎藤市長のもと、行政主導の「まちづくり」から市民主体の「まちづくり」へと変えていこうという目的で長井市の若者たち97名により「まちづくりデザイン会議」が組織された。その理念は「快里（いいまち）をつくろう」ということである。分科会として「農業」、「工業」、「女性と都市」、「市街地活性化」、「周辺開発」が設定され、メンバーはそれぞれの分科会に所属し議論を積み重ねていった。

こ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挙げられていた。

この会議が終了した後の1990年に、先のデザイン会議の提言をより具体的にしていくことを目的として18名のメンバーにより「快里(いいまち)デザイン研究所」が設立された。このメンバーに加わったのが、現在、レインボープラン推進協議会長を務めている菅野芳秀氏だった。菅野氏は、1989年に「ピープル・プラン21」と名づけられた、農業者による国際会議を長井市で開催していた。集まったのは、アメリカ、オランダ、韓国など7ヶ国の15名の農業者である。日本の農業者も参加し、延べ2,500人の人たちが会議に出席した。「快里(いいまち)デザイン研究所」には、菅野氏と同年代の農業者も加わっていたため、「農村が豊かにならなければ長井市の発展はない」という主張が軸になり、当時の長井市の農業における問題である、若年就農者の激減による「労働力不足」や米の過剰基調による「水田転作の拡大」、域外出荷が主になったため13%程度になった「地域自給の低下」、機械化の促進による「畜産農家の崩壊」などを、デザイン研究所では、ターゲットとして議論が重ねられた。

最終的に、このデザイン研究所で出された提案は、「1. 長井の農業は未来につながる共同財産」、「2. 地域の自給率を高める」、「3. 農産物の地域ブランドを確立する」、「4. 地域の環境保全と結びついた長井の農業を確立する」、「5. みんなで取り組む地域有機農業を展開する」などであったが、ここで初めて「生ゴミのリサイクルを図る」という提案が現れるのである。そのベースには、土壌の変革、町と農村との結びつきという思想があり、そのためにも、「まちづくり」そのものを、まずは「生ゴミのリサイクル、堆肥化」を先鋒として進められていくことになったのである。

台所と農業をつなぐ・ながい計画調査委員会

デザイン研究所からさらに発展して1992年7月に組織されたのが、「台所と農業をつなぐ・ながい計画調査委員会」であり、愛称として「レインボープラン」と名付けられた。ここには、市から調査費として50万円の予算がつけられていたため、本格的な始動と言える。委員会のメンバーは23名で、商工会議所、JA、清掃事務所、消費者団体などさまざまな人たちによりスタートした。食品の安全性、自然生態系への配慮などを考慮しつつ、最大のポイントは「生ゴミの資源化は可能かどうか」ということであった。当時、生ゴミの堆肥化を行っていた長野県臼田町への自治体視察も行なった。

そうした議論や視察の結果まとめられた提言が「1. 安全な食べ物を生産し、消費する地域づくり」、「2. 生ゴミと農産物が循環する地域づくり」、「3. 安心できる農産物という地域ブランドの確立」という三本柱であった。

この目標に対して、「生ゴミの資源化」、「堆肥センターの建設」、「独自の農産物生産基準の策定」、「市内供給システムの検討」、「農産物の販売と市場開拓」、「これらを統括する機関の設立」を求める答申書が作られた。この答申を受けて、調査委員会は推進委員会となり、市の事業としてスタートすることになった。この時点で農林課にレインボープラン推進係も置かれ2名の職員が配属されたのである。

コンポストセンターは、1996年12月に竣工し、翌1997年2月、生ゴミの本格収集が開始されたのである。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

これまでの10年以上にわたる取り組みを見ると、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に生きてきている。しかし、次代へのバトンタッチについては、農業の後継者難などの問題を抱えているのが現状である。それが、そのままレインボープランの次代の人材育成問題にもかかわっている。

長井市の農家の平均年齢は60代後半だが、その枠を拡充するため、とくに団塊の世代がリタイアする2007年以降で、外部からの人材の導入も検討しているが、そのための環境づくりは、まだ行なわれていない。なお、NPO法人の市民農場センターなどでは、有償ボランティアや正会員、賛助会員といった形で人材の確保、育成に取り組まれている。

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。また生ごみの収集にあたって事前にもしっかりと調査を実施することで円滑な運営に結び付けている。

さらに第2期レインボープランの取り組みである「虹の駅」では、今後市民の合意形成のための講習会開催を検討するなど、市民の合意に基づく市民のための取り組みという意識が徹底されているといえる。

4) 地域内資源循環システム

生ゴミ収集までの準備段階について

実際に生ゴミの収集を開始する前に、様々な調査が実施され、準備が進められた。その中では、例えば、生ゴミ収集には紙袋が良いか、バケツコンテナが良いかや堆肥化プラントの破砕機の非通性、汚水処理の方法、運営人員、収集用コンテナの有無、ゴミ集積所の管理法、収集経費、あるいは異物の入り込む可能性、ゴミの減量意識の差異、台所での分別のしやすさ、さらにはプライバシーといった面まで調査が行われた。

堆肥センターの運営経費の試算では、堆肥化処理と焼却処理の経費の比較もなされた。このときの試算では、処理費は堆肥化のほうが少なく、それに堆肥の販売収入も加わるため、堆肥化処理が焼却処理のおよそ半分程度と見積もられた。

本格的スタートの前には、平成5年から6年にかけて25ヶ所を対象地区として合計で4回、生ゴミ分別のモデル事業も行なわれた。

コンポストセンターによる生ゴミの収集システムについて

レインボープランによる生ゴミの収集は、約5,000世帯を対象としており、コンポストセンターはフル稼働状況である。現在、各家庭で水きりバケツを使用し、それをバケツコンテナに集めて、委託業者がコンポストセンターに搬入する形式をとっている。収集対象地域は、ほとんどが市街地であり、バケツコンテナは地区ごとに設立されている。従って、形状など

はさまぎまで、屋根のある所、ない所、金網で囲ってあるところ、ただ枠組みだけを作っているところ、あるいは小さな物置風に嚴重に作られている所などがある。生ゴミ収集所はそのままゴミの収集所でもあるから、ひとつひとつの距離は比較的短い。週二回の収集だが、地域によって、月曜日と木曜日、火曜日と金曜日というように分けられている。



(左右とも) 生ゴミ集積所

生ゴミの量は平成 16 年度で 1,033t だが、微減の状態である。微減理由としては、若年層の食事環境の変化が挙げられる。つまり、コンビニエンスストアなどの弁当食が増えてきて、生ゴミの形で捨てられるものが少なくなっているということである。また、スーパーなどで売られる食材が、小型化してきて、これも生ゴミの減量につながっている。



(上左右) 生ゴミを運ぶ女性



(上左) 生ゴミを入れる水きりバケツ



(上右) 収集所のポリバケツ

コンポストセンターの仕組みについて

コンポストセンター内には、バケツを積み込んだトラックが頻繁に出入りするが、まず入り口で、バケツコンテナの重量を量り、これがデータとして集積される。その後、収集された生ゴミは原料貯留槽に入れられて、ここで畜糞（主に牛糞）と混ぜられ、一次発酵槽へと

移される。水分調整剤にはモミガラが使われ、これは粉碎機で砕かれた後に一次発酵槽に入れられる。発酵に使用される菌は地元の朝日連峰からとられた微生物が使われており、この土地に根づいた堆肥を生み出そうとしている。

一次発酵槽に 15 日間置かれ、次に二次発酵槽へ移し、25 日間置かれる。この間が、温度も 80 度まで上がり、また臭気もきつくなるが、発酵槽を密閉しておき、臭気は地下を通して別の建物へと流している。その建物では、地面をフィルターとして下から臭いを通すので、建物内の温度は高いものの、それほど臭いはない。二次発酵槽から、次はふるい分け機にかけられ、三次発酵槽へと移される。ここには 40 日間置かれ、ほぼ 80 日間で堆肥は完成する。

作られる堆肥の量は、年間で 430～450t 程度である。年間の生ゴミ約 1,000t、畜糞 510t に対して、水分調整剤のモミガラは 180t 使用する。ただ、モミガラは年度によって集められる量に差が出るため、それによって堆肥の量そのものにも 30t 程度の変動がある。



(上左) コンポストセンター



(上中) 運ばれてきたトラックの重量測定



(上右) ポリバケツを集める



(上左) 生ゴミの流し込み



(上中) 堆肥の運搬



(上右) 10キロ堆肥

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 万円の予算がつけられていた。実際のコンポストセンターの総工費は、3 億 8,522 万円であり、内訳は、農水省の補助が 50%、県の補助が 9%、残りの 41%は長井市の負担である。なお、コンポストセンターは、そろそろ老朽化が視野に入ってきており、新たに建設すると多大な予算が必要となる点を危惧する声もあがっている。

コンポストセンターで作られる堆肥は農家へと売られ、年間約 187 万円の収入になっている。価格は 1t で 4,000 円であり、ほとんどの農家はトラックで買いに来ている。現在、生ゴミの堆肥化に要する市の出費は、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。

第2期レインボープランとしての取り組みである NPO 法人「虹の駅」、「市民農場」などは、会費や借入金などで運用しているが、ある程度の収益を上げていかねばならない。3～5年での黒字化を見込んでいる。なお、市民農場は、議決権があり運営に参加できる正会員は入会金 2,000 円、年会費 2,000 円で、活動を支援する賛助会員は入会金 2,000 円、年会費 5,000 円である。

6) 農産物の生産・加工・技術開発手法

レインボープランでは、農産物に関しては、認証制度はあるものの、基本的にはそれぞれの農家が自らの方法で生産し、加工品に関しても、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。

今後、特に虹の駅が中心となって、生産者と加工業者のコーディネートを行なっていく可能性があることと生産と消費の垣根を取り払う試みとして市民農場の取り組みが挙げられる。

レインボープラン第2期における生産と消費の垣根を取り払う試み

「NPO 法人レインボープラン市民農場」

レインボープランによる生産拡大、流通網の整備について努力してきたが、意外と生産拡大の成果が上がらなかった要因としては、米の単作地帯という特殊性、高齢化、兼業化による就農人口の減少などが考えられる。その解決策のひとつとして、レインボープランのシステムを立ち上げたときと同じように、農家や消費者が一体となった形で生産活動をできないか、それも NPO 方式でやっていけないかと考えた。いまや『農村に農民がいない』状況であるが、その責を農業者だけに押しつけるのではなく、消費者もまた生産の一翼を担うような活動、生産者、消費者という区切りをつけずに生産工程を行う形でスタートした。

スタート前には、営利目的の生産法人も考慮したが、農業というのは経営が不安定になりがちであり、生産法人では給与の支払い、人件費でつぶれる可能性がある。それで有償ボランティア（1 時間あたり 300 円）という形であれば効率的ではないが、経営という観点からは安全だと考えた。それで、NPO 法人として、理事をも含めて全員がボランティアとして関わるようにした。

スタート時点は、平成 15 年 5 月で、遊休農地を活用し、53 アールで市民農場としての取り組みを始めた。レインボープランに関わっていたメンバー4 名で任意の団体としてハウス 4 棟を建設した。経費は 300 万円であった。次の年の 1 月に NPO 法人として活動を開始した。ボランティアは、今では 34 名に増加している。平成 17 年に県と市から補助を受け、ハウスは 6 棟に増えた。また、簡易の雨よけハウスも 8 棟整備した。

収益は、施設の借入金の返済があり昨年は約 30 万円の赤字となっている。5 年間は赤字だろうと予想しているが、初年の赤字 90 万円から赤字額は減ってきている。黒字になれば、規模拡大と、有償ボランティアの有償の部分をもう少し値上げする考えである。

今年は水田と畑を 15 アール増やす計画である。土地条件の悪いところから耕作放棄が起こり、そういうところは担い手や大規模農家が受託しないことから、専業農家、生産法人が手をつけないところに広げていく考えである。



(上左) 市民農園



(上右) 竹田氏

7) 販売・告知・PR・消費促進手法

物流及び情報発信拠点としての「NPO 法人 虹の駅」

レインボープランが機能しはじめることによって、新たに「できあがった堆肥をどうやって市民に返していくか」が検討された。定期的に曜日を決め、商店の軒先等でレインボー農作物の直売を行っていたが、常設の流通拠点への要望は上がっていた。その要望に応える形で「NPO 法人 虹の駅（理事長 渡辺久雄氏）」が開設された。

「虹の駅」の機能の1点目は、「物流の拠点」である。そして、2点目は「外部からの視察等の受け入れ体制の拠点」である。さらに、3点目は「情報の発信拠点」である。2005年に、立ち上げたばかりなので、現在は物流機能のみであるが、今後は2点目、3点目の機能にも注力していく予定である。特に、農業者と異業種事業者とのコーディネートの役割は大きくなることを見込まれており、例えば認証野菜を使った農産物を菓子製造業者が商品化したり、豆腐加工業者が商品化したりするようなケースを想定している。具体的には、菓子製造業者が商品化の相談を求めた時に、最適な農業者や農産物を紹介する機能である。更に、製造された商品のテストマーケティングの場としても活用し、今後の商品展開についても検討を行なう。現在、認証カボチャと玄米を原材料として製造されたクッキーが商品化されており、地元のレストランでは、認証野菜（カボチャ、トマト、コマツナ等）を使用したシフォンケーキが作られている。

商品販売については、委託販売形式が採用されており、販売価格の13%を手数料として徴収している。販売価格は出品者が決定し、虹の駅側は手数料のみを徴収する形となっている。収益は、現在赤字であるが、4期目以降の単年度黒字化を目指している。累積赤字は5年程度での解消を想定している。

課題としては、長井市の31,000人の市場だけをターゲットとしていたのでは、商圏が狭く収益化が難しいことが上げられている。但し、レインボー理念は地域内循環を基本としており、地元で生産されたものを地元で消費するという理念であるため、一概に地域外への商圏拡大を図ることも難しい。そういった課題への対応策として、有畜率が高い地域農業（和牛と乳牛）の特徴を生かし、畜産堆肥活用による地域外への経済行為を検討している。家庭生ゴミは地域循環資源と位置づけ、産業系は、地域外に回す資源としての区分が考えられている。虹の駅では、農産物や農産物加工品等の販売で収益を上げると同時に、レインボープランによる経済活動に対する市民の合意形成のための講習会開催も検討されている。



(上左) 虹の駅



(上中) 虹の駅内部



(上右) 渡部氏

域外にも視点を広げる「長井村塾」の取り組み

「長井村塾」は、長井市で花屋を営んでいた横山寛道氏が平成12年4月に開いた一風変わった「店」である。塾長である横山氏は、商売というよりは「まちの交流空間」として「長井村塾」を作り、その根本は、こころづくり、ひとづくり、まちづくり、である。そのため2つの理念として、意識改革と「3R」(Reduce=減量、Reuse=再利用、Recycle=再資源)を掲げている。こうしたことを具体化させるため、店に集会や講習なども行える「場」を設けた。ここでは、虹の駅ができるまで、レインボープラン農産物の直販が行なわれてきた。今も、販売は行なわれているが、レインボープランとは一定の距離を置いている。

その要因は、「地産地消」の「地」という範囲の捉え方の違いであった。横山氏は「地」を長井市で捉えるのではなく、「日本」と捉えている。そこで、たとえば地元産の野菜や果物の、形の崩れたもの等をインターネットを通して販売している。こうした姿勢が、レインボープランと一定の距離を置くようになったものである。

横山氏は地元産の無農薬・減農薬野菜(レインボープラン農産物も含む)で、大豆を使った納豆、豆腐、大福、味噌、おからクッキーなどのオリジナル商品を作っている。これらの商品には「レインボープラン農産物使用」との表記も入れられ、ブランド効果をもたらしている。これらは、店頭販売とインターネットを通して販売されている。

昨年夏、長井市に季節外れの雹が降り、リンゴが被害にあい、売り物にならなくなった。しかし、これらのリンゴの味は何ら、普通のリンゴと変わらないことから、長井村塾では、「雹による傷物」とであるとことわって、安価でお中元の贈答用に出荷した。購入者からは何の苦情もなく、むしろ、「自然の恵み」であることを実感できたという意見があった。



(上左) 長井村塾



(上中) 傷んだリンゴ



(上右) 横山氏

8) 地域ブランド化手法(レインボープラン農産物認証制度)

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、ただそれらを使っていると

いうことを訴求するだけでなく、農薬や肥料の質をも吟味した認証制度を設定した。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。毎年、春に農家が計画書を提出し、その後、農家は実際に使用した肥料、農薬の記録を提出して認定を受けるものである。認定を受けたレインボープラン認証農作物は、認証シールを貼られ、出荷、販売される。

認証農家は、30～40戸で推移していたが、ここ数年は20戸台となっている。この点に関して、市では「計画書や記録を管理することの煩わしさのために、避ける傾向があるのではないか」と分析している。このようなことから、基準を緩和するのではなく、計画書や記録管理の仕方を見直すことも必要ではないかとの問題意識を持っている。



(左) レインボープラン認証野菜

9) 今後のレインボープランについて

現在、レインボープランは第2期に入っている。レインボープラン推進協議会長の菅野氏は、第2期は“まちづくり”の段階であり、循環の事業を町に広めていくことだと述べている。その中で重要な役割を果たすのが「虹の駅」である。「虹の駅」は、4年程前から特別委員会を作って準備されてきた。「虹の駅」は「地場の食品加工業と農業とをつなぐ」、「学校給食と地域の農業とをつなぐ」、「飲食業と地域の農業とをつなぐ」、「旅館業と地域の農業とをつなぐ」、「市民と地域の農業とをつなぐ」といった“つなぐ”ことのセンターとしての役割も合わせ持っている。未だ発展途上であるが、少しずつ形作られている。

菅野氏によると、第3期は産業政策であり、徐々に準備が始められている。第3期は、経済中心の方向でレインボープランを活用する予定である。例えば、レインボープランに理解を示している生協等と地域の農業の連携促進である。このようなケースでは、牛糞の堆肥を活用して生産された農産物や農産物加工品を、新たな流通網を通して地域外にも流通させていくことが検討されている。レインボープラン推進協議会では、この取組に「第2レインボープラン」や「青ラベル」という呼称が使われている。

レインボープラン第3期の活動として、取組が始まったばかりだが重要視されているものとして「学校給食」が上げられる。長井市では給食センターで3,200食分が作られているが、給食センターが、現状の農作物の収穫状況を正確に把握するという情報センターとしての機能も保有し、地元の食材を中心に調達できるシステム作りを検討している。

このような取組を通じて今後のレインボープランの方向性は、一つ目は環境保全型農業の更なる拡大展開であり、二つ目は商工観光との連携を図りながら、例えば修学旅行の対象に加えられような町づくりを行なっていくことである。レインボープランは、18の教科書、教材にも取り上げられており、子供たちや教育機関に対する知名度は高い。それを市の観光

資源として活用しグリーン・ツーリズム等への展開を検討している。



(上左) レインボープラン推進協議会長菅野氏



(上右) レインボープランが掲載された教材

4. まとめ

1) 主な活動の成果

- ・5,000 世帯から年間 1,033t 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 187 万円程度の収入になっている。現在、生ゴミの堆肥化に要する市の出費は、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産物認証制度」を制定。認定を受けたレインボープラン認証農産物は、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。

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ものと考えられる。現在、第 2 期の取り組みを行っているわけであるが、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。

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

<佐賀県伊万里市「伊万里はちがめプラン」の事例>

1 調査概要

1) 調査場所 / 調査対象者

- ・NPO 法人「伊万里はちがめプラン」事務局 理事長 福田俊明氏
佐賀県伊万里市大坪町狩立乙 TEL : 0955-22-4058
- ・佐賀大学農学部土壌微生物学研究室 教授 染谷孝助氏
佐賀県佐賀市本庄町 1 番地 TEL : 0952-28-8777
- ・いまり菜の花の会 代表 脇山正一氏
佐賀県伊万里市立花町 3037-11 TEL : 0955-23-3461
- ・伊万里市政策経営部 副課長 小島利津氏
佐賀県伊万里市立花町 1355-1 TEL : 0955-23-2111
- ・伊万里市産業部農業振興課 副課長 前山博盛氏
佐賀県伊万里市立花町 1355-1 TEL : 0955-23-2557
- ・農産物直売所「風道」

2) 調査日程

- ・2006年2月13日(月)～15日(水)

3) 調査担当者

- ・山村基毅 / 種村融

2. 地域活性化への取り組み内容

1) 展開地域の基本情報

伊万里市は佐賀県の西北部に位置し、伊万里湾が深く入り込み、天然の良港を形成している。水上交通の要所として栄えた町であり、伊万里焼で知られる町でもある。

アクセスは、空路では東京・大阪から佐賀空港、そこからは鉄道か車を利用し、佐賀駅から伊万里駅までおよそ1時間、車では佐賀空港から1時間20分、福岡空港からおよそ1時間40分である。

人口は約5万9,000人、世帯数約2万1,000世帯、面積約255km²である。市の産業構造は、サービス業(23.7%)、卸小売業(19.9%)、製造業(21%)、建設業(12%)で7割以上を占める。第一次産業は、農業が12.7%、漁業が0.2%、林業、鉱業がともに0.1%となっている。伊万里の名を世界的に知らしめる焼き物は、大事な観光資源となっている。

農産物の種類別の生産額は、米が18.5%、果実(主にナシ、ブドウ)が30.7%、野菜が14.1%、畜産が32.6%となっており、伊万里ナシ、伊万里牛は全国的に知られている。農業

人口は、伊万里市の就業人口 1 割強であるが、米、野菜、肉がバランス良く生産されていることから、早くから地産地消が取り入れられていた。消費者の地元産農産物への関心も高い。



(左) 伊万里アクセスマップ

2) 地域の取り組み内容

市街地の飲食店組合が、そこから出る「生ゴミ」を何とか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。「はちがめ」とはカブトガニの地元での呼称であり、古代から同じ形態で生きつづけている生物のごとく、将来も変わらず活動していけるように、と願いをこめてつけられた名称である。

NPO 法人「伊万里はちがめプラン」は、本来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取り組んでいる。その考えは、「生ごみ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。同時に、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。

また経済的側面から見ても、生ごみを地域資源として活用することは非常に有効なことであり、可燃ごみの量の削減と処理費用の 30%以上の節約が可能である。また、堆肥を使った土作りを行い、付加価値の高い有機農産物をブランド化することによって、生産者にとっても消費者にとっても有利な農産物の流通販売効果も期待している。

このように生ごみを資源として循環させることで、地域環境の悪化を防ぎ、環境保全型農

業を推進し、地産地消によって地域内交流を活発化させるとともに、物産品・ブランド品・生産加工・流通・販売・観光など新たな事業展開が可能となり、同時に市民参加による消費者との交流、事業者・農家・消費者が一体となった地域の活性化とまちづくりにつながっていくものと考えられている。

3. 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

伊万里市の現在の可燃ゴミの処理量は1日約41tであり、そのうち生ゴミの量は約4割の16tである。その生ゴミの約80%は水分である。可燃ゴミの処理費用は1日約139万円、1tあたり3万4,000円ということになる。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。

福田氏は喫茶店、レストランを経営する前は、養鶏業を営んでいた。鶏糞は大事な肥料であり、自宅の生ゴミも堆肥になっていた。そうした経験が背景にあり、伊万里市の飲食店組合、旅館組合の会合で、この生ゴミに関する話をして立ち上げたのが「生ごみ資源化研究会」であった。生ゴミを収集して、堆肥にする方法を模索する中で、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。研究会と銘打ってはいたものの、実質的には福田氏が一人で生ゴミの堆肥化を試みていた。

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、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。この頃からの伊万里農林高校・応用微生物部との共同研究によって、優良菌の培養に成功し、平成11年、伊万里商工会議所の助成によって種菌培養実験場が完成した。

そして、同年、国、県、市の支援を受けて、レーン方式の堆肥化実験プラントが整備された。事務所棟、堆肥熟成棟も整備され、より大規模な生ゴミの堆肥化が可能になった。



(上左) プラント図



(上中) プラント外観



(上右) 回収生ゴミ・廃油

プラントは市街地からかなり離れた山の中にあり、敷地面積は2,751㎡、建設費は4,000万円であった。資金は、料飲店・旅館組合員有志と金融機関からの融資、さらに市民の協力者の援助でまかされた。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った。とくに女性の市民グループの関心が強かった。

そこで、平成 13 年 1 月、生ゴミステーションを設置して、生ゴミの回収を実施することとした。当初、参加者は 12 名であったが生ゴミ回収の輪は広がり、平成 17 年現在、ステーション数 26、参加世帯 221、レストランやホテル、スーパーなどの事業所が 60 軒となっている。

会員は、生ゴミを水切りしてステーションまで持参する。会費は 1 ヶ月 500 円であり、ステーションごとに会費を集め、代表者がはちがめプランまでもっていくことになっている。生ゴミの方はステーションごとにポリバケツが置かれ、バケツごと回収している。現在、回収は毎日行なわれ、軽トラックが一日に三回巡回し収集している。処理量は、一日約 1.5t、伊万里市の出す生ゴミの 9%である。堆肥は、農家に販売されるほか、袋詰めにされたものは家庭菜園などで使用されている。堆肥は小袋 100 円、大袋 (10kg) 300 円で売られている。

こうした事業が回転しはじめた平成 15 年 5 月、はちがめプランは NPO 法人となった。

●菜の花プロジェクト

はちがめプランの関係者たちは、平成 12 年、滋賀県愛東町の菜の花プロジェクトを視察に行き、感銘を受けた。菜の花を植えることで、景観も美しく、菜種を油として利用し、さらに廃油をバイオディーゼル燃料 (BDF) として活用するという完全な循環型の環境資源であった。そこで、さっそく伊万里でも「菜の花エコプロジェクト」を立ち上げた。まず、菜種油搾油機を購入し、次いで堆肥化実験プラント及び菜の花エコハウスと名づけた菜種油精製施設を整備した。



(上左) 冬の菜の花畑



(上中) 菜種油搾油風景



(上右) BDF を製油する装置

さらに、地元農家と連携し、はちがめ堆肥を使用した 50 アールの菜の花畑を作り、そこで採れた菜の花から油を絞ることにした。平成 14 年 3 月、第一回目となる「九州菜の花サミット」を伊万里で開催し、菜の花プロジェクトのネットワーク化にも着手することになった。借り受けた畑では、近くの大坪小学校の三年生を対象とした体験授業が行なわれている。毎年、三年生が秋の移植から春の収穫までを実際に体験し、また、同時に菜種油の搾油なども見学するようになった。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に協力することとなり、菜の花プロジェクトは新たな展開を見せている。

伊万里「環(わ)の里」計画

平成 14 年度からは、はちがめプランも含む住民活動事業を、伊万里「環(わ)の里」計画と命名し、活動を新たに展開している。これは、これまではちがめプランが担ってきた事業

に、さまざまな活動を付加することで、伊万里市全体を括る環境保全型の町づくりを試みようというものである。中心組織は「クリーン伊万里市民協議会」（会員数 4,300 人）で、地元企業、学校、佐賀大学等も参加している。

「環の里」計画の事業概要は、

- ①ゴミ問題など廃棄物対策、地域美化実践活動
- ②菜の花プロジェクトを軸とした省エネ、省資源の推進活動
- ③川や海の再生及び環境教育・学習
- ④有機農産物の栽培・流通

等の取り組みが柱となっている。

この中でも特に斬新な試みは、平成 16 年 6 月から開始された「地域通貨」の発行、活用である。伊万里市の 60 店舗が加盟店となり、そこで使用可能な地域通貨を作成したものである。通貨単位は「ハッチー」であり、1 ハッチーが 100 円に相当する。なお、加盟店によって利用方法は異なるが、多くは代金の 20%までを「ハッチー」によって支払い可能としている（1,000 円分の食事をした場合、800 円プラス「2 ハッチー」（200 円分）を支払う）。地域通貨は、まず、菜の花プロジェクトの菜種収穫に参加してくれた小学生たちに配布された。さらに、生ゴミステーショングループの方たち（はちがめプラン会員）に 1 年間の会費 6,000 円のお礼として 1 ハッチー 30 枚を配布、他にはイベント協力者へも配布されている。平成 17 年 7 月までに 14,000 枚が流通しており、徐々に浸透してきていると言える。



(左上) 伊万里「環の里」計画活動概念図



(右上) 地域通貨ハッチャー

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

伊万里はちがめプラン理事長福田氏が料飲店組合の会合の席上で、「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り、「生ゴミ堆肥化実行委員会」が組織され、取組がスタートした。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が、当初は、福田氏が一人で実験など行い、会員に報告する形をとった。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るプロジェクトも始まり、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。

4) 地域内資源循環システム

現在、一般家庭221世帯、事業所60軒からの生ゴミ約1.5t~1.8tが毎日回収され、堆肥化実験ハウスに搬入される。この段階で、明らかな異物は除外されるが、現在では生ゴミを出す側の意識も高まり、異物の混入は、少なくなっている。生ゴミに種菌（最終段階で堆肥がふるいにかけて、大きめのものが種菌になる）がモミガラや鈹屑などとともに混合され（オカラを使うこともある）水分含有率を60%まで落としている。これらを一週間程度“切り返し”作業を行ない、隣にあるレーンに投入する。40日間をかけて40mのレーンを移動した生ゴミは、“中期発酵”を終えることになる。レーンの端までくると、ほぼ堆肥の形状になっており、さらに60日間にわたって熟成させ、レーン投入から100日、初期発酵を含めると110日ほどで堆肥が完成する。

佐賀大学の染谷助教授によると、はちがめ堆肥の特徴として、窒素、リン酸、カリのバランスが良く、含有量も牛糞堆肥などに比して高いことが上げられている。また、発酵管理が良く、高温発酵期間が長いいため病原菌がまったく存在しないことから、無化学肥料、減化学肥料での栽培が可能になっている。



(上左) 集められた生ゴミ



(上中) 初期発酵



(上右) 中期発酵・レーン方式



(上左) 熱を帯びて蒸気が出ている



(上中) レーンの最後尾、ここからふるいにかけて



(上右) 最期の熟成段階、もう匂いはしない

5) 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、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、市からの援助などでまかなわれている。

6) 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」に位置付けられており、できあがった堆肥は、大坪町古賀地区を中心に約20軒の協力農家で栽培実験を行っている。栽培は根菜類、穀類、花き、果樹、芋類など多岐に及んでいる。はちがめプランとしては、特に農産物の認証制度などは行っていない。

また、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続けている。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」を行なった。この成果は、たとえば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。

7) 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)でもはちがめ堆肥で育った農作物は売られている。

平成16年3月、「はちがめふれあいステーション風道」と命名された農産物の直売所が、経済産業省の市民活動活性化モデル事業を活用して開設された。はちがめ堆肥を利用した地元農産物や袋詰めされたはちがめ堆肥、農産物加工品が販売されている。菜の花プロジェクトで製造されている菜種油は、一般に売られているものより割高ではあるが、人気商品のひとつとなっている。

その他にも各種イベント等の機会を活用して、販売、PR活動を行なっている。堆肥については、直売所の「風道」だけでなく、NPO法人に関わっている飲食店・旅館組合員の店にも

置かれている。こうした店舗では、地域通貨ハッチーも使えるため、宣伝効果が見込まれる。



(上左) 「風道」外観図 (上右) 「風道」の売り場



(上左) ふれあい広場での販売風景 (上右) 二里ふれあいまつりでの販売風景

8) 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の人気が高まりつつある。

商品には、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。

更に、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」を訪ね、有機農産物の生産農家との交流と調理、加工の勉強会を実施している。しかし、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、今後の課題となっている。



(左) 人気の菜種油など

9) 異業種連携・ネットワークづくり手法

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」計画につい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、ライオンズクラブなど、多くの団体、組織が参加している。

更に、菜の花やサミットを媒介として、九州全域との連携も可能になりつつある。

佐賀大学との連携による「はちがめエココミねっと」

生ゴミの堆肥化に、早くから関心を抱いていた佐賀大学農学部の染谷孝助教授は、はちがめプランが収集したデータをもとに発酵菌などの調査を行っていた。佐賀大学では、文部科学省が国立大学の地域貢献に対して支援する「地域貢献特別支援事業」（平成 14 年度開始）の認定を受け、平成 15 年度からいくつかのプロジェクトをスタートさせた。そのひとつが、「はちがめエココミねっと」である。自治体と共同で、大学の研究者が地域に入り込んで、一方通行的な調査をするのではなく、地元も協力してテーマを深めるものである。従って、文化教育学部による「一般家庭の家事役割と生ごみ廃棄に関する調査研究」、「集団給食施設の生ごみに関する実態調査」、農学部地域資源科による「伊万里波多津における漁業の歴史と現状～地産地消に向けた漁撈従事者の取り組みのために」等、合計九つの課題（平成 16 年度）が、伊万里のはちがめプランを舞台として研究されていった。

また、平成 17 年度からは、はちがめプランの施設を利用して、サテライト教室が実施されることになった。堆肥化プラントでの体験学習、事務棟でスライド等を見ながらの授業が行なわれている。現在、はちがめプランの事務棟に隣接して研修棟が建設されている。

4. 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 1 日約 1.5t～1.8t 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による「はちがめエココミねっと」への取り組み
- ・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。現在 46 戸の農家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
 - －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）
 - －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）
 - －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）
 - －平成 16 年度「ふるさとづくり賞主催者賞」（NHK・読売新聞主催）
 - －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 法人を母体に行っているものの、基本的には飲食店組合理事長 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、実行に移されている。また、佐賀大学の支援を受けていることから、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になっている。「はちがめ堆肥」の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りをみせると思われる。

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

<宮崎県綾町「自然生態系農業」の事例>

1. 調査概要

1) 調査場所 / 調査対象者

- ・綾町役場内 有機農業開発センター 農政顧問 有村玄洋氏
宮崎県東諸郡綾町大字南俣 1128 TEL : 0985-77-0100 FAX : 0985-77-0962
- ・綾手づくりほんものセンター
宮崎県東諸郡綾町大字南俣 515 TEL : 0985-77-0777

2) 調査日程

- ・2006年2月28日(火)～3月1日(水)

3) 調査担当者

- ・森脇ひとみ / 神澤信一

2. 地域活性化への取り組み内容

1) 展開地域の基本情報

綾町は、宮崎県のほぼ中央に位置し、宮崎市の西北 23km の所にある。宮崎市内へ車で 30 分程度の場所で、若い人は市内に通勤している人もいる。同町は、日本一の規模で原生の照葉樹林が今なお残り、日本の自然百選や日本の名水百選、森林浴の森百選にも選ばれている。総面積 9,521ha に対して森林が約 80% を占め、耕地が約 8%、その他で 12% となっている。

世帯数と人口は、平成 12 年時点で 2,689 世帯、7,596 人であり、昭和 60 年の 2,258 世帯、7,309 人に比べ増加している。多くの中山間地帯が過疎化の傾向にある中で、同町は大変健闘しているといえる。産業構造は、就業人口で見ると農業を中心とする第 1 次産業が 25% で第 2 次産業が 28%、第 3 次産業が 47% となっている。綾町は、年間 120 万人が訪れる観光地でもある。農家数は、平成 16 年度時点で 601 戸、専業 227 戸、第一種兼業 71 戸、第二種兼業 303 戸である。

2) 地域の取り組み内容

有機農業に取り組んだ経緯

昭和 41 年に前町長・郷田氏が町長に就任した直後、営林署から、山の木の伐採の話が持ち込まれた。旧川崎財閥の山林を、製紙会社が刈りつくしたため、その山と自然林の立ち木とを交換したいという話だった。伐採とその後の植林とで雇用が生まれるが、伐採が行われれば、禿げ山が残り、それは綾の自然林を破壊することになる。郷田町長は、「綾の自然林を破

壊してはいけない。」という話を議会や町民に説得するため、自然についての勉強を始めた。山を守るために、営林署と対抗する消防団員にそうした考え方を話し、まず署名を集め、陳情書を持って議員、農林大臣に会い、賛同を得て、やっと山を守ることができた。

郷田町長の考えは、次のようなものだった。「山には自然のサイクルが営まれている。自然は木の葉が落ちて、それを微生物が食べて土にし、動物や昆虫の排泄物や死骸が微生物によって土になる。土中には、たくさんのミネラルが混入しており、それを植物は吸収し、それを動物は食べている。だから自然の動物や植物はほとんど病気をしないのではないか。そうしたサイクルを考えると、現在の農業はどうか。化学肥料や農薬による作物は病気が多い。化学肥料はチッソ、リン酸、カリだが、ミネラルのバランスを失った成分になってしまっている。こうしたバランスのない土からできた野菜は、野菜独自の匂いが薄い。腐植土の中に回虫の一種の線虫を入れると、線虫はいなくなる。腐植土には自然界に存在する抗生物質が生きているからである。そうした土ではないバランスを失った土で育てた野菜には、動物に必要な栄養素も不足している。だから現代人は病気が多いのではないか。医療費も膨大に増えていくに違いない。それなら綾町は、自然のままの健康な野菜を作ったらどうか。健康の要は食である。いずれは皆、健康に良い本物の食を買う時代が来るに違いない。」

化学肥料も農薬も使わない本物の野菜を提供すること。そして、尿尿や生ゴミを資源として農地に還元するシステム。この考え方が、「有機農業の町、綾町」の第一歩となった。

有機農業にむすびついた綾町の自然 = 照葉樹林への思い「照葉樹林文化論」

綾町にある照葉樹林に関して、中尾佐助著「栽培食物と農耕の起源」(岩波書店刊)に「照葉樹林文化」というものがあるが、それは今日の綾町の看板の一つになっている。照葉樹林文化論は、植物生態と民俗文化を結びつけたユニークなもので、「照葉樹林と呼ばれる森林地帯が、ヒマラヤ南山麓部からアッサム、東南アジア北部の山地、中国雲南高地、揚子江の南側を経て、日本列島の西南部と、東アジアの暖温部に広がっている。それらの森林の構成は、カシ、シイ、クス、ツバキ、タブなどの常緑樹で、表面が光っている葉なので照葉樹と呼ばれている。照葉樹林帯には多くの民族が住んでいるが、その生活文化には共通要素がある。餅、お茶、酒類、醤油、ミカン、コンニャク、納豆、絹の文化などである。照葉樹林には一年中、蚕、繭が生息している。お茶の他、山茶と呼ばれるビワや紫蘇も自然にある。つまり、照葉樹林文化は、日本民俗文化のルーツではないか。」という説。綾町の有機農業に対する考え方のベースには、照葉樹林文化論に基づく貴重な日本民俗のルーツをつぶしてはいけない、という思いが存在する。



(上左) 照葉樹林の山地



(上右) 綾町の集落。小川の縁にも木や花が植えられている



(上左) 街頭には花壇があちこちに



(上右) “鄙山祭り”には旧家の鄙飾りを拝見できる

3 . 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・郷田氏は、「一坪菜園運動」として「野菜は買わずに自給自足。それも化学肥料や農薬を使わない栽培をしよう。」と呼びかけた。自家消費量以上採れるので、野菜を隣近所に配っているうちに、「綾には、無農薬の美味しい野菜がある。」と、宮崎市内の主婦が買いにくるようになった。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。しかし最初は、JAの協力が得られなかったため、野菜を出してくれる農家が少なく、綾町婦人連絡協議会に協力を呼びかけて、出品していた。それが現在の、町民による農産物や加工品の委託販売所「手作りほんものセンター」につながっている。

また当時は、「選択拡大」という核になる作物を1種類作る合理化農業を奨励していたのと、野菜は価格変動が激しいので割に合わないということで、農家は、なかなか有機農業の考えに馴染まなかった。そこで綾町では前述の「栽培補償制度」を導入し時間をかけて有機農業に取り組む農家を増やしていった。

昭和62年、「綾町自然生態系農業条例」により、栽培の基準を制定した。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。規準をパスすると「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になった。



(上左) 有機堆肥を施して真っ黒、ふっくらした土



(上右) 特産の日向夏も有機栽培

有機農業と地域資源循環の取り組みの、主な歴史経緯

昭和 48 年	一坪菜園の普及と野菜種子の配布
	自治公民館運動に伴う家庭菜園コンクール
53 年	自給肥料供給施設の設置（人糞尿尿）
56 年	家畜糞尿処理施設の設置
57 年	有機農産物直販、消費者交流
60 年	有機農畜産物宮崎直売センターオープン
62 年	堆肥生産施設の設置
63 年	自然生態系農業推進に関する条例制定
平成元年	手づくりほんものセンターオープン
	有機農業開発センター設置
9 年	地域資源循環活用施設（人糞尿からの液肥工場）の設置
	堆肥センター施設（生ゴミからの堆肥工場）の設置
	新規作物導入支援施設（有機農業開発センター）の設置
13 年	有機 JAS 登録認定機関として認定

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

前町長・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」として昭和 42 年の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が育っていった。

また現町長も郷田氏の理念を引き継いでいるので、今後も町ぐるみで人材の育成が図られるものと思われる。ただし、有機農家の後継者は少ないのが現状である。施設栽培（ハウス）のキュウリ栽培には後継者が多少出てきているが、路地野菜は大変なので、後継者が育ちにくいことが今後の課題となっている。

3) 関係者の合意形成手法

綾町を今日まで導いたのは町民の努力であり、それを可能にしたのが、自治公民館運動である。郷田前町長は、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

綾町では、郷田町長のもと、「環境保護を考えると、人間の排泄物やゴミが環境を汚染している。それを土に返したい。」と考え、「農地還元システム」に取り組んだ。それは同時に、「農業は土づくりをちゃんとやらないといけない、土に有機物を入れないといけない。」ということであった。

生ゴミは「農地還元システム」と称して家庭で肥料化されていたが、昭和53年には、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」の建設構想は昭和48年頃から持ち上がっていたが、当時は事例がなく、補助金もなかったため、三千数百万円の事業費に関して議会で認可されるまで、5年もかかってしまったという。現在では「綾方式」として、尿尿を肥料化して土に戻すシステムは全国に知られている。

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250klに対し年間3,765t生産され農家には無料で配っているが、水をたくさん使うので成分が薄くなり、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“売り物”としての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。朝6時からチャイムを鳴らして回収に周り、事前に生ゴミだけに分類された家庭のポリバケツから回収車のポリバケツへ、直接移してもらう。回収するのは市街地だけで、それ以外では学校給食の生ゴミも回収されている。市街地以外の民家がまばらな地域は、自家用コンポストを使用したり、畑で直接堆肥化させたりしており、生ゴミをゴミとして出す家庭はあまりいないという。肥料として使用する際は、生ゴミの完熟堆肥と牛糞の完熟堆肥を1対1の割合で使うという。生ゴミの堆肥化は、ゴミの量があまり多くないため、機械で1週間程度攪拌しながら熟成され、乾燥されている。

堆肥は、畑10アール当たり約2tを入れるが、農家に自分で堆肥工場に取りに来てもらって、1t3,000円、10kg250円で販売されている。畑の隅には、たいてい堆肥の置き場所があるという。春と秋冬に野菜を作り始めるが、その前に、堆肥を入れて2週間、さらに肥料を入れて1週間おき、種蒔き、苗付けを行う。土づくりは、たいてい2月頃に実施される。



(上左) 生ゴミ回収車、(上右) 堆肥処理施設 (家畜糞尿・生ゴミ)



(上左) 1次、2次発酵プラント、(上右) ふるいにかけて、異物を取り除く



(上左) ペレット化された堆肥、(上右) BMW 水生産施設 (酪農農家)



(上左) 自給肥料供給施設 (人糞尿)、(上右) 同内部



(上左) 有機農業開発センターでは、登録農家から持ち込まれた土壌分析をし、データを元に、作物に適した施肥の指導も行う

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、もし農薬を使ったら、その種類や回数を記録する。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。

綾町には平成 12 年で、601 戸の農家があり、自然生態系の登録農家は 405 戸。JAS 有機認定は 13 戸。JAS 認定は、町としても農家に取得を推奨している。

綾町では栽培管理記録簿を有機農業センターで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、生協では、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。

自然生態系農業の推進に関する条例の仕組み *綾町の自然生態系農業と有機農産物等ガイドより

綾町憲章「自然生態系を生かし、育てる町にしよう」



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、「手づくり本ものセンター」「JA A 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。

一戸一品運動

「物質的な豊かさの時代から心の豊かさの時代が来る。そうした時に、人々は自然を求め、憩いの場所を求め、綾のような自然が残っている場所にやってくるようになる。だから我々は、もう一度昔の生活文化を復活させよう。山菜の保存食、笹の皮で包んだお団子、蕎麦粉、鮎の加工、竹細工や木工。そうした昔の生活文化を楽しんで生きよう。」といった理念のもと一戸一品運動は、昭和43年に始まった。22ある集落の中で、集落の「自治公民館運動」として、1年に1回、各家庭でつくったものを持ち寄って文化祭を開催。11月の第二日曜日、第三日曜日に、今でも開催されている。

作ったものを認めてもらうことは楽しみの一つであり、“欲しい人がいたら売れるように”ということで、「手作りほんものセンター」の建設につながった。綾町民なら誰でも作ったものを委託販売することができる。

手づくりほんものセンター

綾町商工振興会が運営しており、全て委託販売である。スタッフは全て職員で8人。土地建物は町所有。商工振興会は町長が顧問で、役場の商工観光課長が理事。土、日曜日は他にアルバイトを雇用している。ジュース、アイスクリームを売る建物は、後から町の観光協会が建てて運営している。

直売所が宮崎市内や沿道に増え、平成15年、16年と売り上げは下降気味であるが、レジ通過分だけで年間34~35万人の購入者がいる。売り上げは、ピーク時で4億円あったが、今は、3.5億円くらいである。販売委託手数料は、農産物10%、加工品20%、乾燥物、木工、陶芸品などは15%。弁当や団子は、町内の業者が製造して持ってきている。農産物は、物によっては次の日も売ることもあるが、基本的に全て次の日に引き取りしてもらう。

委託販売には、町民であることの証明が必要で、申込み書類に住民票を添付することになっている。加工品は、原材料が全て綾町で採れたものであることが条件で、町外の農地で作ったものは不可となる。農産物は四季折々、その時期に採れるものしか扱わないが、路地野菜が多く、季節の移り変わりの時期は、農産物の入荷が少なくなる。極早（ごくわせ）の種類も入ってはくるが、綾町は高原野菜が少ないので、夏は路地物ができにくい。小麦粉、うどん粉、蕎麦粉、ケール粉、ウコン粉などの粉ものは、農家が家庭用の2~3万くらいで買える製粉機を購入して自分たちで作っている。

何が売れるか、どんなものが作れるかは、自分たちで研究しなさいという方針。粉類は農家がそれぞれ独自で試して、おいてみている。中には、1,000万単位で稼いでいる人もいるが、100万~500万の売り上げが多い。観光協会や業者とはタイアップしていないので、マー

ジンの支払いは行わないが、それでも観光バスは入ってきている。観光コースは、「吊り橋」で景色を見て、「酒泉の杜」で試飲しながらお酒を買い、帰りに「手づくりほんものセンター」で買い物をするというもの。綾町を1日で回り、宿泊は宮崎市内で、シーガイアなどに泊まるコースが多いとのこと。



(上写真6枚) 手づくりほんものセンター



*町の中心部で行われていた“鄙山祭り”。商店街のあちらこちらで、街頭に鄙飾りを出して道行く人に見せている。野菜や花で飾り付け。屋台で野菜や加工品の即売も実施していた。

7) 地域ブランド化手法

「自然生態系農業条例」による作り方の規準に応じて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。その管理は徹底しており、前述のように農家は有機農業開発センターに届け出をし、栽培記録簿を提出しなければならない。

手づくりほんものセンターでの委託販売の資格も、町民であることはもとより、厳しい条件がある。出品する野菜は1日で引き取らせるなど、新鮮であることにもこだわっている。こうした管理の徹底は、「綾ブランド」の製品付加価値を維持し、それを消費者に伝える上で役立っていると言える。

一方、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おり、地域ブランドとして幅広い層への浸透に役立っていると思われる。

4. まとめ

1) 主な活動の成果

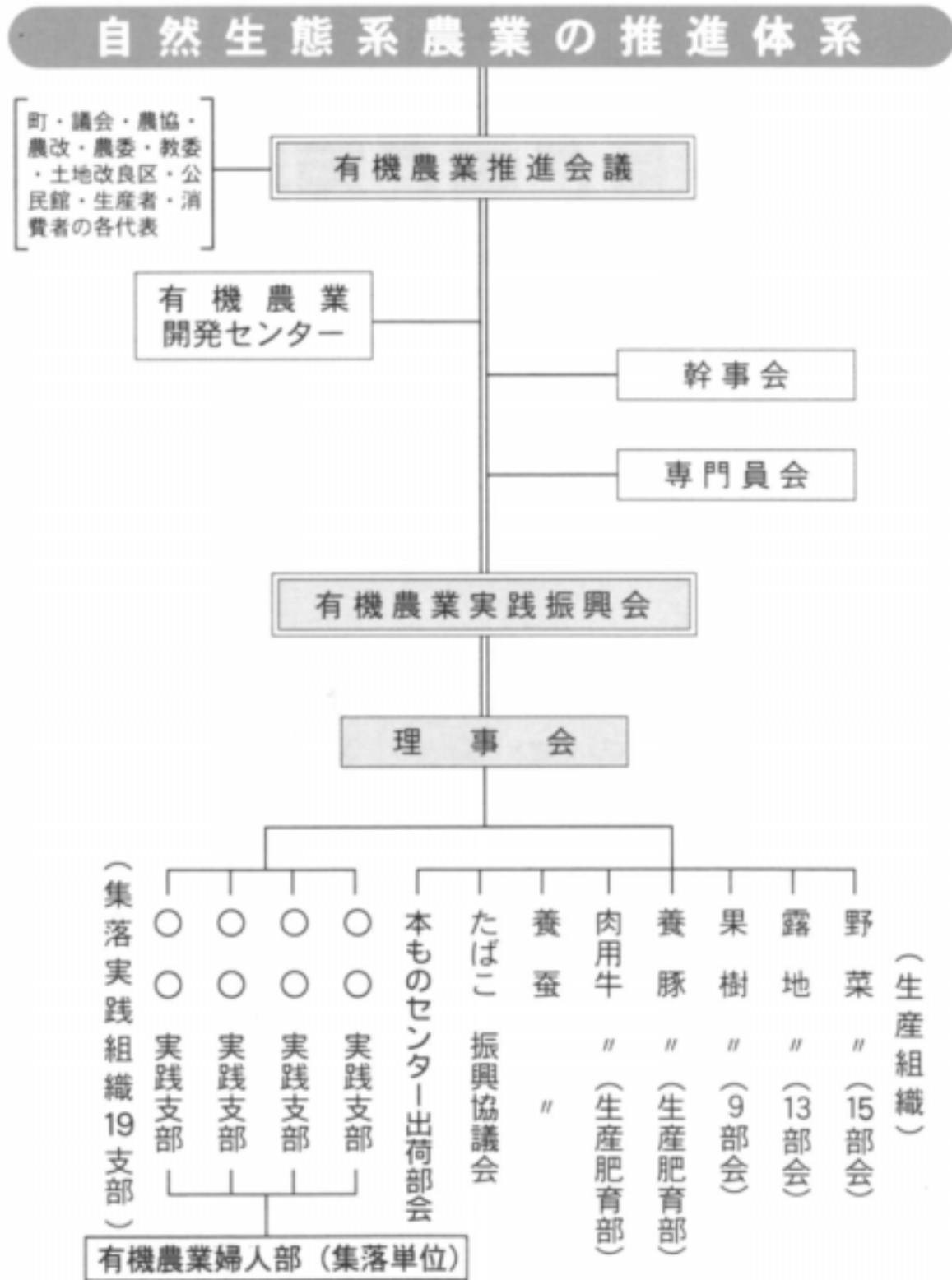
- ・「自給肥料供給施設」では、し尿 250kl に対し年間 3,765t の液肥が生産され農家に無料で配られている。
- ・「堆肥センター」では、7,145t の家畜糞尿から年間 3,438t の堆肥が生産されている。
- ・「堆肥生産施設」では、町の中心地約 500 戸から 662t の生ゴミを収集し、年間 174t の堆肥が生産されている。
- ・「自然生態系農業条例」を昭和 63 年に制定し、農産物の認証制度にいち早く取り組んだ。平成 12 年で、601 戸の農家のうち自然生態系の登録農家は 405 戸、栽培面積は約 300ha となっている。
- ・「綾」の自然生態系農産物の出荷先として、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としての「手づくりほんものセンター」は、レジ客だけで年間 34~35 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 3.5 億円位ある。
- ・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、住民に強く説いた。人間も自然の一部。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。

綾町自然生態系農業の推進体系図



*綾町の自然生態系農業と有機農産物等ガイドより

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」の事例>

1. 調査概要

1) 調査場所 / 調査対象者

- ・世嬉の一酒造株式会社 常務取締役 佐藤紘子（こうこ）氏
岩手県一関市田村町 5-42 TEL：0191-21-1144
- ・有限会社一関ミート 専務取締役 石川聖浩氏
岩手県一関市萩荘字要害 230-1 TEL：0191-24-2687
- ・岩手県一関地方振興局 企画総務部企画振興課主任産業振興総括主査 庄子綾子氏
岩手県一関市竹山町 7-5 TEL：0191-23-6676
- ・一関市商工労働部商業観光課 課長補佐兼観光係長 清野修氏
岩手県一関市竹山町 7-2 TEL：0191-21-8413
- ・一関市農林部農政課 主幹兼農政企画係長 鈴木敏郎氏
岩手県一関市竹山町 7-2 TEL：0191-21-2111

2) 調査日程

- ・2006年2月6日（月）～2月8日（水）

3) 調査担当者

- ・蜂須賀裕子／山田久美子

2. 地域活性化への取り組み内容

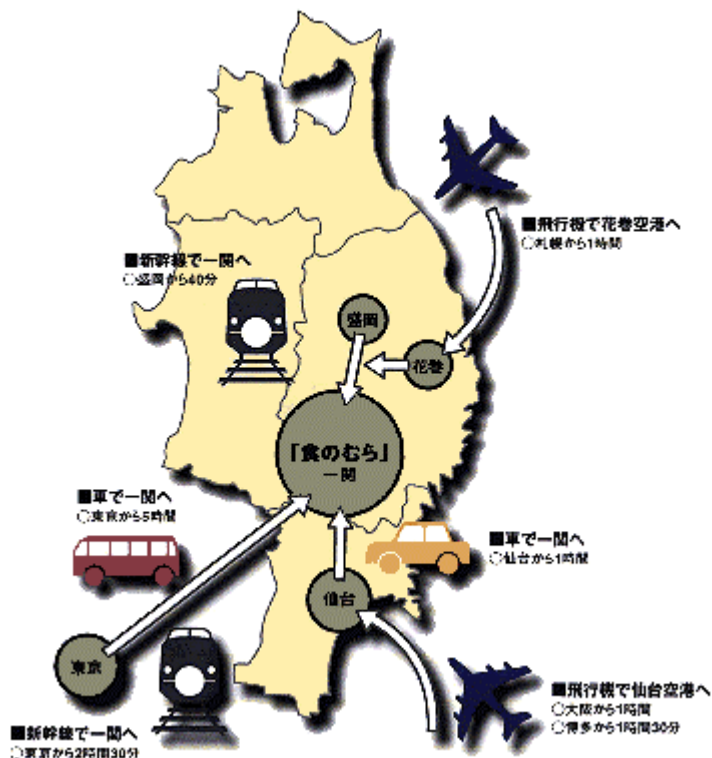
1) 展開地域の基本情報

一関市は岩手県の南端に位置し、南は宮城県、西は秋田県と隣接している。首都圏からの距離は約450kmで仙台と盛岡の中間地点である。2005（平成17）年9月、西磐井郡の花泉町、東磐井郡の大東町、千厩町、東山町、室根町、川崎町と合併し、総面積はこれまでの約2.8倍の1,133km²になり、県内一の規模となった。人口も2倍以上の約13万人になり、岩手県の9%強を占め、県内では盛岡市に次ぐ規模となっている。

土地利用の状況としては総面積のうち57.2%が山林、11.9%が田、7.1%が畑となっており県内でみると農地の割合は比較的高い。農作物としては一関産ひとめぼれ、曲がりねぎ、ブルーベリーなどがあげられる。

市街地の西、岩手、秋田、宮城、山形の4県にまたがる栗駒国立公園の栗駒山（須川岳）を源とする磐井川は名勝の巖美溪などをかたちづくり、市の中心部を貫き、北上川に注ぐ。磐井川沿いは須川温泉、巖美溪温泉など一関温泉郷が形成されている。藤原三代の栄華を誇る平泉町は市域の北に隣接している。

アクセスは、東北新幹線各駅停車が停車するほか JR 東北本線、国道 4 号線、東北自動車道が南北に走る。また、東は国道 284 号や JR 大船渡線により気仙地方や陸中海岸国立公園に、西は国道 342 号により奥羽山脈を越えて秋田県に通じる。



(左) 食のむらアクセスマップ

2) 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 社が一関地方の自然と食材と食文化に注目して始められた。「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、この地域の自然や農村景観と融合させることにより、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、農協が製麦、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。現在、国内には約 300 社の地ビールメーカーがあるが、原料はほとんど輸入麦芽である。

また、市町村合併以前の旧一関の食文化といえば、「餅」。正月や節句はもちろん、農作業の区切りでも餅が食べられてきた。なかでも祝儀、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考えである。

現在、「食のむら」構想の拠点となっている世嬉の一酒造は JR 一関駅から歩いて 10 分程度であり、敷地内にある白壁の土蔵は「酒の民俗文化博物館」として酒造りの道具を展示しているが、実は酒の仕込み蔵で、東北では最大のものである。一関地方ならではの郷土料理や餅料理を饗している蔵元レストラン「せきのいち」も酒造りの釜場・洗い場であった。ま

た、精米蔵の地ビールレストランや土蔵も。イベント蔵としてコンサートや展示会、パーティなどに活用されている。



(上左) 世嬉の一・蔵の写真



(上中) 酒の民俗文化博物館と内部



(上右) イベント蔵



(上左・中央) レストラン「クラストーン」と内部



(上右) ガラス越しの醸造室

3. 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

創業 1918 (大正 7) 年という造り酒屋の世嬉の一酒造が地ビール事業に着手したのは、1982 年に生産コスト削減と良い水を求めて酒の製造工場を郊外の紫波町に移したことに始まる。醸造施設を郊外に移したことで 6 つの酒蔵の立つ 2,000 坪ほどの敷地が残った。バブル経済のなか、蔵を壊してホテルやスーパーマーケットをつくってはどうかという話も舞い込んだが、三代目の当主である佐藤暁僖 (こうき) 氏は、祖先の遺産として、また地域の景観として、蔵をそのまま残した。

1986 年 5 月、蔵を利用して酒道具を展示する博物館と和風レストランがオープン。蔵を展示館とせずに博物館としたのはここを起点にしてさまざまな活動をするため、「生きた博物館」をめざした。酒というのは元来、地域の米、そして食べ物と結びつく上に、人生の折り目や節目、伝統的な年中行事と切り離しては考えられない。伝統行事や行事食をもう一度きちんと見直し、再現・継承していきたいというのが佐藤氏の思いであり、日本の伝統的なものに対する価値観を見過ごさずにすんだのは、酒屋という商売の特性からである。

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、事業実施主体として協同組合方式をとることにした (現在は協同組合「食のむら」佐藤暁僖理事長：世嬉の一酒造社長)。これが後に組織される「食のむら」推進委員会 (委員長・佐藤暁僖) の核になっている。

世嬉の一ではこの数年前から地ビール解禁に向けてのセミナーや研究会に積極的に出席し

ていたり、大手ビールメーカーのコンサルタントから石蔵をビアレストランにしないかと勧められたりしたこともあり地ビール事業の構想には関心があった。さらに、松栄堂をはじめとするメンバーたちとは地元の特産品開発の勉強会などで意見を交換していたこともあり、最終的にはこの勉強会での意見が大きな決め手となった。地ビールらしさをPRするためにも原料確保から製品化まで地元で行うことにより、ビール麦の生産や技術のノウハウが蓄積されるだけでなく、これまで商社などによって市外に流出していた資金の一方的な流れを一部でも地元に戻せるのではないかと考えた。具体的には休耕田を利用し地元の農家が麦を生産し、さらに地域内に麦芽製造所を整備して、麦芽を生産するものである。

補助金の手続きは県農林部の職員の指導を受け、1996年、東北で二番目の地ビール事業として「いわて蔵ビール」が誕生した。2002年には地ビール事業が一段落したことから、「食のむら」構想の具体化に向けて、協同組合の名称も「食のむら」に変更した。現在、ビアレストランではビールに加え、メニューの中心であるハム・ソーセージは「食のむら」のメンバーである一関ミートの製品である。一関ミートは有機農業をめざすうちに養豚業を営むようになり、付加価値をつけるためにソーセージづくりを始めた。



(左) 一関ミート 豚の解体風景

一方、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」では、餅料理やはっぴ（すいとん、ひつつみ）料理にも力を入れている。これは地域の伝統食にこだわる専務の佐藤紘子氏のアイデアである。一関では冠婚葬祭や祝い事があると、必ず餅料理が出される。そのような食文化を考慮し、もち米を生産して、餅や粉として消費することを目的に「せきのいち」のスタッフは創作餅料理も研究した。ずんだ餅や餡こ餅だけでなく餅入りチーズフォンデュ、飲茶餅、稲荷餅なども定番メニューに載せている。「ビールやハム・ソーセージはあくまでも『食のむら』の彩り、本格的な活動はこれからである。昨年の市町村合併で市域が広くなり、雑穀文化圏も取り込む必要が出てきた。これもひとつのメリットと考え、餅と雑穀の融合も考えられている。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

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。

2) 関係者の合意形成手法

「食のむら」構想は、「食」をキーワードにした施設を自然や農村風景のなかに建て、農業・商業・工業が一体となって自然、新鮮、元気を体感できるエリアをつくろうというものである。佐藤氏の提唱する「酒のイーハトーブ」構想は、「酒米の田圃に囲まれた白壁の土蔵があり、そこでは生産者だけでなく消費者も酒の醸造などの酒文化を体験でき、ここで技術も養成する。」というものである。また、一関ミートはドイツ風の田園風景のなかにハム工房やレストランを、百味本舗は米をテーマに一関地方のハレの郷土食のもちにまつわる生活文化や風習を紹介する場を、梅のお菓子で知られる松栄堂は梅林に囲まれた菓子工場を思い描いていたのである。それらが融合して、「食のむら」の目指す方向が決定された。

一関ミートの専務と松栄堂の社長は以前から商工会議所青年部の活動として一関の特産品づくりの研究会を組織しており、この中からいくつかのブランドも生まれている。地ビール事業では、ビールを核にハム・ソーセージや麦などを原料料理を開発していくことが考えられている。

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た。



(左) 「食のむらのめざすもの」



(右) 「食のむら」参加者募集チラシ

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おり、内訳は醸造機械などに7,300万円、蔵の醸造室への改造が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、「地域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」の補助金を活用した。

「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

地元こだわりの地ビールづくりの最大のネックは麦芽の製造である。地ビールメーカーは現在、全国に300社ほどあるが、その原料はほとんどが輸入麦芽を使用している。これは麦芽や麦芽の品質の問題もあるが、地ビール醸造に適した小規模の麦芽製造工場がないことが大きい。地ビールメーカーの年間の醸造量は大手の百万k1に対し数百から数千k1単位で、シェアも1~2%しかなく、大きな麦芽工場では採算がとれないのである。この問題は県農林部とJAが試行錯誤の末、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られたことにより解決できた。いわて蔵ビールの一仕込みの最低麦芽使用量は240kgだが、これには生の麦が300kg必要で、耕地面積10~15アール分の収穫量となる。ただし、生産農家と精麦を行う農協の利益を考慮すると、麦芽の料金は輸入ものの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る。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。

6) 販売・告知・PR・消費促進手法

当初、いわて蔵ビールはレストランで醸造量の60パーセントを消費する計画だったが、実際には大半が流通に乗っている。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、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。

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、イベント蔵で講演をしたり、食研究家の永山久夫さんを頭に「日本もち文化研究会」を立ち上げ、地域の餅文化の調査も行っている。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、つきたての餅を料理に用いている。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。

自治体の対応としては、一関市商工観光課と（社）一関観光協会が1997（平成9年）から毎年8月に「全国地ビールフェスティバル」を開催。また、一関市と花泉町（現一関市）と平泉町が一体となり、1995（平成7年）から全国もち文化フェスティバル実行委員会を立ち上げ、毎年、新しいもち料理のアイデアを競う「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。



(左) 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

(中) 蔵元レストラン「せきのいち」の餅つき (右) イベント蔵での竹中大臣の講演

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と銀賞を受賞。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・ソーセージも大手の商品とは異なり、基本的には全国流通商品を目指してはいない。これは賞味期限の問題もあるが、販売の主体は地元の飲食店と土産品としてしている。原料生産から加工まで地域で賄って、結果として地域経済が潤う「地域における経済の循環」が理想で、まずは地域内の、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。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もいえる。



(左) ベルギー「モンド・セレクション」賞状

4. まとめ

1) 主な活動の成果

- ・「協同組合 食のむら」による地元の麦芽から作られた「いわて蔵ビール」の製造。世嬉の一酒造による、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」の展開
- ・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

- ・2000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、イベント蔵で講演をしたり、食研究家の永山久夫さんを頭に「日本もち文化研究会」を立ち上げ、地域の餅文化の調査も行った。

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。地元に着した伝統的な企業を中心となり、“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ことではなく、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あるが、「いわて蔵ビール」は原材料の麦芽と一緒に食する料理を含めて“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。

企業等との連携による地域農業の活性化手法調査

<香川県内海町「株式会社ヤマヒサ」の事例>

1. 調査概要

1) 調査場所 / 調査対象者

- ・株式会社ヤマヒサ 代表取締役 植松勝太郎氏
植松勝久氏

香川県小豆郡内海町安田甲 243 TEL : 0879-82-0442 FAX : 0879-82-5177

- ・内海町産業観光課 課長 八代豊氏
課長補佐 中塚昭仁氏

2) 調査日程

- ・2006年2月14日(火)～15日(水)

3) 調査担当者

- ・森脇ひとみ / 茨木陽子

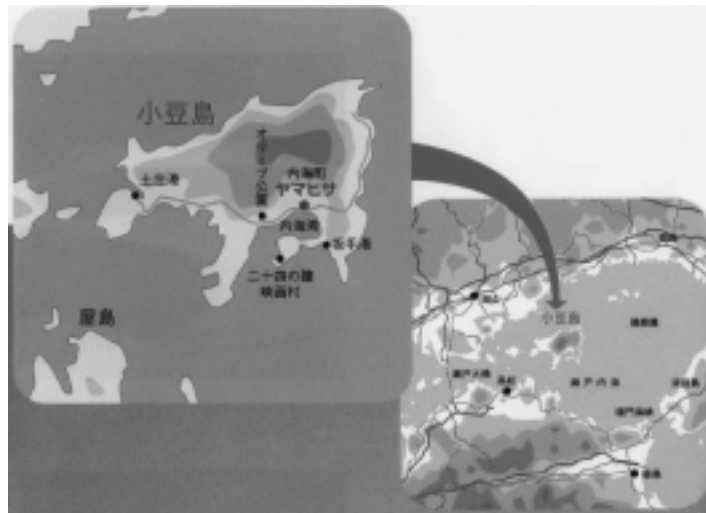
2. 地域活性化への取り組み内容

1) 展開地域の基本情報

内海町(うちのみちよう)は、瀬戸内海にある「二十四の瞳」などで知られる小豆島の東部に位置し、産業は、かつて瀬戸内海における海上交通の要衝であったという利点を生かした醤油、佃煮、素麺、オリーブ製品などの食品製造業や大坂城築城に使用されたという歴史を有する石材業などの第2次産業が中心である。また、日本三大渓谷美に数えられる寒霞渓、日本でのオリーブ栽培発祥の地である特性を生かしたオリーブ公園、郷土作家壺井栄の小説「二十四の瞳」の再映画化に際して作られたオープンセットを活用した二十四の瞳映画村など数多くの観光スポットを有する町で、観光関連産業も重要な産業となっている。

人口は、昭和22年の22,132人をピークに減少を続け、平成12年には12,614人(57%)にまで減少し過疎化が進んでいるが、65才以上の高齢化率も、平成14年10月では30.9%と高齢化が急速に進んでいる。農家数は、昭和35年の1,915戸から平成12年には275戸となり、40年間に86%の減少となっており、高齢化率も43%と高い。平成15年度末での農地面積は432haであるが、耕作されているのは152haしかなく、65%の280haが遊休農地となっており、最近では耕作条件の不利な山間部だけでなく、住宅地周辺まで荒廃した農地が広がってきている。小豆島は急傾斜地が多く、段々畑が随所に見られるが、農家の高齢化、後継者不足で、その数は年々減少している。

また2006年3月21日に、内海町と隣の池田町は合併する予定である。



*小豆島全体マップ

2) 地域の取り組み内容

小豆島は、日本で最初にオリーブ栽培に成功した島で、1908年（明治41年）に始まり、約400年の歴史がある。地中海に似た気候特性であったこと、地質がオリーブ栽培に合致したことがオリーブ栽培の成功要因とされている。現在も国産のほとんどは小豆島産であるが、国産オリーブの生産量は、昭和39年をピークに減少する。その理由は、昭和34年の農産物輸入自由化で安価な外国産に押されたことやミカン栽培への転作促進、さらには害虫であるアナアキゾウムシの大量被害などであった。一方で、オリーブは香川県の県花であり、内海町の町木でもある。内海町では、地場産業の醤油、佃煮に続く第三の産業として「オリーブ産業」をおこすべく、平成10年より町民に栽培を呼びかけ、苗木の助成をした結果、1万本が植栽され、オリーブを活用した料理教室、新商品開発も始まっている。

内海町では、オリーブを核として「農業・食品産業・観光業の活性化」を図るべく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離れが著しく、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、会社法人が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、企業が参加してもらえる道が開けた。こうして、小豆島の貴重な地域資源であるオリーブの栽培を、内海町の施策に賛同する加工サイドの企業が、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。

内海町では、2008年、オリーブ栽培開始（1908年・明治41年）より100周年となるまでに、植栽本数で2万本、栽培面積で20haの増産目標を掲げている。このうち3割を農地法の特例特区による会社法人が遊休農地で栽培し、遊休農地の解消と加工販売の促進、オリーブ増殖による景観形成、環境美化につなげる考えだ。

オリーブは経済的な収穫量が確保できるまでに最低でも4～5年の育成期間が必要だが、内海町では、平成20年には約120トンの収穫原料を加工に振り向け、塩漬けオリーブやオリーブオイルだけでなく、小豆島産オリーブを使った新しい商品を開発することにより、消費者に喜ばれる需要が喚起できると考えている。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。



(上) 小豆島オリーブ公園。ハーブガーデン、スパ施設も併設。体験工房での加工、オリーブ絞りもできる。



(上左右) オリーブ公園の店舗には、ハーブ染め、オリーブ染めなども。地元特産品がずらり並ぶ。

3 . 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

小豆島は、もともと醤油で 400 年の歴史があり、マルキン醤油は日本大手 8 社に入っているメーカーである。現在、醤油メーカー 20 社、佃煮メーカー 8 社が内海町に集積しており、香川県の発酵食品研究所も小豆島にある。醤油メーカーは協同組合を組織しており、会社同士は情報交換をするなどして、仲がよいという基盤があった。

オリーブは平成 9 年にテレビ番組で取り上げられ、注目された。町でも、これから需要が伸びると考えて取り組み始めたそうだ。「ヤマヒサ」は平成元年にオリーブ栽培を個人農家として始めたが、日本では平成 3 年くらいからオリーブの輸入量が急速に増えた。そこで平成 10 年に、内海町はオリーブを振興させようと苗木の補助を始め、農家の新規参入も促進した。町としては、観光面でもオリーブの木を守り増やしたいという思いがあり、観光客が来て、オリーブの木はどこにあるの、ということでは、オリーブの島・小豆島ということにならな

いとの思いもあった。この苗木が町内に行き渡って、オリーブは、増えた。

「オリーブ振興特区」は、4年前、小泉政権の規制緩和で特区制度があるということで、「ヤマヒサ」が手を挙げた。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、基本的に企業の農業参入への認可というスタンスである。しかし、特区となる農地に関しては、町として公募もし、地権者に話をするという形での支援も実施した。土地は、地権者と町との賃貸になり、企業は町と協定書を交わすという手法をとっている。地代は年間1反につき一律5千円。土地の条件によってはもう少し安くなっている所もある。企業サイドから「土地を保有したい。条件によっては地代を安くして欲しい。」という声も上がっているが、一律5千円という地代も、町が（地権者を）説得してようやく実現しただけに簡単にはいかない問題といえる。一方で、地権者は、荒れたオリーブ畑には虫がつくので、特区であっても綺麗に整備されたオリーブ畑は歓迎している。特区企業は、オリーブ畑を綺麗にしているので、それが観光客にも評判が良いようだ。今後、平成18～19年には町営（合併後は市営）の搾油工場が、公社運営で稼働する予定という。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

本事業は、「ヤマヒサ」の植松勝太郎社長の個人の資質によるところが大きい。勝太郎氏は30才くらいの昭和40年当時から、既にオリーブについて学び始めていた。勝太郎氏曰く、「農薬を使っていないオリーブを作りたかった。しかも、自分たちが作っているものが自然なものなのに、売っているものがそうでなくなるのは違うと考え、加工、販売もやりたいと考えた。」とのこと。

オリーブの栽培を始めたのは平成元年。200本の木を植え、4～5年たって実が採れ始めた。しかし、やり始めてわかったことは、もっと木を増やさないと割が合わないということだった。自分の畑では足りないので、親戚の畑も借りた。特区のきっかけは、農家でないと農業ができない、という点を何とかしたかったことと、農地を法人として借りたかったから。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は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。「醬の郷」と称して観光バスが醤油メーカーの見学をしたり、インターネットで直販するなど、醤油メーカー企業はそれなりの努力と工夫で活気がある。今後も地元の醤油メーカー等の企業が中心となって本事業への人材供給・育成が図られるものと思われる。



(左) 株式会社ヤマヒサ 代表取締役 植松勝太郎氏

3) 関係者の合意形成手法

オリーブ栽培に関しては、前述のように特区指定の前に既に始めていたが、その時は植松氏個人が、農家として栽培していた。畑は、知らない人の土地は借りにくいので、親戚などの知り合いの人の畑を、頼んで借りていた。小豆島は平地が少ないので、広い農地が少ない。良い土地は既に農地として耕作しているので、借りられる土地は条件が悪いことが多かった。この時点では、あくまでも個人的なつながりの中で、合意形成を図っていたといえる。オリーブを始めた頃、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。中でも勝久氏はスペインに1週間滞在されたとのこと。

特区となったことで、知り合いの土地の周辺の土地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。現在、お茶畑にしている土地がそうだとのこと。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「あの地権者のところに行って話をまとめて欲しい」と頼んだという。農地のとりまとめというものは、なかなか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らなければ駄目だということだ。

オリーブ栽培については、JA や地元農家に消極的な反応があることも事実である。特に高齢農家の方には昔のオリーブ栽培に失敗した経験から反対者が多い。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、小豆島のオリーブは壊滅的になり 140ha のオリーブ畑が減ったという。

植松氏たちは、瀬戸内圏が、日本のオリーブの食文化に寄与するものであってほしいと願っている。そのためには、関係者の自主的・自発的な合意の形成に任せるだけでなく、良いものは良いという強いリーダーシップや、ある意味でのトップダウンによる合意の形成も重要だと考えている。

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（お茶の場合は4～5年）。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。そのオリーブ事業を醤油メーカーは本体の経営で支え、取り組んでいるのが現状。

農作物なので台風で思うように実が穫れない年もあり、オリーブの売り上げはなかなか一定しない。去年は冷夏でかなり花が落ちたとのこと。やはり、収益源としての醤油があるから何とかここまでやってこられたといえる。

5) 農産物の生産・加工・技術開発手法

「ヤマヒサ」のオリーブ畑は現在、3ha。3haのうち、お茶用のものは1haで、実を収穫するものは2ha。畑の世話で3人を専門につけている。収穫など忙しい時は、本業の醤油工場の人員（正社員）を回す。他に臨時のアルバイトとして、近隣の人を雇用する。茶の加工作業は、お年寄りや主婦の方のアルバイト。

「ヤマヒサ」では化学肥料、農薬は使わない。草取りは頻繁に行う。肥料としては、山の土を時々入れる。オリーブはアナアキゾウムシという害虫があり、普通の農家ではスミチオンという殺虫剤をかけるが、「ヤマヒサ」では、殺虫剤は一切使わず、目で害虫を見て、一つ一つ手で駆除する。

お茶は、年に3回、摘み取る。時期は3～4月、7月、9～10月。実は10月に収穫する。お茶は春～秋の乾燥している時期には撒水するため撒水機を敷設している。小豆島は火山灰が積もった土で、乾燥する気候。オリーブの本場、イスラエルに似ており、栽培には適しているといえる。地中海地方では、オリーブに撒水するのは当たり前とのことで、スペイン、イタリアでも10年程前から撒水し始めたら収穫が上がったとのこと。お茶摘みは、これも日本茶のやり方でやっている。摘み取りの機械は日本の茶畑で使われているものを使用。

オリーブは年に2回、剪定する。実を収穫する木も、剪定した葉はお茶にする。剪定は、それなりの見極めが必要で、切って良い枝とそうでない枝がある。去年伸びた枝に葉がよくつくとのこと。

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は貸し出されている。平成18年、19年には町営（合併後は市営）の搾油工場が、公社運営で稼働する予定。

オリーブのお茶に取り組んだ動機は、10年間は実が収穫できないということ。その間、収入がないわけで、4年前に葉をお茶にできないかと考え、始めたという。オリーブの実実は1年に1度しか収穫できないので、実を収穫する木も、剪定する時に出る葉をお茶にしてみようと考えた。それまで葉はやっかいもので、燃やしたり、土に鋤き込んで肥料にしたりしていた。オリーブはトルコ原産だが、その辺りでは葉は、ハーブ茶として飲まれており、解熱・利尿の効果があるそうだ。内海町では、「東洋オリーブ」がお茶として初めて作り、緑茶に混ぜて売り出した。葉を摘み、乾燥させて細かく砕き、殺菌する。「ヤマヒサ」では、さらに蒸して揉んでという緑茶の加工と同じ工程をとっている。緑茶に混ぜないで、オリーブ茶として販売している。このやり方はいろいろ工夫してあみだしたものだそうだ。ペットボトルも作っているとのこと。気軽に飲んでいただけるのでペットボトルは評判が良いという。コンビニで販売したいのだが、賞味期限が10ヶ月のため、引き合いはあるが、まだ契約には至っていない。ティーパックのものは一手間かかるため、やはりペットボトルの方に手は伸びる

ようだ。

内海町全体のオリーブの栽培面積及び本数（平成 16 年 6 月現在）

	件数	面積㎡	ミッション	マンザ	ネバ	その他	本数計
個人	149	85,604	9,165	1,039	245	496	10,945
企業	5	98,492	3,137	1,053	5,564	751	10,505
オリーブ公園		28,000	600	600	100	400	1,700
(株)オリーブ園		33,068	569	285	809	86	1,749
タケサン(株)		4,576	190	85	40	50	365
ヤマサン醤油(株)		14,300	800	83	0	215	1,098
(株)ヤマヒサ		18,557	978	0	4,615	0	5,593
学校	6	8,362	1,439	0	145	0	1,584
団体（オリーブ並木振興会）	1	4,210	211	102	0	108	421
合計	161	196,668	13,952	2,194	5,954	1,355	23,455

他町のオリーブ栽培本数

池田町：約 11,000 本 土庄町：約 7,000 本 小豆島全体：約 41,455 本



（上左）ヤマヒサの特区オリーブ畑 （上右）「虫は一つ一つ手で取る」と話す、ヤマヒサの後継者、植松勝久氏。



（上左右）特区のオリーブ茶畑。日本茶と同じ手法で栽培、収穫、製造をしている。灌水施設も敷設。



(上左) お茶の葉取りは、地元のパートも雇用。



(上右) 日本茶製造機械を使用するが、蒸し加減、乾燥加減は企業秘密とのこと。

6) 販売・告知・PR・消費促進手法

「ヤマヒサ」では、販売は上げていきたいのだが、現段階では、もっと収穫量を増やさない
と採算がとれないのでそちらが優先されるという。木を増やすために農地を増やしたい。今
は3haだが、5haまでは農地を広げたいとのこと。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にも、良いものだというを理解してい
ただくためにも、直販ルートを増やしたいそうだ。インターネットなども工夫したいとのこ
とだった。内海町では、「オリーブ振興特区」ということだけでPR効果があり、月に2~3回
は、テレビや新聞、雑誌が取材に来ているそうだ。そういうPR効果は高いという。行政、民
間の視察も多く、基本的に産業観光課では、取材、視察はお断りしないで対応しているとの
こと。昨年の秋、オリーブ茶がテレビで紹介され、「ヤマヒサ」の電話が鳴りっぱなしだった
そうだ。以前は、テレビでオリーブオイルが健康に良いということで、評判になったりもし
た。また、イタリア料理ブームとの相乗効果が出ているとも思われる。

しかし、内海町としても販路拡大は難しい課題。現在の生産量では、観光客の消費分だけ
でも足りないのが実情で、インターネット販売だけでも充分。収穫がおわって、1月には商品
が足りなくなるという。そういった中ではあるが、やはり販路を拡大することは必要だとい
う。しかし、市場がわからない。「東洋オリーブ」は池田町にあり、その会社が独自に販路を
持っており、その情報が町にはないのだとのこと。「東洋オリーブ」は企業として利益追求を
行っているが、町としては、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
のことだった。

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うと作っ
たもの。3月15日前後1週間、苗木のプレゼントを実施する。5月、オリーブの花の咲く頃
は、オリーブフェア。10月は収穫体験が公園内のオリーブの木でできる。スパの施設もあっ
て、日帰り観光の目玉になっている。道の駅では、「マイオリーブオイル」を作っていただけ
る体験もある。実を1時間摘んでもらい、機械に5~6時間かけて絞る。こうした体験は、滞
在型観光をしていただくこうという狙い。しかし、収穫した実を長期間保存できないので、体
験ができる期間が短いのが難点。ハーブの栽培に熱心な町民2人が中心となって「全国ハー
ブサミット」も開催した。ハーブも栽培しているが、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

日本にオリーブは年間3万トン入って来ているが、国産は1%に満たない。外国産のもので良いものもあるが、国産は、香り、風味が良いので、内海町としても品質に対する自信は持っている。外国産との価格差はあるが、それなりの需要は見込めるとのこと。

内海町では、島のイメージを壊さないためにも、小豆島のオリーブをブランド化したいと考えている。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のこと。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こと。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いる。内海町では、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、有機認証を取得するため、「JONA 日本オーガニック&ナチュラルフーズ協会」に加盟し、幹事をしているが、認証取得費用の問題から、まだ取得はしていないという。また、有機認証は、書類作成が難しく、取得できる農家は少ないとのこと。有機であることは土壌分析すれば証明できるので、あえて取得する必要もないそうだ。また、オリーブ茶のパッケージは、高知にいる女性デザイナーを起用。かわいいイラストの女性らしいパッケージにし、女性をターゲットに売り出している。



(上左) ハーブをブレンドしたオリーブ茶。緑色が美しい。



(上右) ヤマヒサのオリーブ茶ペットボトル



(上左) オリーブ公園で販売しているオリーブオイル。有機無農薬で無添加なものは、味、薫りも良く、肌にも付けられる。



(上右) ブレンドの仕方、パッケージにこだわった商品も。

8) その他

「ヤマヒサ」の企業ポリシーについて

「ヤマヒサ」社長の勝太郎氏は、次のように述べている。戦後、高温で加工される油が多くなったが、それは健康、医療で考えると良くない。加工されていない油が良い。戦後は、ハム、ソーセージ、ジュース、コーラ、ニッキ水など添加物の固まりで子供達が大きくなってきたが、それは良くないことだ。添加物の入っていない、無農薬のものを作りたいと考えた。昭和40年頃、私が30才くらいの頃、無添加で、国産丸大豆で醤油づくりを始め、関西の食品問屋に顔を出し始め、大阪で販売してもらった。地元でも、そういう考え方がだんだん広まってきた。「良い食品を作る会」というものがあり、小豆島では、素麺屋、醤油屋など4社が加盟している。私達は、良いものを作ることを主力にすると同時に、ウリにする。初めから全ての食品を良いものにしなくても良い。一つでも二つでも、良いものを作ることにすれば良い、というゆるやかな考え方で取り組んでいる。大手食品企業など、売上げが求められる企業ならば、そういうことはできない。しかし私達のように家業としてやるならできるはずである。私は、これからは6次産業をやらないと駄目だとも思っている。1次産業の農業、2次産業の加工業、3次産業の販売業、これを足して6次産業である。これを全てやらないと、採算が合わず、食べていけないのである。小豆島で、オリーブ産業は、年商30~50億になったら成功と言えるのではないか。最終的には、若い人達に残せることをやりたい。



(上左右) ヤマヒサの醤油蔵。天然杉樽を使用した無添加の醤油づくりを続けている。

子供達への町からの思い

子供達が、オリーブの島で育っているのにオリーブを知らない、ということになってしまわぬよう小学校入学時に、学校で苗木を配っているし、学校でもオリーブの木を育てている。給食の時には新漬けを出して食べてもらっている。小さい時から、オリーブの島で育ったということを経験の中に残しておきたい。そうすれば島を出て行ったとしても、「小豆島はオリーブ」ということを宣伝してもらえるのではないか。小豆島には高校までしかないのだから、大学になると島を出てしまうのだが、オリーブがあることで、懐かしくなりまた戻って来てくれるといいと思っている。

4.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。コスト管理も巧みで、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。

企業等との連携による地域農業の活性化手法調査

<大分県宇佐市安心院町^{あじむまち}「松本集落イモリ谷」の事例>

1. 調査概要

1) 調査場所 / 調査対象者

大分県宇佐市安心院町（あじむまち）松本集落“イモリ谷”地区

- ・イモリ谷苦楽分 まつぼっくり農園経営 荷宮英二氏 TEL：0978-48-2853
- ・イモリ谷苦楽分 富士見台農園経営 藤垣潔氏 TEL：0978-48-2856
- ・農村民泊 経営者 井福 英一氏 TEL：0987-48-2542
- ・宇佐市農業委員 松本区長 安部初男氏 TEL：0978-48-2877
- ・豆の力屋 製造・営業担当 中津留 茂氏 TEL：097-546-9168
- ・宇佐市安心院支所商工欽交課 グリーン・ツーリズム推進係長 河野 洋一氏
TEL：0978-44-1111

2) 調査日程

- ・2006年2月8日（水）～10日（金）

3) 調査担当者

- ・大川文男／種村融

2. 地域活性化への取り組み内容

1) 展開地域の基本情報

宇佐市安心院町（あじむまち）は、大分県の中央部から北西部にかけて位置し、安心院盆地を中心とした中山間農業地域である。安心院町としての人口は約8,000人であるが、2005年3月に隣接する院内町とともに宇佐市と合併。人口63,000人を超える地域の中核都市となった。古くから農耕文化の中心の地として栄え、平安前期（823年）には、国営倉庫としていまなお地域の名称として残っている「安心院（あじむ）」が置かれた。鎌倉後期（1301年）には宇佐大宮司公恭が竜王山に築城して以来、安心院地方の政治、経済さらに軍略の中心として徳川時代まで栄えた。

松本集落「イモリ谷」の概要

安心院町のほぼ中央部、四方を山に囲まれ、松本川に沿った谷が通称“イモリ谷”と呼ばれる集落である。名前の由来は集落を上から見るとイモリのようなカタチをしていること、さらに「井守り」、つまり水環境を守ってくれている命の谷という意味も合わせ持っていると言う。

総世帯数は56戸、近年はIターンによる新規就農者の定着率も安定しており、人口は微減傾向だが世帯数の減少は見られていない希な集落である。農業だけが唯一の産業であるが、水稲、転換作物として大豆、さらに丘陵地を利用したブドウ栽培なども行われている。地味の豊かさ、さらに大きな昼夜の寒暖の差が美味しい農産物を生んでおり、“イモリ谷”という名称自体がひとつのブランドとして認知されつつある。



佐市の位置

(上) 宇



(上) 松本集落の地形

2) 地域の取り組み内容

大分県宇佐市安心院地区は、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、自然環境の豊かさから「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。

この地で産する大豆に県内の有力食品加工メーカーが着目した。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。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の人々はもちろん、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。コンセプトは“家庭菜園のおすそわけ”。“イモリ谷”に住む人の人情、そして原材料が取れる清浄な自然を感じてもらうことを第一義に現在、今後の展開の可能性を模索しているところである。こうした活動が地域活性化に大きく貢献していると評価され、平成16年には農林水産祭むらづくり部門において最高の荣誉である「天皇杯」を獲得したのである。



(左上) 遠くに豊後富士(由布岳)を望む松本集落“イモリ谷” (右上) 天皇杯受賞の記事 2004/10/23 大分合同新聞

3. 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

松本集落“イモリ谷”の地味は優れており、昔からおいしいお米や果実、野菜の産地として知られていた。しかし四方を山に囲まれた狭い地に開かれた水田や畑という地理的な条件のために評価がいかに高くても大量の需要に応じきれだけの収量を確保することは困難であった。

そうした中で、平成12年度に中山間地域協定により転作奨励金、団地化補助金などが交付されたために大豆への転作率が飛躍的に向上した。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」を設立し、大豆の集団転作を主体とした集団営農に取り組んだ。

平成17年からは農産物に対してもJAS規格において生産情報の公開が規定されたが、松本集落“イモリ谷”は、集落発のホームページを開設するなど地域情報の発信にもいち早く取り組んだ。飛躍の転機となったのは、大分の豆腐メーカー「豆の力屋」が松本集落“イモリ谷”の活動に注目し、役場を介して営農組合に大豆の契約栽培を打診してきたことだった。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が現れたのである。

いまでは、大分市内へ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

るという。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

現在はまだ、松本集落“イモリ谷”に縁のあるUターン就農者が大勢いる。さらに、Iターンによる新規就農者も着実にこの地に根を張りはじめた。松本集落“イモリ谷”は、人口こそ微減傾向にあるが、世帯数はここ数年変わらず、集落で朽ち果てた空き家を目にすることはない。それは、集落としての生産活動の新しい幹として新規就農者が順調に育ち、この地にしっかりと根を張りつつあるからだという。

集落が属する安心院町では過疎化防止と農業後継者育成のために、資金の助成を行っている。具体的には、新規就農者（面接等の審査をパスした人）に対し、月額15万円の生活費を1年間支給するというもの。しかも就農地に5年間留まれば返済の義務はないというものだ。この助成制度の効果は予想以上で、農業後継者を探す側から選ぶ側へ、松本集落“イモリ谷”の立場が逆転したようだ。結果として集落サイドの主導によって人選が出来たことが松本集落“イモリ谷”の新規就農者の定着率の高さにも表れている。農業を真剣に取り組んでもらうために現在では農業への情熱とともに、1,000万円の自己資金を持っていることも応募条件に加えられている。

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。

また、集落に住む幼なじみたちが集まって遊びの会として、「松本集落“イモリ谷”苦楽分」が結成され、それがやがて農泊など、グリーン・ツーリズムへと発展して行くコアとなった。会結成の理由は「祭りの復活」。昭和20年代30年代生まれの世代の集落離れが進み、この地も過疎化が急激に進んだ時期があった。そして集落の行事を中心的に取り仕切ってきた青年団も消滅し、都会からたまに集落に戻ってきても年寄りばかりが目立つ寒村になってしまっていたという。せめて歴史と伝統のある秋祭りのお神楽だけでも復活させなければ、と有志に声を掛け結成されたのが“イモリ谷”苦楽分である。

集落の合意を形成する上での最大の難関は世代間ギャップを埋め、集落の総意としてグリーン・ツーリズムを推進して行くことだったという。“イモリ谷”苦楽分に参加した同世代に関しては問題なかったが、古くからの家長制度をいまなお色濃く残す土地柄でもあり、年長者の説得には苦労したという。合意形成のポイントは、集客イベントや農泊などへの取り組みが、自分達の集落の良さを広く知ってもらうために必要だという目的の理解だった。

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間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

たという。こうした努力が、「自分達の大豆でこんなおいしい豆腐ができるのか」「反収を1.5倍に増やそう、大豆一本にしぼってがんばろう！」などと生産者の意欲向上につながった。

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、以下の点が挙げられる。

- ① 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業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。

< 年度別転作達成率 >

	平成10年	11年	12年	13年	14年	15年	16年
達成率(%)	84%	88%	178%	129%	126%	126%	125%

※平成12年度は中山間地域協定により転作奨励金、助成金などが交付されたために転作率が飛躍的に向上した。

< 大豆作業受託面積 (ha) >

作業内容	平成14年	平成15年	平成16年
播種	9.7	12	11.8
中耕培土	14.4	14	14
刈取り作業		22	20
額縁排水		5.4	5
苫土散布	24.4	1	
耕起・整地		5	2.1
全作業受託	0.8	1.2	2.1
合計	49.3	60.6	55

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。半分のブロックごとに、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と呼ばれる方法で栽培しているが、これは続けて栽培すると土が痩せるなどの連作障害が起きるからだという。大豆を栽培しないときは、米を作っているとのこと。

大豆の植付け時期は6月下旬～7月中旬の、ちょうど梅雨時期。粘土質だから、一回雨が降るとベトベトになってしばらくトラクターなどの機械が入れない程だという。11～12月の収穫を終えたあと、2月頃から出荷がはじまる。

イモリ谷で栽培される大豆の品種は、「ムラユタカ」である。一般的に豆腐の大豆として使用される「フクユタカ」は基本的に大量生産に適した大豆で、タンパク質が多く、固めやすいので作業性もよく、効率的だから、安くてたくさんの豆腐が作れるというメリットがあるとのこと。一方、「ムラユタカ」はタンパク質が少ないかわりにデンプン質が多く、それでいて非常に糖度が高いので、大豆本来の自然の甘味は、このムラユタカでこそ出せるという。

イモリ谷の土壌は粘土質で大豆の量産には適していないが、そのかわり山間部の高い標高と激しい寒暖差が、ムラユタカづくりに適しているとのこと。また豆腐加工業者の「豆の力屋」では、この「ムラユタカ」に適した豆腐の加工方法を独自に工夫して取り組んでいる。「豆の力屋」とのコラボレーションによるムラユタカ栽培により、これまで出荷しておしまいだった農家の方が、自分たちの大豆でつくった豆腐を食べてくれる人との結びつきを感じるようになったといい、それがまた、いいものを作ろうという「力」になっているとの声も上がっている。

また“イモリ谷”では豆腐加工業者と大豆の契約栽培などの他、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年に誕生し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番目の加工場としてつくられた。ここは納豆加工や販売、集落の農産物販売さらに集落グリーン・ツーリズム活動の拠点としても機能している。



(上左) イモリ谷の大豆畑と「豆の力屋」の豆腐



(上右) 松本集落の納豆加工所「大きな豆の木」

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として機能している。現在、アンテナショップ「豆の力屋」に関わっている“イモリ谷”の生産者や販売スタッフは約25名。平成14年の開店当初は約600万円弱だった粗収入が、平成17年には約1,000万円にまで成長している。

<アンテナショップの販売実績>

	平成14年7月～15年6月	平成15年7月～16年6月
総売上額	¥6,891,842	¥9,699,285
手取額	¥5,513,474	¥7,679,428
月平均額	¥459,456	¥639,952



(上左)「豆の力屋」店舗内風景



(上右)“イモリ谷”大豆の豆腐

松本集落“イモリ谷ブランド”商品のインターネットでの紹介は、かなり早い段階から実施されてきた。ホームページ開設の中心として活躍したのは松本集落“イモリ谷苦楽分”のメンバーたち。ホームページの基本的内容はイベントなどの告知、四季折々の農作業風景など一般向けとなっているが、異業種との連携、連動を意識したビジネス向けの情報対応も欠かせない。現在、どのような形でビジネス向け情報を発信するか試行錯誤を行っている。

7) 地域ブランド化手法

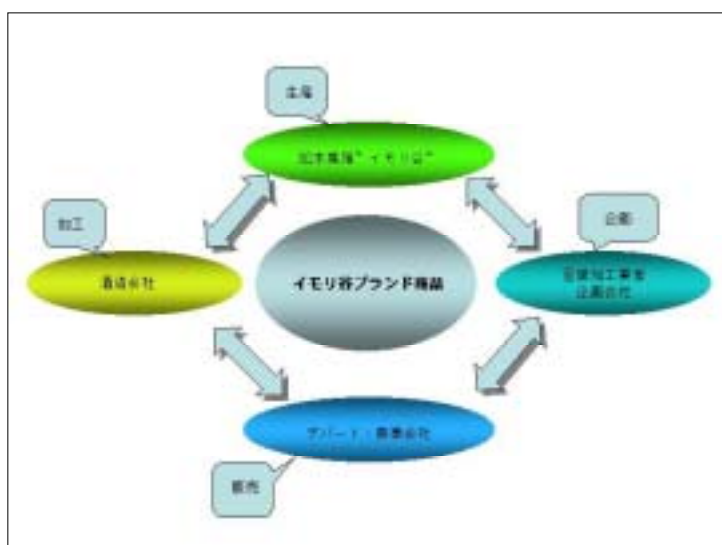
イモリ谷で栽培される大豆の品種「ムラユタカ」と一般的に豆腐の大豆として使用される「フクユタカ」の違いと「ムラユタカ」ならではの長を訴求し、その加工方法にも独自に工夫をすることで他の製品との差別化を図った。またアンテナショップでは、イモリ谷産の農産物や農産物加工品の品質の高さを訴求するために、野菜や米、農家の女性達の手作り漬物など「松本地区まるごと」を販売している。こうした活動が、大豆だけでなく松本集落イモリ谷地区そのもののブランド化に繋がった。

地元の大手豆腐加工業者との連携で大分市内に開設した「豆の力屋」による“イモリ谷ブランド”の成功は、新たな“イモリ谷ブランド”を生んでいる。行政の指導により水稲に代わり大豆の栽培が増えている“イモリ谷”ではあるが、元々粘土質の土地で水耕に適しており、おいしいお米の産地でもあった。大分市内のアンテナショップの成功、“イモリ谷ブランド”への高感度消費者の反応を見て、地場の酒造メーカーが酒造りを提案してきたのだ。

平成14年に試作品としてわずかな量ではあるが“純米酒イモリ谷”が作られた。翌15年には酒蔵や酒販売店の家族を招き、酒づくりを米の生産から体験してもらおうと、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。数量限定という希少性もあり大分市内のデパートでは販売コーナーのメインに並ぶ看板商品となっている。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。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。

こうした企業からのアプローチは、アンテナショップ開設以来途切れなく続いているとのことだ。“イモリ谷ブランド”の麦焼酎の開発も計画されている。“イモリ谷”という小集落で生産される原材料への信頼感と作り手の顔が見える安心感。最初のプロダクトである豆腐への評価が裏付けとなり安心・安全イメージだけではなく、確固としたブランドイメージを

構築したことが成功の要因といえる。



(上左) イモリ谷ブランド商品関係者の構成図



(上右) 純米酒「イモリ谷」中野酒造

4. 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設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。

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

<岩手県久慈市「山根六郷研究会」の事例>

1. 調査概要

1) 調査場所 / 調査対象者

- ・山根六郷研究会 会長 桑畑博氏、黒沼忠雄氏
岩手県久慈市中央 3-2 久慈ステーションホテル内 TEL : 0194-53-5281
- ・久慈市産業振興部 商工観光課課長 久慈正俊氏
商工観光課総括主査（観光物産グループ） 下山琢也氏
岩手県久慈市川崎町 1-1 TEL : 0194-52-2111
- ・端神部落会 会長 清水川岩男氏
岩手県久慈市山根町端神 5-20-1 TEL : 0194-57-2303
- ・昔からの味の伝統グループ「はしかみ桂水会」のみなさん

2) 調査日程

- ・2006年2月24日（金）～26日（日）

3) 調査担当者

- ・蜂須賀裕子 / 山田久美子

2. 地域活性化への取り組み内容

1) 展開地域の基本情報

岩手県久慈市山根町は、久慈市の中心街から南西へ20km余り、長内川の源流である遠島山（端神岳）の山麓に、6つの集落（下戸鎖、上戸鎖、端神、細野、木売内、深田）を持つ典型的な山間地である。藩政時代、「山根六郷」と呼ばれたこの地域は「たたら製鉄」で賑わい、海岸で生産される塩や海産物を内陸に、内陸の米や日用品を海岸部へ運ぶ「塩の道」の中継地点でもあった。豊かな自然に恵まれているが、地形は極めて急峻で耕地が少ない。人々は、雑穀を蒔き、短角牛を飼い、先人の築いた自然との共生や自給自足に根ざした循環型の暮らしを営んできた。1889（明治22）年に6集落が合併し、山根村となったが、昭和の初めまで山根と久慈の交易はなかったという。1954（昭和29）年、市町村合併により山根村は久慈市山根町となる。

昭和30年代には県内有数の木炭王国としても知られたが、この頃から人口の流出が著しくなった。現在の人口は最盛期である1955（昭和30）年の約5分の1、六郷全体で約200世帯、508人という高齢、過疎の町である。2000（平成12）年時点で、農業人口は206人、内専業農家109人、兼業農家97人となっている。

山根町までのアクセスは久慈市内から車を利用。久慈までは青森新幹線八戸駅からJR八戸

線で約1時間50分。または青森新幹線二戸駅から新幹線リレーバス（1時間10分）も出ている。



(上右) 山根六郷の山並み

(左) 久慈MAP

2)地域の取り組み内容

山根六郷の地域イベント、「水車まつり」と「くるま市」が開かれるきっかけをつくったのは山根六郷研究会である。研究会のメンバーは山根六郷の豊かな自然やそこに暮らす人たちに惹かれて、先人の暮らしの知恵や技を次代に伝承しようと、記録づくりを始めた。1986（昭和61）年に記録映画第一作「六郷の四季～麻（いど）と暮らし」が完成。2年後の1988（昭和63）年、端神の集落にかつて山村の暮らしには欠くことのできなかった水車が山根六郷研究会、県や市の支援により復元された。

この水車の復元がきっかけとなり、1989（平成元）年から月1回（4～12月の第1日曜）の「くるま市」が開かれるようになった。くるま市では、端神（はしかみ）の農家の女性達で組織された「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昔ながらの郷土食がふるまわれる。5月と11月の「水車まつり」には郷土芸能も披露され、3,000人ももの観光客がおしかける。

また、この地は別名「別嬪村」とも呼ばれる。名付け親は俳優の森繁久弥氏だ。ヨットで日本一周の途中、久慈市に上陸。水車のある「桂の広場」を訪れた。森繁氏は、はしかみ桂水会のお母さんたちの手づくり料理に感激し、その場で「別嬪村」と命名したという。1995（平成7）年にオープンした、岩手県内一のPH値を誇る新山根温泉（久慈市山村交流センター）も「べっぴんの湯」の愛称で呼ばれている。

今年3月、久慈市は山根町と隣接する山形村と市町村合併した。これをきっかけに久慈市産業振興部商工観光課、久慈観光協議会では、久慈地域のもっている観光資源をつなげて、地域の活性化を進めたいという。具体的には山根六郷、遠島山、べっぴんの湯の3つに注目。さらに長内溪流にある、海の見えることで知られる滝ダム、久慈琥珀博物館というように観光

ルートをつなげていく予定だ。市民の間で長内川流域を考える会を発足させようという動きもある。山根六郷の雑穀料理だけでなく旧山形村の伝統食である胡桃と黒糖の入った麦だんご「豆富（まめぶ）」等にも注目し、久慈の特産物を開発したいという。

3 . 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

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。映画制作の過程で数十年ぶりに山根六郷の女性の手で幻の麻布が蘇った。そして、1986（昭和61）年、端神郷で1基の“水バツタ”が復元された。水バツタとは川の水を利用した精米・製粉装置である。昔はどの家もこれを用いて一晩かかって雑穀などをひいていたが、この頃、すでに電動の精米・製粉機が使われるようになっていた。久慈には2基の水車があったが、端神郷のカツラの大樹のある広場にあった水車は雪のため、ここ十数年捨て置かれていた。山根六郷研究会と端神部落会は水車の復元に取りかかった。

1988（昭和63）年、水車が復元した。研究会のメンバーがようすを見にいくと、部落のおかあさんたちが雑穀を持って水車の前で順番待ちをしていた。ここには大きなカツラの樹があったので、この水車は「桂の水車」と呼ばれるようになった。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「はしかみ桂水会」を立ち上げた。最初は山根六郷研究会のメンバーに昔ながらの郷土食をふるまっていたが、それが発展し「今度は製粉してつくったものを町の市で売ってみよう」ということになった。研究会のメンバーは「それなら、水車のある、この広場で市を開こう」と提案。ここから、昔ながらの味の伝承グループ「はしかみ桂水会」の本格的な活動が始まった。

1989（平成元）年11月、地元で伝わる食文化をもとにした「第1回水車まつり」が開催された。端神の人たちは、「誰も来ないから、1回でおしまいになる」と思っていたという。ところが、市に来た人たちはきれいな川、おいしい空気、昔なつかしい豆腐の田楽やきびだんごで大感激であった。市には食べ物だけでなく、そば枕、山野草、木工品、木炭など、この地域で生産されたものが並んでいる。市の名前は水車にちなんで「くるま市」。毎月、第1日曜日（4～12月）に行われるが、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人も人が訪れて、はしかみ桂水会のお母さんたちは「お客さんの顔を見る暇もないほど忙しい」とうれしい悲鳴をあげている。現在、端神の人たちは水車まつりやくるま市が生きがいになっており、市の立つ日には都会から子や孫などがやってきて手伝いをするようにもなったという。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

1983（昭和 58）年、久慈市の青年会議所のメンバー6名（現在は10名）により「山根六郷研究会」が結成された。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、「六郷」と「6人」（現在、会員は10名）という「六」の符丁も気にしていたという。

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）のほか、記録映画の上映、源流の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」の保全と伝承は次世代に受け継がれていくことになる。ちなみに山根六郷研究会が提唱する「時代遅れのすすめ 四つのこだわり」は次の通りである。

- ①開発 ソフトを優先し、創造的開発に徹する
- ②過疎 数にあらず、ふる里人の心こそ大切
- ③観光 伝承活動の実りの結果として
- ④改善 伝承の手段（古き良きものを見極めと選択）

課題は、過疎化と超高齢化、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歳代である。畑作も高齢者が支えているというのが現状で、この食文化や技を引き継ぐ人はいない。六郷のひとつの木売内郷には廃校を利用して家具や玩具をつくる木売内工房という木工所もできているが、定住して畑で雑穀をつくる者はなかなかでてこない。

3) 関係者の合意形成手法

昭和50年代、青年会議所は、活動の一環として自分たちの住む町を見直してみようと郷土史家などの指導を受けながら歴史や文化についての勉強会を開き、現地調査を行った。「ふる里マップ（久慈の風土と民俗文化分布図）」の作成を通じて久慈の歴史や文化に触れ、特に過疎といわれていた山根六郷には、名水や鳥居、伝統食など衣食住に関する知恵や技がたくさん残っていることに気づいた。

1983（昭和 58）年、山根六郷に魅力を感じていた6人は、先人の暮らしの知恵と技を次代に伝えるために記録づくりをしようと、「山根六郷研究会」を組織した。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「山襲の食（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。



(左) 山根六郷の文化を記した地図 (『山根風土記』より)

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、山根六郷研究会と端神部落会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

一関など県南では冠婚葬祭の行事食に餅が使われるが、県北は雑穀である。しかし、山根六郷の食生活は、同じ県北の内陸地域とはかなり異なる。隣町の葛巻町などでは雑穀といってもそばが中心であるが、山根六郷では、そばが使用されることは、あまり多くない。山根六郷の食にまつわる特徴は、物々交換で海産物が得られたこと、この地域の畑作が二年三毛輪作で小麦より大麦に適性があったこと、冷夏のためにジャガイモの比重が高かったことなどがあげられる。かつては大麦、小麦、アワ、ヒエ、モロコシ、キビ、ソバを中心に大豆、小豆、ササゲなどを主食とし、カボチャ、ジャガイモ、大根、干し栗、カブなどは具として粥や雑炊に入れて食べていた。山村で冬が厳しいため、越冬のための保存の知恵や技術も発達している。採取した山菜やきのこを貯蔵。野菜は漬物にする。ジャガイモや大根は軒下などに干し、さらしいもや寒大根にして保存する。現在は、久慈市内から車で 30 分でアクセスできるが、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。現在でも日常的に豆腐を手づくりしている農家が多い。

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（ニンニク味噌をつけて焼く）、水車でひいた粉でつくったそば切り、きびだんご、軍配もち（クルミ味噌をつけて焼いた餅。相撲の行司のもつ軍配の形をしている）、うきうきだんご（お汁粉）、そして、ヒエ飯、アワ飯、煮しめ、クルミ味噌や漬物などの加工品もある。これらは、みな山根六郷の人たちが生活の中で代々伝えてきた味である。

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

「郷土料理」や「手作り加工食品」の販売について、農家の女性たちのグループ「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。ただし、例外として、端神集落の住人が久慈市役所の近くで田楽屋をオープン。手づくりの豆腐田楽が人気を呼んでいる。

「水車まつり」が山根六郷と郷土料理をPRするひとつのきっかけになっているが、さらに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、口コミの力も見逃せない。自治体なども観光パンフレットに水車まつりと山根六郷、そしてべっぴんの湯とセットにしてPRしている。ただし、山根六郷は「源流まるごと昔郷（むかしごと）」というキャッチコピーからもわかるように、そのままの姿を「生きた博物館」としている。つまり、大規模な駐車場を整備したり、くるま市や水車まつりの日に久慈駅からバスを走らせることなどは考えていないという。べっぴんの湯から「桂の広場」までの約6kmは名水が湧き、ハイキングにも最適。市の観光課では森林組合の組合員を講師にウォーキングの会も実施している。

地域の食育としては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いる。平成8年、「はしかみ桂水会」は、岩手県「食の匠」の認定を受けた。

7) 地域ブランド化手法

くるま市、水車まつりには県内はもとより八戸、盛岡などからも観光客が訪れている。「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もあるが、これらに共通するのは、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だという点である。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ぶが、これは郷土料理を郷土の文化と一緒に味わってもらえる工夫だといえる。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が、田楽豆腐や軍配もち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、うきうきだんご、田楽豆腐などが売られている。久慈市役所の近くの田楽屋では、手づくりの豆腐田楽が人気を呼んでいる。

山根六郷は、現在、先人の築いた暮らしの知恵や技を保全伝承すると共に、遠島山を源流とする水や、水系の広葉樹の森を護ることを目指す「ビオトープ・エリア」の創造に努め、

ひいては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。

4. 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、県内はもとより八戸、盛岡などからも観光客が訪れている。特に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人もの観光客が訪れている。
- ・市の実施により加工品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生活者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、行事食、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年余り、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。

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

< 奈良県葛城市（旧^{たいまちょう}當麻町）「郷土食・^{たいま}當麻の家」の事例 >

1. 調査概要

1) 調査場所 / 調査対象者

- ・農事組合法人 當麻町特産加工組合 「郷土食・當麻の家」 理事 庄田美代子氏
奈良県葛城市新在家 402-01 TEL : 074-548-7000 FAX : 0745-48-2611
- ・葛城市役所農林商工課 課長 宮城啓員氏

2) 調査日程

- ・2006年2月23日（木）～24日（金）

3) 調査担当者

- ・森脇ひとみ / 野田陽子

2. 地域活性化への取り組み内容

1) 展開地域の基本情報

葛城市の人口は平成17年1月1日現在、35,584人世帯数は11,898世帯となっている。そのうち農家数は1,352戸で総世帯数の11%程度を占めるに過ぎない。旧當麻町においても平成11年度時点で約13%程度であった。葛城市の自給農家以外の販売農家は、896戸（66%）で、その内訳は専業農家100戸（11%）、第一種兼業農家103戸（11%）、第二種兼業農家693戸（77%）となっている。主な生産品目は米、菊、ナス、ネギ、イチゴ、里芋、養鶏、酪農である。

葛城市は平成16年10月に、當麻（たいま）町、新庄町が合併して誕生した。奈良県西北部に位置し、金剛・生駒国定公園の中程、二上山の東山麓に広がる面積33.73km²の都市近郊農村地域である。旧當麻町は大阪都市圏の25km圏に位置しており近鉄南大阪線を使うと30～40分で大阪阿倍野駅に出ることができ、旧當麻町から大阪への通勤者も多い。平成7年に国道165号線バイパスが開通し、北は大阪南は吉野・和歌山に抜ける幹線道路になっている。

「郷土食・當麻の家」は、この国道沿いに立地していることで、「道の駅」の認定も得ており、また家族連れが多く訪れる「ふたかみパーク」という公園にも隣接しているため関西都市圏から吉野方面へ向かう多くの観光客の立ち寄り場所となっている。大型観光バスも、當麻の家でトイレ休憩と帰りのお土産購入のために立ち寄る場所となっている。

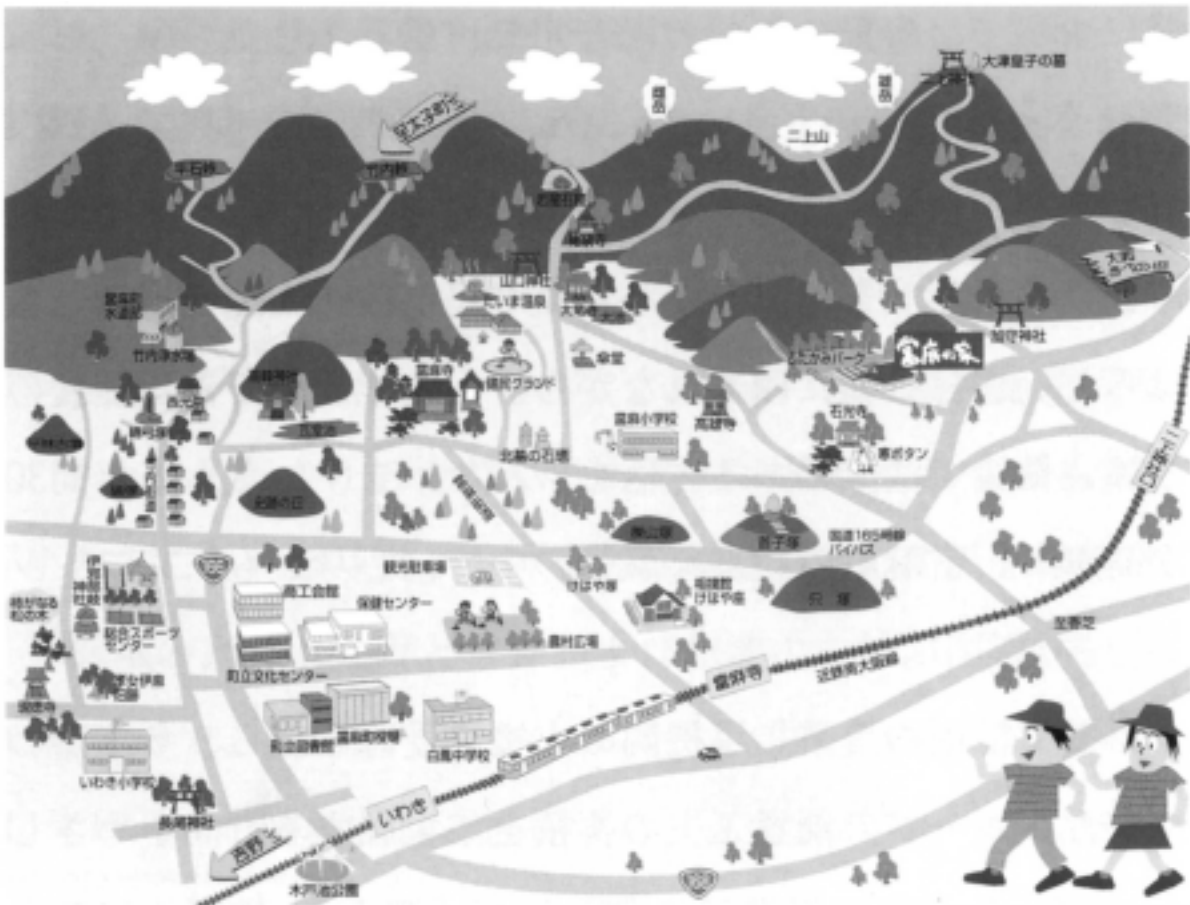
旧當麻町の観光資源をみると、春咲きボタンと中将姫の伝説で有名な當麻寺、寒ボタンと日本最古の石仏で有名な石光寺、悲劇の皇子・大津皇子の眠る二上山、官道第一号の竹内街道、相撲の始祖として知られる「當麻蹶速（けはや）」のけはや塚やけはや祭りなどがあり、年間30～50万人の観光客が訪れている。



(上左) 二上山と麓の田畑

(上中) 當麻寺近くの集落。道に花もあり、見た目にも綺麗。

(上右) 近鉄線「當麻寺」駅近くの名物、「中将堂の中将餅」。



(上) 「當麻の家」位置図

2) 地域の取り組み内容

旧當麻町は、平成4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）」の指定を受け、平成5年度にはその認定を受ける。ま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最終的に地域農産物の加工、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「當麻の家」が平成7年に開設された。「當麻の家」は、有機低農薬栽培に取り組んでいることから、「丸ごと安心・旬の味」をキャッチフレーズとしている。運営主体は、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）が町からの委託を受けて行っている。平成7年のオープンから毎年黒字の収益を確保し、ピ

ークの平成 13 年には、約 2 億 8,500 万円の売上げを達成した。建物内には、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、さらには餅、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。建物の周辺には、加工組合がイモ堀りなどの農業体験や収穫した蕎麦でパーティを開く等、消費者との交流を促進するための畑を借りている。



(上左) 国道 165 号線バイパスには看板あり。



(上右) バイパスを入るとすぐに「郷土食・當麻の家」がある。

まっすぐ奥は「二上山ふるさと公園」。



(上左右) 當麻の家入り口

3 . 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り、その中には、7 つの取り組みがある。

<取り組み①：農産物の加工による特産品の開発>

農産物の加工による特産品の開発は、昭和 55 年以降、3 つの生活改善グループが取り組んできた。

- ・「なでしこグループ」(8 名) = イチゴ・イチジクのジャムやハーブ加工

- ・「當麻手作り会」（15名）＝粕漬けと佃煮
- ・「JA 女性部」＝味噌と梅干しの加工

それぞれのグループの加工品は、町内外のイベントや農業祭等で直売され、好評を得ていた。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続々と創り出すことになった。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。

<取り組み②：市民農園の開設>

昭和 58 年には、旧當麻町内にある木戸集落が貸し農園を開設した。現在は「木戸みどり農園」という名称になっており、農園の規模は、10 坪 100 区画を JA が貸し出している。また、農園を利用して集落農家と利用者との交流会も行われている。

<取り組み③：住民参加のまちづくり>

昭和 61 年に、旧當麻町長が「住民参加のまちづくり」を開始した。町民全体の意向に基づき、次世代までも快適な町づくりを目指した「當麻町アメニティ・タウン計画」、「全町公園化構想」を策定。

<取り組み④：里山・ため池の整備>

昭和 62 年に新在家集落モデル事業により荒廃した里山を「ふたかみパーク」として整備した。またこのエリアに多く見られる「ため池」を活かした公園づくりが進められる。

<取り組み⑤：観光農場の開設>

平成 2 年、兼業農家が多い加守地区に「加守歓耕農場」が誕生した。40ha の農地でジャガイモやサツマイモを栽培しており、収穫体験や餅つき体験はとても好評である。平成元年には加守地区リーダーが観光農園を試験的に行ったところ、約 7,000 人の集客があり、事業化に踏み出すきっかけとなった。

<取り組み⑥：専業農家の活性化>

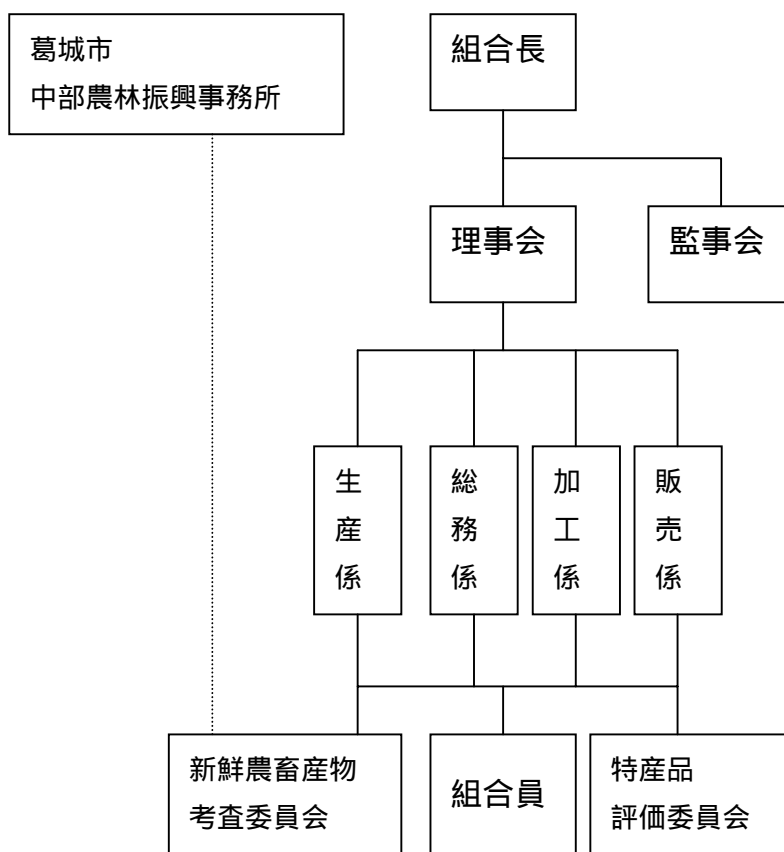
加守地区の活動は他の地区の専業農家にも影響を与えており、20 数戸の専業農家からなる「栄農会」は、平成 3 年に新農構の自然活用型事業を活用して、農林漁業体験実習館「ふれあい広場」を開設した。有機野菜栽培農家 10 数戸は、このふれあい広場で毎週土曜日に「ふれあい朝市」を開き、県の内外から多くの都市住民等が訪れている。このような都市農村交流型農業を行っている兼業農家と専業農家を中心となり、「當麻の家」の運営母体となる農事組合法人「當麻町特産加工組合」は組織された。現在は「當麻の家」の開設により「ふれあい朝市」は、平成 12 年 12 月にクローズしている。

<取り組み⑦：産地直売ガイドの作成>

まちづくりの中核的組織となっていた農家グループの代表者による「當麻町 21 世紀アグリ塾」は、平成 2 年以降、産直ガイド「アグリマップ」を作成している。「減農薬農家」「加守歓耕農場」「木戸みどり農園」などの紹介を行い、観光客が楽しみながら気軽に訪ねられるようにしている。

このように 7 つの面からの取り組みで展開してきた都市農村交流型農業が、最終的には「當麻の家」の活動へ集約されている。

農事組合法人「當麻町特産加工組合」運営組織図



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」の開設には、旧當麻町で「當麻町アメニティ・タウン計画」や「全町公園化構想」の策定にあたって住民を企画の段階から参加させるという取り組みを行ってきた町長の存在が大きい。また運営を担う加工組合の設立に大きく貢献した、当時のJAの役割も大きい。自治体、JA、地元農家と一緒に「當麻の家」は実現した。

一方、「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。理事の1人で、運営の統括をしている庄田氏は、かつては農協女性部で味噌づくりなどを行いイベント時などに販売をしていた経験から、旧當麻町に常設の加工施設の整備を強く要求した。「當麻の家」では、スタッフのまとめ役ともなり、商品の仕入れや販売の統括も行っている。

女性組合員について

オープン当初、女性組合員にアンケートをとり、何ができるか、何時間くらい働けるかという点について聞き、労働時間を交代制にするなど、運営が成り立つ方法を編み出した。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。働く女性たちにとっては、ここは町内の集まりのようなところになっている。



(上) ロゴ入りジャンパーを着て働くスタッフ

3) 関係者の合意形成手法

“住民参加のまちづくり”は昭和 61 年、当時の町長が住民の意向を各地区から聞き取り、それを「当麻町アメニティ・タウン計画」や「全町公園化構想」に活かしながら取りまとめたことから始まっている。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）」の指定を受けた時も、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、当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。

委員会を通じて結束も強まり、委員会のメンバーの間では施設の運営も自分たちの手で実施したいという機運が高まった。最終的に「当麻の家」は、JA と町内の有志農家による加工組合が施設を町から無償で借り受け、補助金に頼らない独立採算制で経営されている。

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）」の推進事業により、「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%、町費が50%を負担した。町費は起債で手当てしている。建物と加工設備は、旧當麻町で現葛城市が所有しており、加工組合に無償で貸し出す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（自治体が建物を民間に貸して家賃を得る制度）が適用されることになったため、現在家賃の価格について交渉中とのこと。施設の補修は加工組合が負担することになっており、3年前に団体客のためにトイレを増設したときは、約1,800万円を出費したという。

加工組合の資本金は、1口5万円を94人（女性61名、平均年齢58才）が出資。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。平成11年に旧JA當麻町が、県のJAに統合されることを受けて加工組合を離脱し、資本金は返して増資したとのこと。平成9年からは新たな増資は行っていない。平成18年2月現在、組合員108名、出資金189口945万円である。出資配当は7%を上限とし、ほぼ5%の配当を実施している。平成12年度の役員報酬総額は323万円となっている。

売り上げは、平成13年がピークで約2億8,500万円。平成16年2月には、南阪名道路が開通し當麻の家が隣接している国道165号線を利用する観光客が減ったことにより、売り上げが少し下がって、約1億9,000万円。平成17年は、4月から12月までで約7,000万円となっている。毎年、1,200～1,300万円の純利益があがっている。

5) 農産物の生産・加工・技術開発手法

生産手法

生産手法のポイントは、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ことである。「有機低農薬協定」（当時）を定めて普及活動を行ってきた。また「當麻町地力増進利用組合」を組織し、町内の養鶏農家、及び隣接している新庄町の酪農家から鶏・牛糞を無料で提供してもらい町内3ヵ所の堆肥施設に堆積し、それに籾殻と発酵促進剤を添加して、4ヶ月の熟成期間に3回切り返して完熟堆肥を作っている。有機野菜の生産農家は、平成7年時点で12haの耕地に10アールあたり3～5tの割合で堆肥を施用している。

以前、加工組合の生産部には「有機低農薬考査委員会」が設置され、安全で健康に良い農産物を適正に表示して消費者に提供するために「有機低農薬農産物要領及び栽培の指針」を策定し、その認証機関としての機能を果たしていた。現在は「新鮮農畜産物考査委員会」が設置されている。

加工手法

味噌、小麦餅、パン、漬物、粉もの、コンニャクを販売している。施設内は加工の種類ごとに加工施設の許可が異なり、スペースを分けなければいけないことになっているので作業効率は良くないが、施設のスペースは広く、ゆったりしている。

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）、小麦粉などを作っている。小麦餅は、地元の農家が伝統的に食べていたもので、地元の郷土食を加工して売っている。農家の中には、お茶などの加工品を作っている人もおり、その他にアロエ茶、じゅうやく茶、ゴーヤ茶、スギナ茶、ウコン茶などがある。



(上左右) 加工室内部



(上左右) 味噌加工中の場所。地元農家やお客さんから加工を依頼されているものもここにある。



(上左) 刻んだ野菜を乾燥させる機械。



(上右) 乾燥野菜を粉末にする機械。

「けはや御膳」について

以前、「加守敏耕農場」で働いた経験を持つ、加工組合加工係の吉村さんという女性を中心に、食堂のメニューづくりをしている。當麻の家が開設する時に、郷土食としてどんなものを出そうかと考えた結果、このあたりの郷土食は、イモ、オカラ、ゴボウのササガキくらいのもので、彩りもあまり良くない。その他に採れるものは、コンゴウマメ、ナノハナや鶏などであるが、その中から郷土食としてのメニューを考えることになった。献立は毎月替わるため、当初のメニューに比べ、今では相当メニューのバリエーションも増え、料理内容も充実したものとなっている。始めた当初は、「材料が残ったらどうしよう。」と思っていたが、現在では徐々に来客数、注文数を読めるようになった。



(上左) 食堂風景



(上右) けはや御膳 (平成 18 年 2 月の献立)

6) 販売・告知・PR・消費促進手法

販売手法

當麻の家へ訪れる人は、レジ数のカウントで年間 18~19 万人である。お客様は、大阪府からが 60%で、奈良市、大和高田市、遠方だと名古屋市からも来ている。南阪名道路が通ったので訪れやすくなっている。個人のお客様は、50~60 代の夫婦連れが多くなっており、その目的は二上山のハイキングや絵を描く人が途中で立ち寄りたりするという。當麻の家に隣接している入園無料の二上山(ふたかみやま)ふるさと公園は、子供連れの若い家族が多い。ふるさと公園は當麻の家ができてお客さんが増え、年間 4 万人だった来訪者が、今では年間約 10 万人が訪れる。

當麻の家では現在、農産物や農産物加工品を合わせて約 800 種類の商品を販売している。取扱商品の中には地元農家からではなく、加工業者の商品も多い。有機野菜は、JA を通じて扱っている。観光客ではない地元の方は、仏壇の供花用としての花や郷土食としてのお餅等を買っていくことが多い。野菜の鮮度を保つため、売れ残った野菜は次の日出荷元に引き取ってもらっている。食堂で使う野菜は別途仕入れており、販売用の野菜とは分けて仕入れている。野菜の販売委託手数料は 20%となっている。昔は「有機低農薬」を表示して販売していたが、認証取得による JAS マーク表示が義務付けられたので、今は表示していないものも売っている。



(上全部) 當麻の家の店内。地元農家が販売委託している野菜や加工品、加工室で作った味噌や漬物、お餅などの加工品、業者から仕入れた加工品などがずらりと並ぶ。「けはや味噌」「けはや餅」「けはや卵」などの「けはや」ブランドの名称をつけて販売している。

告知・PR手法

運営に携わる女性組合員は50～60代の女性であり宣伝活動が得意ではないことから、基本的には取材によって報道されることをPRと考え、取材は断らない立場をとっている。取材により報道される記事や番組、ニュースは効果的な告知宣伝となっている、テレビや新聞には、月に2～3回は必ず取り上げてもらっているとのこと。

また、ここは隣接している二上山ふるさと公園と合わせて「道の駅」の指定も受けているので、特に告知・宣伝活動を行わなくても、観光バスが、吉野などへの帰りに、トイレ休憩とお土産購入のために立ち寄るコースになっている。観光客は、新鮮な野菜や農産物の加工品を買われることが多くなっている。なお、個人のお客様は、野菜等の購入の他に食事をする人が多い。

プロモーション手法

<加工体験>

當麻の家に半日程度滞在していただくためには、物販だけではどうしても無理がある。そのため、うどんづくりなどの加工体験を行えるようにしている。本物のうどんづくりを体験させようと香川県まで出向きうどんづくりについて学んできて加工体験を実施している。加工体験は一回につき4人以上で申し込んでいただくことになっており、年間1,000～1,500人は体験を行っている。また、観光客だけではなく、近所の人が家族も連れて来るようになった。

インターネットで見たと言って、80 人くらい、会社の研修旅行の人が来たこともあるという。

<農業体験>

當麻の家の周辺で、加工組合として 2ha の農地を借りており、50,000 円/ha の土地代を払っている。周辺の遊休農地を畑として借りたので、地権者にとってもメリットは大きかった。その土地を活用してスタッフ 4 名が野菜づくりや体験農園の仕事をしている。いも掘り体験だけでも年間 4,000 人が訪れている。体験農園については、オーナー制をとっており、春のジャガイモ、秋のサツマイモについては、1 人 10 株単位で、2,000 円から受け付けている。また、蕎麦オーナーも同様に 3,500 円から体験できるようになっている。なお、収穫した蕎麦を粉にして手打ちにして食べるミニパーティを実施しており、交流型農業を行っている。

<教育機関への取り組み>

地元の学校教育の中で地産地消が言われており、連携した取り組みに対する協力依頼など、学校からの問い合わせが多くなっている。當麻の家では、地域の保育所に年に 1 度、小麦餅を配っており、食を通じて郷土の文化を紹介している。また学校の給食センターに地元の野菜を卸している。学校の給食センターに、積極的に PR 活動を行い地元の野菜を食べてもらうことで、学校と連携した地産地消の取り組みを行っている。

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「奈良西部地域の農村」で良く食べられている食材を使ったメニューが提供されている。他にも「けはやうどん」「けはや饅頭」などの「けはや」を冠した商品やメニューは多くあるが、原則として地域の食材から作られているものに限定して使用されている。学校などと連携した地産地消の促進を図るとともに作り手の顔が見える商品としての安心感、信頼感に結びついている。

また、野菜については、新鮮な野菜ということで取り組んでおり、今は「有機低農薬」には限定した取り組みは行っていない。そうした中で、「新鮮」だけで差別化を図ることは難しい現状がある。「けはや」の名を冠した商品が単に「新鮮な地元産」という意味だけではない何らかの付加価値を持つことが今後重要になってくる。

4. 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。

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

<大分県竹田市「竹田研究所」の事例>

1. 調査概要

1) 調査場所 / 調査対象者

- ・竹田市わかば農業公社 事務局長 甲斐修氏
大分県竹田市大字米納 659 TEL : 0974-66-3553
- ・竹田市観光協会 副会長 井上隆氏
大分県竹田市大字会々2335-1 TEL : 0974-63-2638
- ・神の里交流センター：緒環（おだまき） 支配人 三田井良雄氏
大分県竹田市大字神原 1931 TEL : 0974-67-2288
- ・農村民泊：やりさん 鎌水ケサ子氏
大分県竹田市大字神原 2301-2 TEL : 0974-67-2566
- ・未来香房：わかば 大分県竹田市九重野
- ・竹田研究所 事務局長 吉岡幸二氏
大分県竹田市大字会々1650 TEL : 0974-63-4807

2) 調査日程

- ・2006年2月21日（火）～23日（木）

3) 調査担当者

- ・山村基毅／種村融

2. 地域活性化への取り組み内容

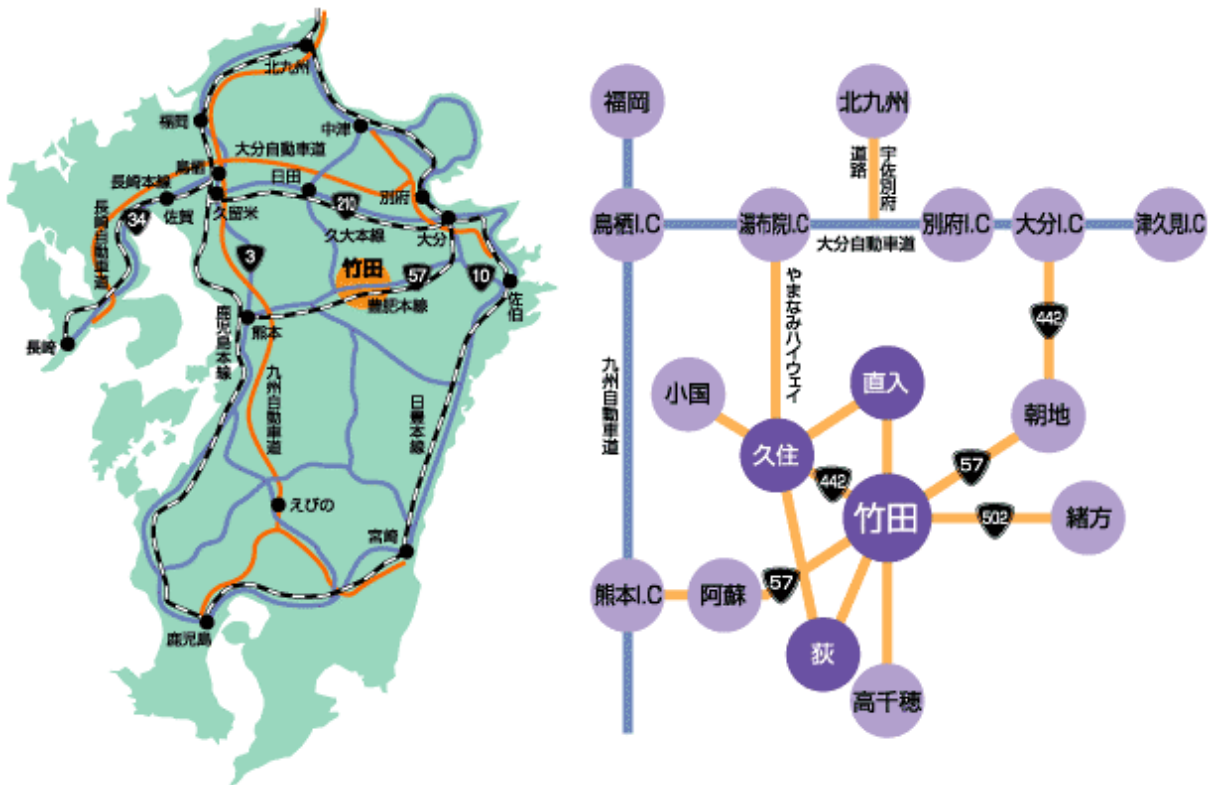
1) 展開地域の基本情報

大分県の南西部に位置する竹田市は、山間部にあるため、大分駅からは特急電車を利用して1時間、車を利用しても1時間である。熊本空港からは車で1時間、福岡からは特急電車を利用して3時間である。城下町として栄え、西南戦争時には多くの建物が焼けたものの、現在も市内中心部には、武家屋敷や、城跡が残り、古き情緒が残されている。

昭和29年に近隣の10町村の合併により竹田市が誕生した。現在の人口は、27,500人、面積は477km²である。地形は四方を山々に囲まれ、坂道が多い。ほとんどが盆地と高原地帯、山間部から成り立っている。

産業の構造としては、市内の中心部は観光業であるが、その他市内のほとんどを占めているのは農業地帯である。農業の中でも稲作が中心になっており、他に名産品としてカボスやシイタケ、国内生産量のほとんどを占めるサフラン等がある。また、阿蘇山系からの伏流水により、竹田湧水群と呼ばれる約60ヶ所の湧き水があり名水の里としても知られている。休

日になると、近隣の人たちが大きなタンクを手に水を汲みにきている風景に出会う。



*竹田市交通マップ



*竹田市入田（にゅうた）の河宇田（かわうだ）湧水は、湧水群の中でも最も湯水量が多く、休日には、水を汲む人の姿が絶えない。

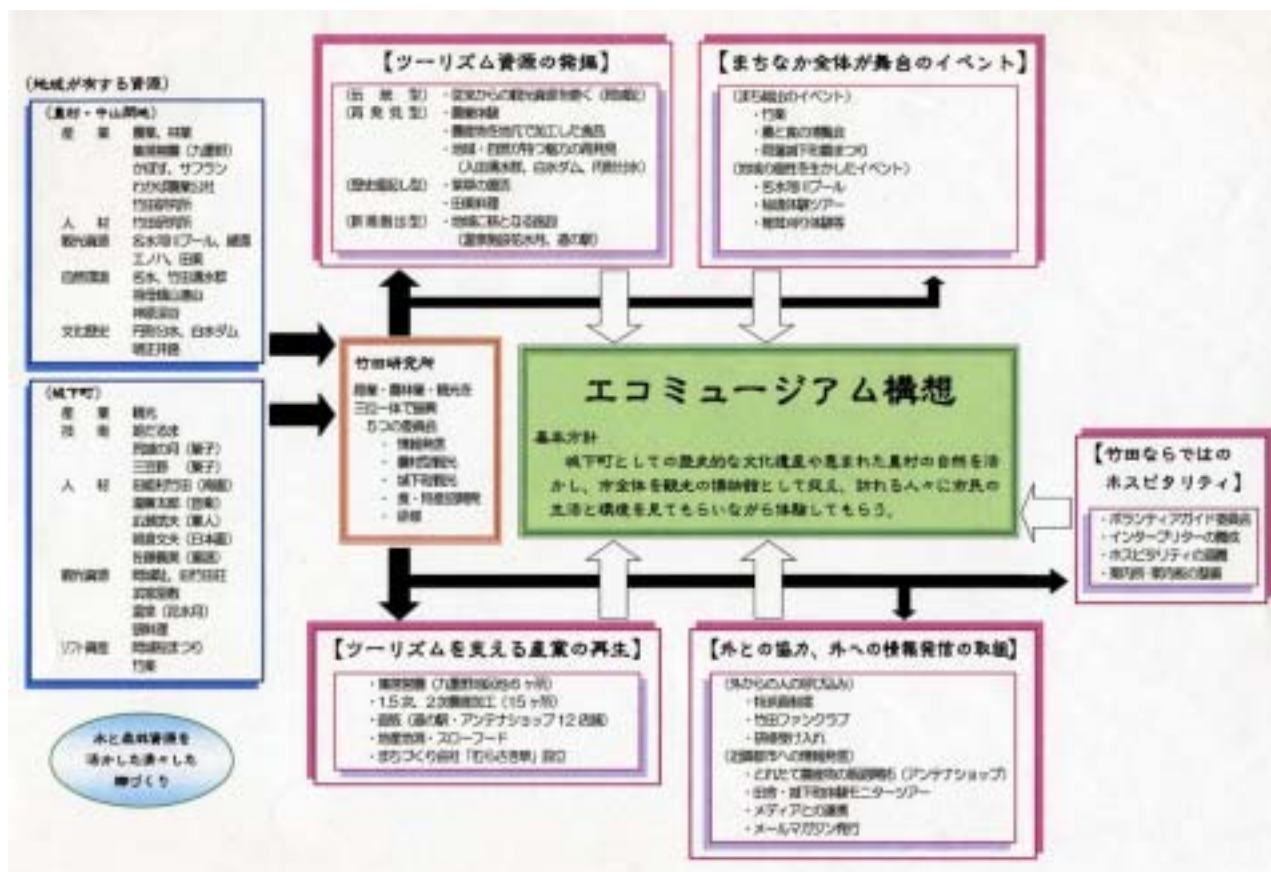
2) 地域の取り組み内容

「竹田研究所」（以下「研究所」という。）は、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、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かつ具体的に進めるために大分県竹田市観光振興計画推進委員会の附属機関として、平成10年に竹田市の商工観光課内に設置された。

研究所は、竹田市の地域おこしについて、官民連携で取り組む、いわば半官半民のシンク

タンクである。

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おり、それを具体的な構想としてまとめたものが「エコミュージアム構想」である。その基本方針は、「城下町としての歴史的な文化遺産や恵まれた農村の自然を活かし、市全体を観光の博物館として捉え、訪れる人々に市民の生活と環境を見てもらいながら体験してもらう」とされているものである。



* 竹田研究所「エコミュージアム構想」概念図

3. 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

研究所の活動の中の一つには、「ツーリズム資源の発掘」という分野があり、「伝統型」、「再発見型」、「歴史掘起し型」、「新規創出型」のそれぞれのタイプに分類されたツーリズム資源について調査・研究が進められている。具体的には、郷土料理の一つである“田楽料理”等はこの「歴史掘起し型」のツーリズム資源として分類されている。他にも古くから染色材料として使われてきた紫草（むらさき）の復活栽培への取組等が上げられる。

城下町としての歴史的な文化遺産や恵まれた農村の自然に囲まれた市であることから、古文書の類が多く残されており、日常的に郷土史家の方がその調査研究にあたっている。その一例として、食に関する文献を調査していたところ、武家、庄屋や大きな商家で開かれた茶

会席のメニューが見つかり、季節ごとに細かなメニューが記されていることが分かった。それらを再現するために、以前老舗料亭「吉兆」で働いていた料理研究家中川氏を招いて現代風のレシピにアレンジしたのが、「旬香膳（しゅんかぜん）」と呼ばれる料理である。食材はシイタケや豊後牛等の食材を使った地産地消により、季節によって中身が変わる。現在、市内で5店舗がこのメニューを提供している。共通品目が三つ決められており、それ以外は店の自由採択に任されている。そのため、店舗ごとに料金も異なる。

田楽料理もそういった活動を通じて発掘された料理の一つである。これも、市内各所の料理店で出されているが、よく知られている農村の囲炉裏で焼く形式ではなく、長方形の七輪（正確には田楽火鉢と呼ぶ）を用いて焼く、昔ながらの形式である。その料理方法が判明した経緯は、ある屋敷の床下から出てきた田楽火鉢をもとに調査・研究を行ったことがきっかけとなった。さらには、田楽火鉢を作っていた人物も見つかり、それによって、多くの田楽火鉢が発見されることになった。



(左) 田楽火鉢

また、現在、試みようとしているのが地元の広報誌や古い史料に登場する「頭料理」の再現である。これは大きな魚（オオニベ、アラ等）全体を使った料理で、海水魚が貴重だった竹田地域を中心に食されていた料理である。かつては30kgほどの大きな魚を使っていたとのことである。頭料理は、お祝い事などの日に食された料理であるが、最近の家庭では調理法を知る者も少なくなった。そこで、郷土料理である頭料理の調理法を家庭に伝えるため、若い主婦を対象とした料理教室を開き、地域の食文化を現代の家庭に復活させようとしている。

郷土料理復活の重要な催しものとして、研究所が主催する、一年に一度の「竹田の家庭料理大集合」というものがある。わが家の自慢料理を持ち寄り、試食し合おうというものであるが、これは自分たちの「食」を見つめ直す契機になると同時に郷土料理の掘り起こしにもなる。家庭の中で代々続いている調理法であっても、自分自身ではまったく郷土料理という意識を持たずに作っていることが多く見受けられるのが現状である。また、持ち寄られた家庭料理は、竹田の家庭料理のレシピ集として「公式お料理本」を毎回作成するなど郷土料理復活のための活動を行っている。

このように郷土の歴史を掘り起こしながら現代に通用する郷土料理として、ツーリズム資源に変えていくのが研究所の役割といえる。

2) 取り組みの中心となる人材、及び人材確保・育成手法

研究所は、竹田市助役も兼務している「所長」1名と19名の「研究員」で構成されている。19名の内訳は、市民研究員(9名)、職員研究員(10名)である。また計画的に長く指導してもらうために研究所の職員とは別に研究員OBや県職員で構成される「アドバイザー」が20名おり、他にも研究所の事業等に関わりがあった方々も「特派員」として28名関わっている。そして事務局として専任職員1名、兼務職員1名、臨時職員2名の計4名が活動している。半官半民での取り組みであるため市の職員と地元市民と一緒に協力して取り組んでいる。

また、農産品加工所の「みらい香房『若葉』」などは地元の女性たちによって結成された「若葉会」が関わるなど、市民・地元農家・JA・自治体が連携して全体で人材の確保や育成にあたっている。

3) 関係者の合意形成手法

研究所は、もともと平成元年、「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」(以下「実行委員会」という。)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。この実行委員会がベースとなって、平成9年、市は観光推進計画を策定し、翌年に研究所を立ち上げたのである。研究所についても実行委員会と同様に半官半民で組織されており、実行委員会のメンバーと何人かが重複している。(研究会のメンバーは19人、プラス事務局4人)。研究所と実行委員会の大きな違いは、調査活動だけでなく、調査活動を基に“ツーリズム”の活動を軸とした具体的な施策を行っている点である。

“ツーリズム”推進のための戦略として、竹田市を6つの地区に分類し、城下町地区：竹田地区と5つの農村地区：入田(にゅうた)地区、宮砥(みやど)地区、嶺岳(うばだけ)地区、宮城(みやぎ)地区、城原(きばる)地区からなる合計6つのツーリズム推進地区を設定し、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。

竹田市九重野(くじゅうの)地区における集落の合意形成手法

エコミュージアム構想の「ツーリズムを支える産業の再生」の中に九重野地区で取り組まれている「集落営農」が挙げられている。九重野地区は、農村型ツーリズム推進地区の1つである宮砥(みやど)地区の中に含まれ、祖母山の南麓、標高400~500メートルに位置する典型的な中山間地域である。当地区は、農家の半分近くを高齢者世帯が占めており、農地も狭小で急傾斜地が多いことから、効率的な農業経営は難しく、集落の崩壊すら危惧されていた。

しかし、平成5年から始まった「基盤整備事業」を契機に、農地を集積して地域営農に取り組むことで、地域農業を活性化させることに成功している。農地の集積に関しては農地所有者の合意をいかに形成するかが課題となるが、この九重野地区においては、基盤整備事業を通じて「換地」がなされ、飛び地が散在する複雑な農地所有関係の抜本的な整理が行われたのである。課題を克服できた要因として、地域内の農家全てが地元神社の氏子であったことに加え、地域の伝統文化の一つである独特の「盆踊り」の継承等を通じて地域内の人間関

係、共同体意識が再形成されていたことがあげられる。また、この換地実現に重要な役目を果たしたのが、地区の中心人物である後藤生也氏である。後藤氏は、九重野地区内の久小野集落に住む農家で、若い頃は竹田地区の青年連合会会長を務め、その後市議会議員も務めた。後藤氏は、盆踊りの継承においてもリーダーとして指導にあたっており、換地の実践に際しても、各戸を訪問し、1戸1戸説得して回っている。こうした地域内のリーダーによる地道な努力の成果が、今日の九重野地区の集落営農の基盤を作りあげている。

平成6年には「九重野地区担い手育成推進協議会 事務局長 後藤生也氏（当時）」が結成され、大豆やソバの集団転作をはじめ、精力的な農家を中心とした受託組合の結成、さらには当該組合に作業等を委託させる仕組みも作られた。また、生産調整で生産量が減少していた米作りについても、裏作に菜の花を植えることで土を肥えさせ、減農薬・有機肥料米として付加価値を高めることに成功している。このような地域全体の合意に基づく取り組みにより、土地利用率は大幅に向上し、耕作放棄地が見られた農地も2001年には耕作放棄率ゼロを達成した。

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。しかし、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になっている。

竹田市九重野地区にみる「中山間地域等直接支払制度」の活用

同地区では、既に換地を通じて平成8年、「九重野地区担い手育成推進協議会」を結成し、地域営農の基礎が形成されていたことから、平成12年度から始まった中山間地域等直接支払制度（以下「制度」という。）を受けるための集落協定もスムーズに進み、7集落111戸の全農家の参加が実現した。対象面積は135haであり、今後、当該農地に対して年間約2,100万円の交付金が平成16年まで5年間、支払われることとなった。

また、九重野地区では、この制度の適用を機に、農地の所有権と利用権を完全に分離し、その利用権を担い手育成推進協議会に「出資」することで、その出資分に応じた借地料を受け取れるシステムを確立した。

5) 農産物の生産・加工・販売手法

竹田市農村地区では、生産を手助けする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、農産品加工や販路開拓を行い、積極的な「地産地消」に向けた取り組みが行われている。具体的には2つの取り組みがあり「竹田市わかば農業公社」の取り組みと「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”への取り組みである。

「竹田市わかば農業公社」の取り組み

平成7年に、竹田市と大分みどり農協が出資して作られたのが、社団法人「竹田市わかば農業公社」（以下「農業公社」という。）である。取り組んでいる事業は大きく分けると3

つあり、1 つ目は、農家の高齢化による田畑の荒廃を防ぐため、そのような田畑の農作業を受託することにより、もとの農地に回復させる事業である。2 つ目は、農産物の販売委託である。具体的には、アンテナショップとして農産物の販売拠点を作り、直販形式の店舗を持つというものである。3 つ目は、農業公社に隣接している「道の駅竹田」事業がある。これら 3 つの事業を大きな柱として取り組みを行っている。その他にも新規就農者への支援活動や農業用施設の貸し付けなどに取り組んでいる。農業公社の事務局スタッフは、現在 9 名で、竹田市やみどり農協との兼務職員が 6 名、専任が 3 名である。

1 つ目に取り組んでいる農作業の受託事業に関して、特に山間部の田畑については、農地の整備ができておらず、棚田や段々畑がほとんどを占めている。そのため、高齢者になればなるほど、農作業がきつく、耕作放棄が進行していた。当初は、水田の農作業を「耕起」、「荒代」、「植え付け」、「除草」、「刈り取り脱穀・コンバイン」など作業別に分けて行っていた。受託料金も、作業別に決められており、10 アール当たり「耕起」が 5,000 円、「植え付け」が 9,000 円、「刈り取り脱穀・コンバイン」が 16,000 円となっていた。ところが、今現在では、そのような農作業別に委託するのではなく「耕起」から「刈り取り脱穀・コンバイン」までを任せたいという農家が増えてきており、平成 17 年度で、委託を受けた農地が 40ha となり広範な耕地を管理している。受託事業は農業公社の兼務職員が当たっているのだが、特に植え付け、刈り取りの時期は、その日の天候次第で複数の田畑の農作業が重なってしまうことがある。同じ日でなければ、現在の受託面積の農作業は兼務職員だけで行うことができるが、複数の田畑の農作業が重なってしまう場合は、農業公社の全職員が総出で作業に当たらなければならない。この受託事業は、今後も増大していくことが予想されるので、このような場合の農作業人員の確保が今後の課題となっている。

2 つ目に取り組んでいる農産物の販売委託に関しては、アンテナショップの運営は、農業公社が行っているのだが、下部組織として「竹田市アンテナショップ協議会」（以下「協議会」という。）が作られており、その事務局を農業公社が担当する形がとられている。アンテナショップとは、いわゆる農産物の直売所だが、現在、竹田市内に 4 店舗、大分市内に 10 ヶ所（スーパーなどの一角に出店する形式）、三重町内に 1 ヶ所、臼杵市内に 1 ヶ所ある。出品を希望する農家は、この協議会に、出資金 1,000 円、年会費 1,500 円、バーコード登録料 1,500 円を支払って加入しなければならない。現在の会員数は 650 名である。販売されている商品は、米、野菜、果実といった農作物から、宮砥（みやど）地区、宮城（みやぎ）地区、城原（きばる）地区等に計 15 ヶ所ある加工所で生産される餅、饅頭、豆腐、油揚げ、漬物、味噌などの農産物加工品も出品されている。全ての商品は個人のもつバーコードによって管理されており、会員となった生産者は、出品したい商品を集荷所に持ち込むことになる。毎朝、7 時半までに持ち込み、バーコードでチェックされ、各店舗ごとに区分けされる。出品された商品をトラックで運ぶことになるが、帰りのトラックでは、売れ残った商品を持ち帰ってくる。これらもバーコードでチェックされ、翌日、出品した生産者が自ら持ち帰らなければならない仕組みとなっている。商品の価格は生産者が自分で付けるので、ひとつの野菜、果物などでもまちまちであるが、価格の高騰や暴落がないかぎり価格差はそれほど大きくないという。少々値段が高くて人気のある生産者の商品から売れていく傾向があるため、そうでない生産の商品は売れ残ってしまうこともある。協議会側が手数料としてとるのは一律、価格の 20%と

なっている。現在、アンテナショップでの売り上げは約5億円である。



(上左) 農産物、農産物加工品直売所 (アンテナショップ)



(上右) 集荷所

「道の駅竹田」は、農業公社の敷地内に置かれている。民芸館、レストラン、農産物直売所 (アンテナショップ) などの建物が並び、休日ともなれば車で訪れる家族連れで賑わうことになる。レストランなどで働くパート職員は10名であり、民芸館は8名となっている。民芸館では、木工体験ができるが、主に伝統的な木工品である昔ながらの竹製の雛人形などを製作し、販売している。また、正月のしめ縄作りも行なっている。



(上左) 「道の駅竹田」



(上右) 竹製の雛人形

グリーン・ツーリズムと連携した農産物の加工および販売の取り組み

農業公社の実施しているアンテナショップ運営の中で、重要な役割を果たしているのが農産物加工所「みらい香房『若葉』」(会長 後藤生也氏)である。前述の九重野地区では、大豆、そば、タバコ、シイタケ、野菜などを作っているのだが、特に大豆、そばは昔から作ってきた。それらを使って自家製の味噌などを作っているが、昔から作ってきた大豆をより生かしてゆく方法はないかと検討した結果、地元産の大豆を使って、新たな商品開発に取り組んだのが、この農産物加工所「みらい香房『若葉』」である。

まず、平成10年5月に地元の女性たちによって女性協議会「若葉会」が結成された。目的は、地元産の材料を使った商品開発に取り組みそれらの商品を媒介として都市住民との交流を図ろうというものである。平成14年、木造平屋205㎡、農産物加工室4室、研修室1室か

らなる「みらい香房『若葉』」が完成し、青大豆豆腐、豆乳、味噌、コンニャク、そば、菓子などの農産物加工商品が開発された。ここでは加工品製造の工場としてだけでなく、グリーン・ツーリズムの交流拠点の役割も担っている。青大豆を使った豆腐、豆乳は地元産農産物から作られているということで人気が高く、農業公社のアンテナショップだけでなく、福岡市の三越デパートなどにも出荷している。青大豆を使った豆腐は、1日約200丁製造されている。現在、「エノハズシ」という、この地域の特産物であるヤマメ（エノハ）を使った押し鮓を開発中で、パッケージも完成した。パッケージには、九州大学が味覚センサーで分析した味覚データを盛り込み、お客様が視覚的に味を類推しやすいようにしている。



(左)みらい香房「若葉」

郷土料理によるグリーン・ツーリズムと連携した取り組み

<神の里交流センター「緒環（おだまき）」の事例>

竹田市街から車で25分ほど南へ向かうと、神原（こうばる）という地域がある。地域の主な産業は、かつては林業であった。林業関係の作業所が建てられ、100人以上の林業労働者が出入りしていた。ここでは昔からの民宿が2軒あり、もともとは林業労働者が多く宿泊していたが、最近では登山客、観光客が宿泊するようになっている。平成13年に研究所が、グリーン・ツーリズムと連携した神原地区の活性化を計画し、長崎県の西海町に「ふるさと薬膳」の視察に出掛けたり、大学教授を招いての“ツーリズムによる地域づくり”研修等を行った。その結果、地元を紹介した「山神の里 神原マップ」の作成や神原川を中心とした、川づくりを目的とした「神原川エコリバー計画」を策定した。

平成14年には、神原地区の集落内にある4軒の農家が農村民泊をスタートさせた。これには同年3月、大分県が「農泊を旅館業法上における簡易宿所として認可し、農家と宿泊客と一緒に調理・飲食する場合は客専用の調理場は不要」という全国初のグリーン・ツーリズムに関する運用の緩和を行ったことが影響している。農家の方たちが特に力を入れたのが、宿泊客に対するシイタケなどの収穫体験や、農家ならではの食事の提供である。

平成16年7月には、神原地区のグリーン・ツーリズム活動の拠点として、神の里交流セン

ター「緒環」が作られた。敷地面積 1,736 m²で、木造平屋建ての内部には、食事の提供室（いわゆる食堂）、販売・情報コーナー、木工体験室（研修室）、トイレ・シャワー室が完備されている。また、付属の施設として炭焼窯も 1 基作られた。開設してすぐに催された「秋の神原溪谷と神々の秘境料理の旅」という一泊二日の体験ツアーの内容を見てみると、1 日目の夕食と交流会が「緒環」で行なわれ、翌日の竹炭加工などの木工体験が木工体験室で行なわれている。募集人員は 40 名だったが、すぐに定員一杯の応募があった。

この緒環は、運営委員会によって管理されているが、独立採算性になっており、運営委員会の構成員は、神原地区の二つの自治会の全世帯によって構成されている。

この緒環で力をいれている商品が、レストランで提供している「薬膳料理おだまき」である。季節によってメニューは異なるが、地産地消を基本としており、オープン前には薬膳料理の専門家を招いてメニューを作ってもらい、緻密なレシピを作成した。このレシピには、その季節に採れる野菜が主となるが、もし必要な食材が手に入らなかった場合の代替案もきちんと決まっている。例えば、生シイタケが手に入らなければ、生のマッシュルームで代替すること等である。また、冬のメニュー例は、えのは（ヤマメ）の南蛮漬け、黒豆なます、旬菜の天ぷら、旬菜の炊き合わせ、山菜の梅肉和え、香の物などである。効用についても「手足がしびれることがある、目が疲れやすい、少しのことで怒りっぽい方に」と書かれている。厨房で働く女性が、お客様に対してメニューの説明を行なうが、これが丁寧で実に分かりやすいと好評である。最近では、神原の体験教室を目的に沖縄の高校生が修学旅行にやって来るようになった。宿泊施設からバスで訪れ、魚釣りや炭焼などを体験し、緒環で食事をするコースになっている。休日ともなれば、修学旅行生と同じように福岡県や宮崎県から車で家族連れが訪れ、緒環で食事をして、周囲を散策していくことになる。



(上) 薬膳料理おだまき

<神原地区の「農泊やりさん」の事例>

現在、神原地区には 4 軒の農泊と 2 軒の民宿がある。夕飯は緒環でとり、朝食は宿泊先で出される。このシステムは、夕飯に何を出すかで頭を悩まされることもなく、農泊を経営する側には大変好評である。これらの農泊、民宿は、グリーン・ツーリズムと連携することで、

いろいろな「体験メニュー」を提供している。ほとんどの農家では、シイタケ栽培を行っており、シイタケの収穫体験ができるようになっている。また、近くには、森林もあるので、木工体験もできる。具体的には、薄い板を好きな形に切り揃えて木製のハガキを作成する体験や、緒環の窯で焼かれた竹炭を、ヤスリで磨き上げて作るペンダントなどがある。これらの体験の内容は、農家が独自に考え出すことも多く、その事例として「農泊やりさん」では、自ら加工所を所有し、シイタケを使った料理や加工品を開発しており、そうした加工品の製造体験も行なっている。シイタケを海苔状にして作るシイタケ巻、シイタケを練り込んだうどんなどである。

現在、農泊に関しては、市の観光課が窓口となって紹介する形をとっている。ただし、一度泊まったことのあるリピーターは直接連絡を取り合っている。



(上左) 神原地区の農村風景



(上右) 「農泊やりさん」のご主人と奥さん

6) 地域ブランド化手法

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。また、農産物販売価格の決定も生産者個々に任されているので、マークが付いているから他の非認証農産物よりも高い価格が設定できるとも限らない。ただし、同じ商品が、同じ価格で並んでいる場合にはマークのある商品から売れていく傾向はある。農業公社でも、現在、「わかばマーク」の認証による地域ブランド化の促進に関しては、検討している最中であり、例えば、申請等が煩雑なため現状ではなかなか増えていないので手続きをもう少し簡易にするなどについて検討している。

竹田市での「豆腐田楽」や「みらい香房『若葉』」の「青大豆豆腐」、神原地区の「緒環」における薬膳料理等は、固定客となるファンもいて、地域ブランドとして確立しつつある。提供地域や提供数量の限定性がさらに地域ブランドとしての付加価値を生んでいる。今後、更なる地域ブランドとしての確立を目指すためには、商品の生産量を増やすための1次産業、及び2次産業（特に1次産業）の強化が求められる。

また同時に商品開発やメニュー開発の際に一緒になって協力してくれた料理研究家や専門家の視点からの新しく斬新な商品開発やメニュー開発を継続的に実施していくことで郷土料

理の商品価値を高めていく取り組みも必要となっている。

4. 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」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ため各地区の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ると思われる。