

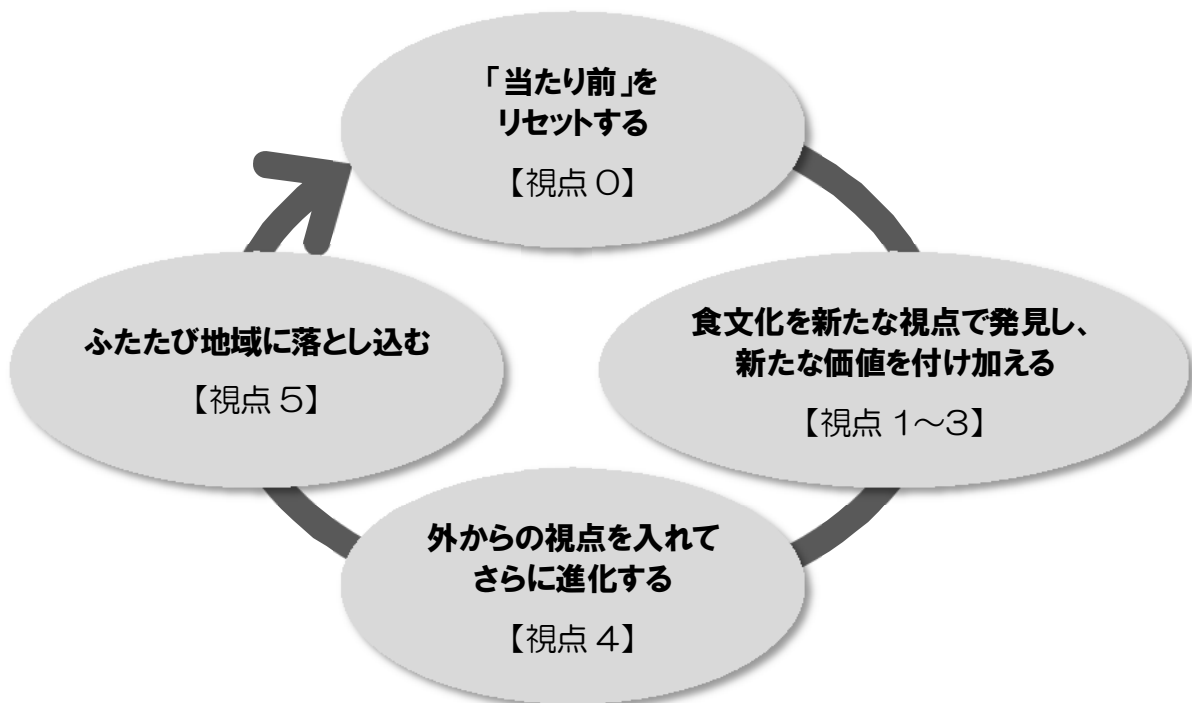
第2部 ヒント！実践編

「ヒント！実践編」のはじめに

■5つの視点

第2部では、第1部で見てきた各地の取組事例を踏まえ、食を活用した地域活性化に向けて押さえるべきポイントを、以下のとおり5つの視点として整理しました。詳しくは、26ページ以降で説明します。

- 【視点0】地域の食文化の重要性への気づき
- 【視点1】「食」のプロセス全体を可視化
- 【視点2】地域食文化のクリエイティブデザイン
- 【視点3】食文化全体のイーティングデザイン
- 【視点4】国内外のマーケットの中での価値
- 【視点5】食文化の共有と継承のための仕組みづくり



■ チェックシートに記入してみよう

上記の視点を具体的な取組として実践するためのチェック項目を、さらに視点ごとに3～6つのチェック項目として設定しました。それをチェックシート形式にしたのが、次ページの「食文化を活用した地域活性化のナビゲーション チェックシート」です。

これから食文化を活用して地域活性化に取り組もうという方も、既に取り組んでいる方も、まずはこのチェックシートを活用して、ご自身の地域の取組の現状を把握してみましょう。

なお、本チェックシートは、以下のURLに掲載しておりますので、ダウンロードの上、ご活用ください。

▼食文化を活用した地域活性化のナビゲーション チェックシート
[http://www.maff.go.jp/j/kanbo/index.html/・・・\(仮\)](http://www.maff.go.jp/j/kanbo/index.html/・・・(仮))

食文化を活用した地域活性化のナビゲーション チェックシート

本チェックシートは、地域の「食文化」に気づいたきっかけや気づきのきっかけとなった外部の視点など、食を活用した地域の活性化にこれから取り組み方や、さらなるステップアップを目指す方のための、ナビゲーションシートです。

視 点		チェック項目
「当たり前」をリセットする	【視点0】地域の食文化の重要性への気づき (活用する地域の食文化が何かを再認識する) <ねらい> ・活用しようとする地域の食文化がどういったものであり、それに気づいたきっかけが何かを確認する。	1 食文化で地域を活性化しようと考えたきっかけは何ですか？
		2 あるもの探しをして眠っている食文化があることに気づきましたか？
		3 その気づきをまずどのように活用したいと思いましたか？ (初期段階の企画・アイデア)
		4 その気づきをまずどのような地元のステークホルダー(関係者・機関)と共有しましたか？
食文化を新たな視点で発見し、新たな価値を付け加える	【視点1】「食」のプロセス全体へのまなざし (食材→(加工)→料理までのプロセスを見える化する) <ねらい> ・消費者の納得、信頼、関心が得られるよう、商品づくりの過程を明確にしているかを確認する。	5 食材の来歴・由来を意識していますか？
		6 地産地消していますか？
		7 在来品種を活用していますか？
		8 地域の食材を地域で加工していますか？ (地域内での付加価値化・6次産業化)
	【視点2】地域食文化のクリエイティブデザイン (地域の固有性のある食文化に、新たな付加価値を創造する) <ねらい> ・地域にある様々な資源の中から「食」に関するものを取り上げ、地域活性化の柱としているかを確認する。	9 原材料の生産から加工までの過程を見える化する工夫をしていますか？
		10 伝統的な地域の食文化に、現世代としての工夫を加え、新たな付加価値を創造していますか？
		11 地域の自然や景観、環境の価値を見出し、それをどのように引き出そうとしていますか？
		12 食にかかわる地域の祭や行事等の価値を見出し、それをどのように引き出そうとしていますか？
	【視点3】食文化全体のイーティングデザイン (「食べ物」だけでなく「作法」や「食器」等の食をめぐる多様な文化とセットで評価する) <ねらい> ・地域活性化に活用する「食」を、料理単品としてではなく、作法や食器等食に付随する様々なものと一体でプロデュースしているか確認する。	13 食文化の一部としての「おもてなし」をどのように取り入れていますか？
		14 食文化の一部としての作法や地元の歴史的風習などをどのように取り入れていますか？
		15 「食器」やその他の伝統工芸品と「食べ物」をどのように取り入れていますか？
		16 食の「空間」や「しつらい」をどのように工夫していますか？
外からの視点を入れてさらに進化させる	【視点4】国内外のマーケットの中での価値 (地域外の目、海外の目を触媒として食文化の価値を増幅させる) <ねらい> ・地域の中では気付かない地域の良さに気づき、それを地域活性化に活用するため、地域外との接点や地域外の評価を把握する体制があるか確認する。	17 国内の他地域(又は消費地・消費者)に対して情報発信をするとともに、評価を受けるための工夫をしていますか？
		18 海外に対して情報発信をするとともに、評価を受けるための工夫をしていますか？
		19 観光業界や流通業者等と連携するなど、地域の食文化を日本全国に広げるための工夫をしていますか？
		20 海外拠点の整備や外国人料理人の育成など、食文化を海外に広げるための工夫をしていますか？
ふたたび地域に落とし込む	【視点5】食文化の共有と継承のための仕組みづくり (食文化の発信を契機として、自己変革へとつなげる) <ねらい> ・持続的な取組となるよう、取組を始めたことによる地域の自己変革や食文化が地域で文化として定着しているか、人材育成の仕組みがあるかなど、取組の成果が地元還元されているかどうかを確認する。	21 地域に食文化が根付き、それが誇りとなるよう、気づいた食文化の価値を地域内でどのように共有していますか？
		22 食文化を通じて地域や家族の絆を深める工夫はありますか？
		23 学校等の教育現場や地元店舗(レストラン・直売所等)と連携するなど、食文化の継承のための仕組みがありますか？
		24 食文化の継承に向けて、教える側(食文化の提供側)の人づくりのための仕組みはありますか？
		25 食文化の継承に向けて、食する側(食文化の需要側)の人づくり(次世代の舌づくり)のための仕組みはありますか？
		26 「食文化の継承」を人づくりの一環と捉え、食育に活かしていますか？

■ 大切なのは、自己診断によって地域の現状を客観的に把握すること

チェックシートに記入すると、たくさん書き込めるところと、あまり書き込めないところがあるかと思います。チェックシートは全ての項目を記入することが目的ではなく、大切なのは、地域の強み・弱みを把握することです。現時点でできていることや、まだ取組の余地のあるところを客観的な目で俯瞰しましょう。

■ 地域の事例から、ヒントを得る

チェックできなかった項目に取り組むためのヒントとして、チェック項目ごとに、第1部の「事例編」で紹介した国内外の地域の事例から得られた成功のポイントをご紹介します。

それぞれの地域の、具体的にどのような取組が功を奏したか、どうやって解決したのか、そのヒントを見つけてみてください。次ページ以降に、成功のポイントの目次で索引できるようにしていますので、ご活用ください。

「ヒント！実践編」 目次

視点0 地域の食文化の重要性への気づき (p27)

チェック 1	食文化で地域を活性化しようと考えたきっかけは何ですか？(p27)	事例からの ヒント p27～
チェック 2	あるもの探しをして眠っている食文化があることに気づきましたか？(p27)	
チェック 3	その気づきをまずどのように活用したいと思いましたか？ (初期段階の企画・アイデア)(p27)	
チェック 4	その気づきをまずどのような地元のステークホルダー(関係者・機関)と共有しましたか？(p27)	

視点1 「食」のプロセス全体へのまなざし (p33)

事例からのヒント

チェック 5	食材の来歴・由来を意識していますか？(p33)	p33～
チェック 6	地産地消していますか？(p35)	p35～
チェック 7	在来品種を活用していますか？(p37)	p37～
チェック 8	地域の食材を地域で加工していますか？ (地域内での付加価値化・6次産業化)(p39)	p39～
チェック 9	原材料の生産から加工までの過程を見える化する工夫をしていますか？(p42)	p42

視点2 地域食文化をクリエイティブデザイン (p43)

事例からのヒント

チェック 10	伝統的な地域の食文化に、現世代としての工夫を加え、新たな付加価値を創造していますか？(p43)	p43～
チェック 11	地域の自然や景観、環境の価値を見出し、それをどのように引き出そうとしていますか？(p46)	p46～
チェック 12	食にかかわる地域の祭や行事等の価値を見出し、それをどのように引き出そうとしていますか？(p48)	p48～

視点 3 食文化全体のイーティングデザイン (p50)

事例からのヒント

チェック 13	食文化の一部としての「おもてなし」をどのように取り入れていますか？ (p50)	p50
チェック 14	食文化の一部としての作法や地元の歴史的風習などをどのように取り入 れていますか？(p51)	p51
チェック 15	「食器」やその他の伝統工芸品と「食べ物」をどのように取り入れています か？(p52)	p52～
チェック 16	食の「空間」や「しつらい」をどのように工夫していますか？	p54

視点 4 国内外のマーケットの中での価値(p55)

事例からのヒント

チェック 17	国内の他地域(又は消費地・消費者)に対して情報発信をするとともに、 評価を受けるための工夫をしていますか？(p55)	p55～
チェック 18	海外に対して情報発信をするとともに、評価を受けるための工夫をしてい ますか？(p62)	p62～
チェック 19	観光業界や流通業者等と連携するなど、地域の食文化を日本全国に広 げるための工夫をしていますか？(p64)	p64
チェック 20	海外拠点の整備や外国人料理人の育成など、食文化を海外に広げるた めの工夫をしていますか？(p65)	p65

視点 5 食文化の共有と継承のための仕組みづくり(p66)

事例からのヒント

チェック 21	地域に食文化が根付き、それが誇りとなるよう、気づいた食文化の価値 を地域内でどのように共有していますか？(p66)	p66～
チェック 22	食文化を通じて地域や家族の絆を深める工夫はありますか？(p68)	p68
チェック 23	学校等の教育現場や地元店舗(レストラン・直売所等)と連携するなど、 食文化の継承のための仕組みがありますか？(p69)	p69～
チェック 24	食文化の継承に向けて、教える側(食文化の提供側)の人づくりのための 仕組みはありますか？(p72)	p72～
チェック 25	食文化の継承に向けて、食する側(食文化の需要側)の人づくり(次世代 の舌づくり)のための仕組みはありますか？(p74)	p74
チェック 26	「食文化の継承」を人づくりの一環と捉え、食育に活かしていますか？ (p76)	p76

視点 0 地域の食文化の重要性への気づき

食文化を活用している事例では、自らの食文化を考える「きっかけ」があります。この“きっかけ(気づき)”は、スタート時点で既に持っている場合もありますが、他との交流から刺激を受けて気づく場合、取組を進めていく途中で再認識する場合など一通りではありません。取組のどの段階における“気づき”であっても、それを発展のチャンスと捉え、地域の振興や活性化に役立てていくことが重要となります。

チェック 1	食文化で地域を活性化しようと考えたきっかけは何ですか？ 地域の食文化を考えるに至った“きっかけ”を確認するものです。ここでは、取組の途中や、取組んだ結果、新たな価値や意義を再認識した“きっかけ”も含みます。
チェック 2	あるもの探しをして眠っている食文化があることに気づきましたか？ あるもの探しを行い、そこで気づいた価値(眠っていた食文化)は何だったのか、それらは、今後の展開において、どのような可能性を期待させるものであったかを確認します。
チェック 3	その気づきをまずどのように活用したいと思いましたか？(初期段階の企画・アイデア) “気づき”を、具体的に何に活用したいと思ったか(活用したか)を確認します。
チェック 4	その気づきをまずどのような地元のステークホルダー(関係者・機関)と共有しましたか？ 実際の活用には、その取組に必要となる地元関係者の確保が必要となります。ここでは、このような関係者の確保、連携の仕組みの構築の有無を確認します。

■視点(0)地域食文化の重要性への気づき

●小浜市

1 食文化で地域を活性化しようと考えたきっかけは何ですか？

当時の市長が「食」を中心に据えたまちづくりを宣言しました。

2 あるもの探しをして眠っている食文化があることに気づきましたか？

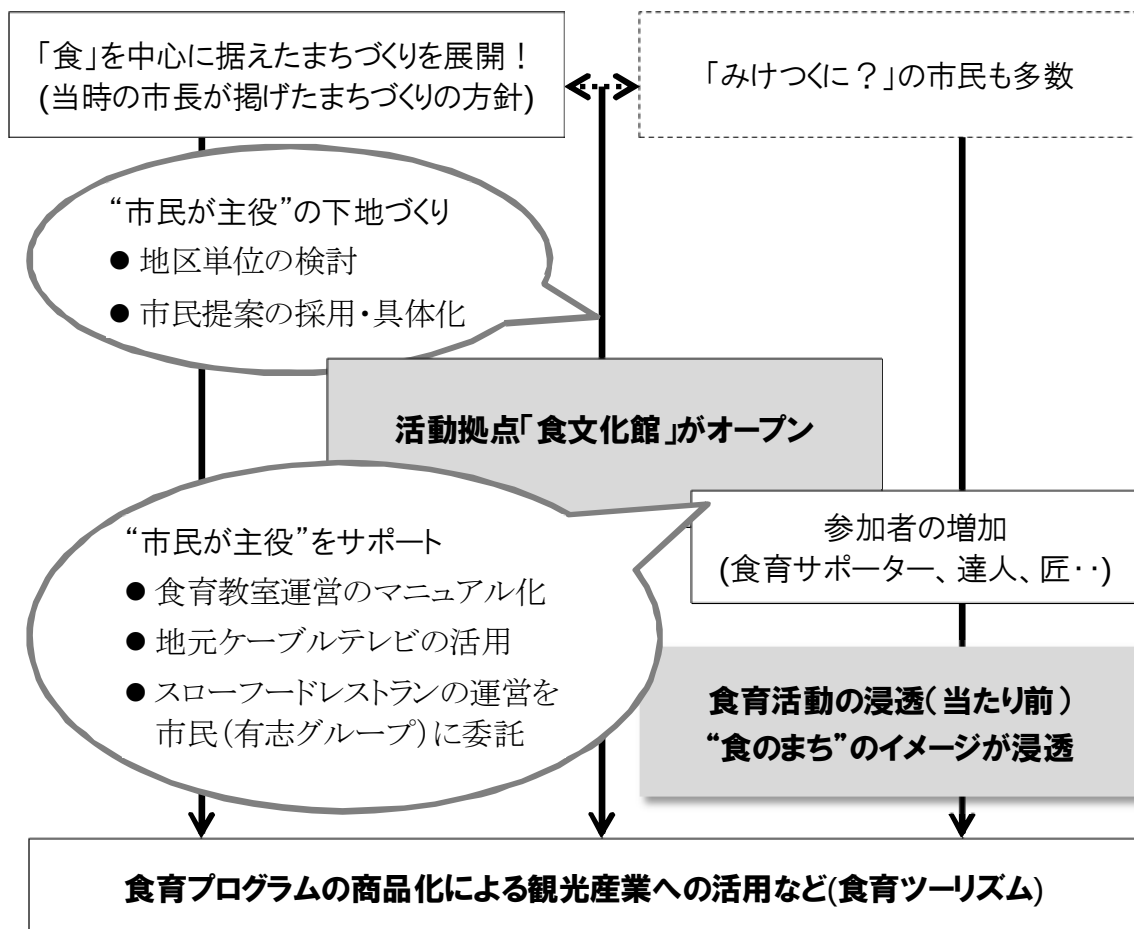
市民が“食育”に関心を持つようになり、“食のまち”のイメージも浸透しました。

3 その気づきをまずどのように活用したいと思いましたか？(初期段階の企画・アイデア)

各種の食育プログラム等で浸透した“食のまち”のイメージを、地元観光への振興などに活用すべきと考えました。

4 その気づきをまずどのような地元のステークホルダー(関係者・機関)と共有しましたか？

取組当初の校区単位の市民協議や、食育プログラムなどを支える市民ボランティア、小浜の食を支える料理人や食の達人・食の語り部の認定、地元農家や観光業界の連携など、随時、参画者を拡大させています。



●一関市

1 食文化で地域を活性化しようと考えたきっかけは何ですか？

もち米の地産地消、もち食文化の継承が課題となっており、有志の研究者・事業者が検討を開始しました。

2 あるもの探しをして眠っている食文化があることに気づきましたか？

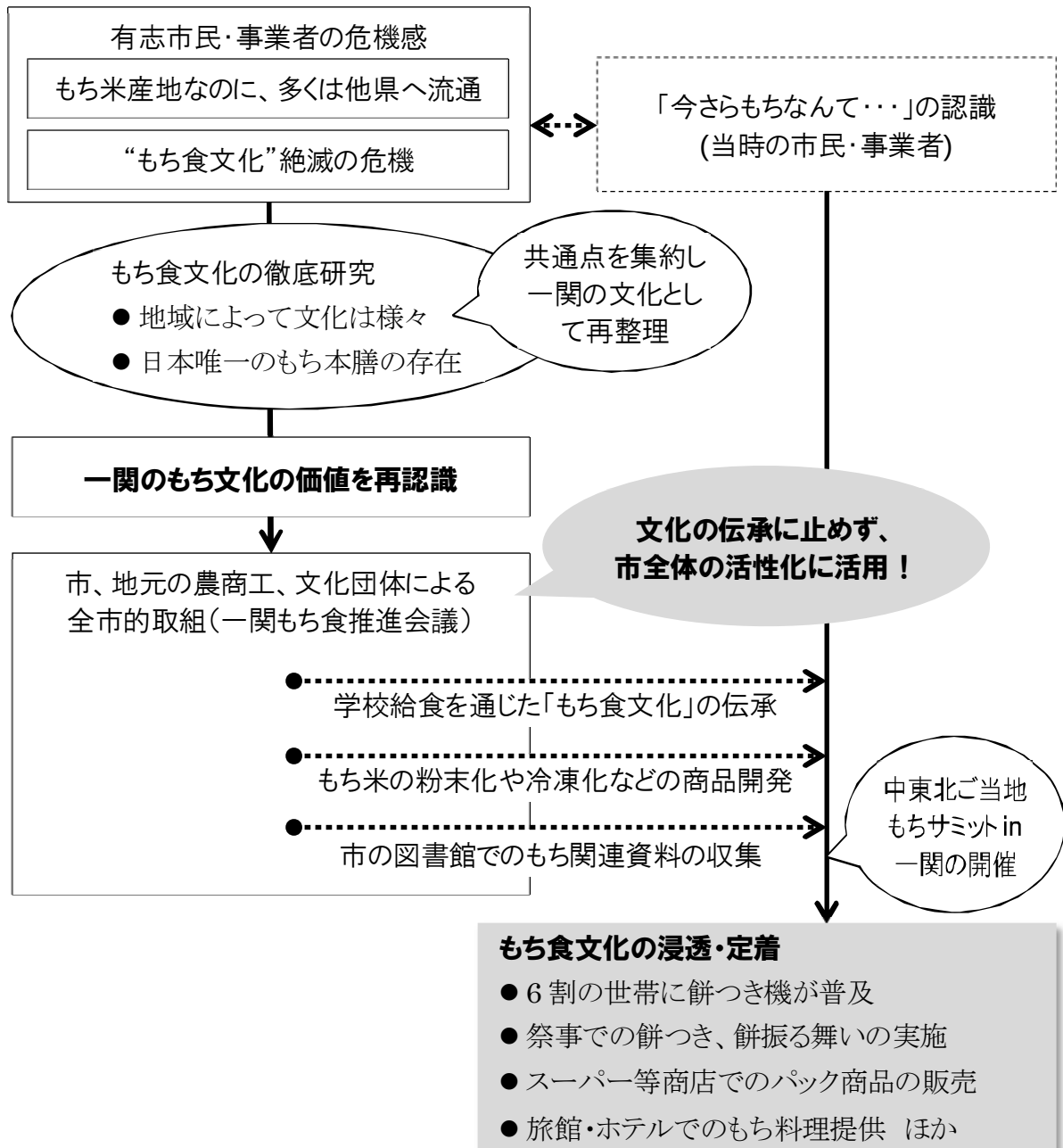
地域ごとの固有のもち食、日本唯一のもち本膳など、一関が持つ多様なもち食文化の存在を確認しました。

3 その気づきをまずどのように活用したいと思いましたか？(初期段階の企画・アイデア)

食文化の継承活動や各種の食育プログラム・イベント実施等で浸透した“食のまち”のイメージを、地元観光及び商業への振興などに活用すべきと考えました。

4 その気づきをまずどのような地域のステークホルダー(関係者・機関)と共有しましたか？

取組当初の文化団体、飲食店、関係事業者、継承の担い手となる栄養士や学校給食関係者、さらには地元農家、商工団体、他地域の関係者などを確保しています。



■視点(0)地域食文化の重要性への気づき

●久慈市山形町

1 食文化で地域を活性化しようと考えたきっかけは何ですか？

当時の村長が、住民が誇りを持てる村づくりを宣言しました。

2 あるもの探しをして眠っている食文化があることに気づきましたか？

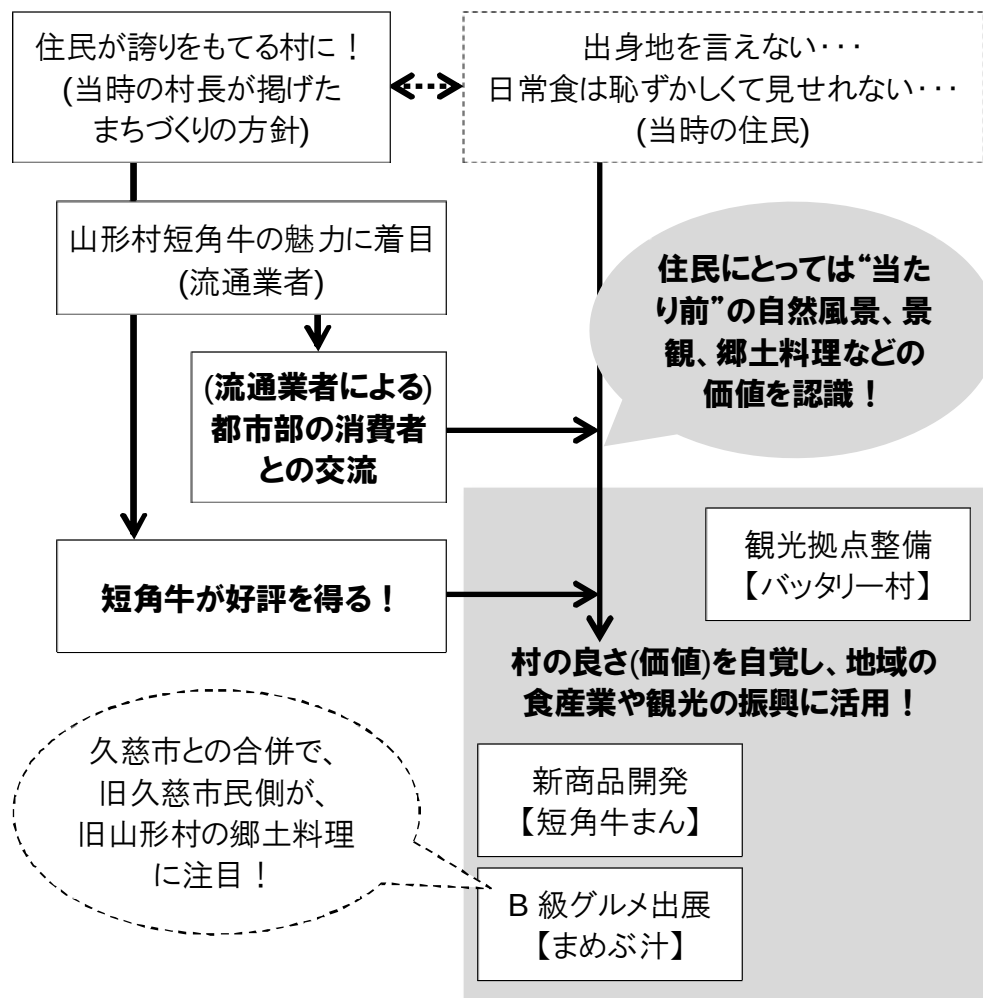
住民にとって“当たり前”であった自然環境や景観、郷土料理などが他地域の人にとって価値があることに気づきました。

3 その気づきをまずどのように活用したいと思いましたか？(初期段階の企画・アイデア)

山形村短角牛の成功をバネに、地元の観光、新商品の外部発信などに活用しました。

4 その気づきをまずどのような地元のステークホルダー(関係者・機関)と共有しましたか？

短角牛の肥育農家と、流通業者からスタートし、地産地消のための加工業者、観光施設、郷土料理を広めるボランティア団体などを拡充してきました。



●西米良村

1 食文化で地域を活性化しようと考えたきっかけは何ですか？

過疎化対策の一環として、田舎レストラン等の観光事業を開始しました。

2 あるもの探しをして眠っている食文化があることに気づきましたか？

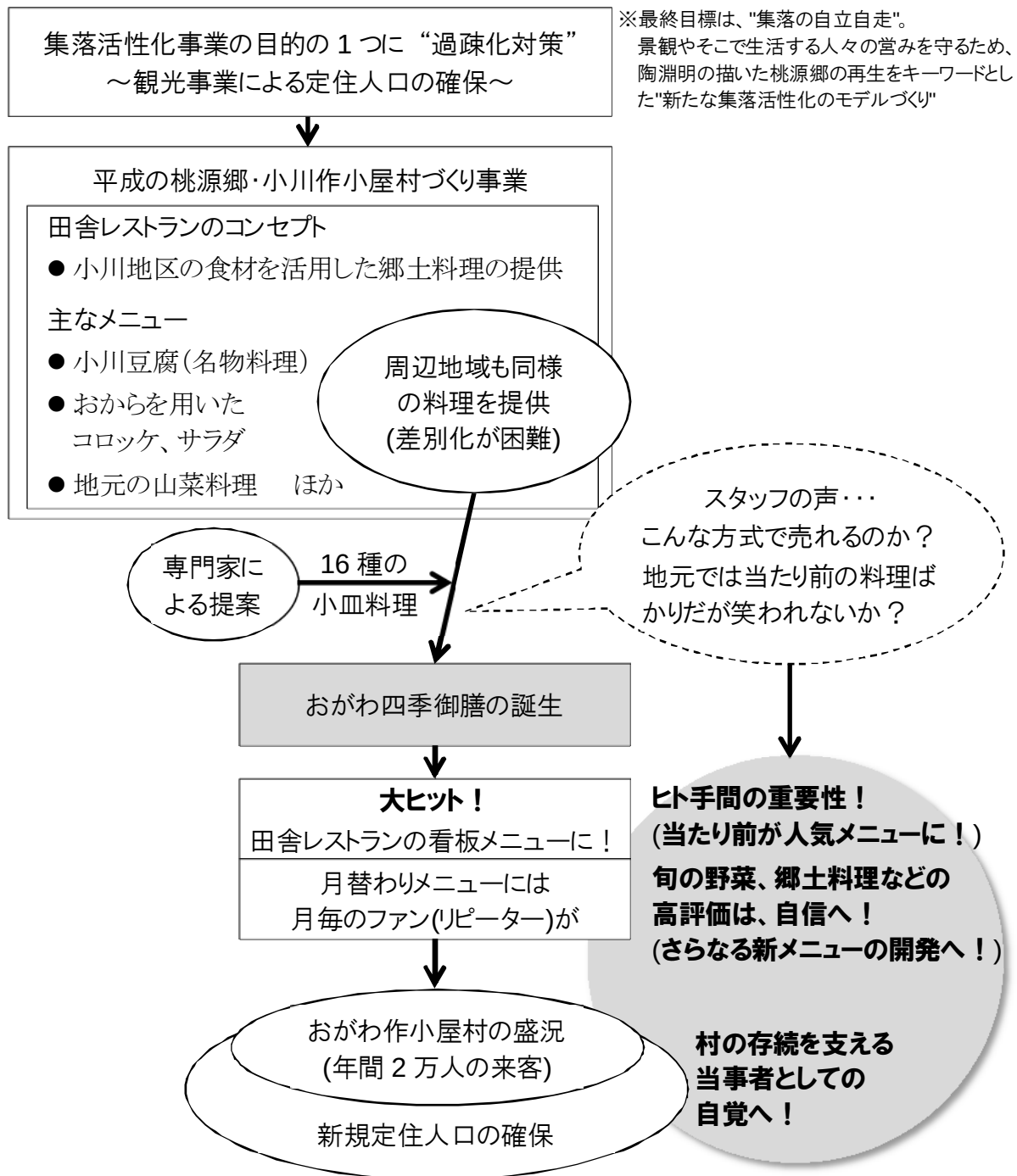
“おがわ四季御膳”のヒットを通じ、田舎の伝統的な生活の仕組みが観光面で価値があることに気づきました。

3 その気づきをまずどのように活用したいと思いましたか？(初期段階の企画・アイデア)

田舎レストランを含めた観光事業の目的が、定住人口の確保（過疎化対策）でした。

4 その気づきをまずどのような地元のステークホルダー(関係者・機関)と共有しましたか？

田舎レストランの運営には欠かせない、地元農家（食材提供者）や、他地域の食品加工業者（アイスクリーム）などを確保しました。



■視点(0)地域食文化の重要性への気づき

●石川県

1 食文化で地域を活性化しようと考えたきっかけは何ですか？

県は、加賀百万石の歴史を有する石川の食の販路を、海外に求める戦略を立てました。

2 あるもの探しをして眠っている食文化があることに気づきましたか？

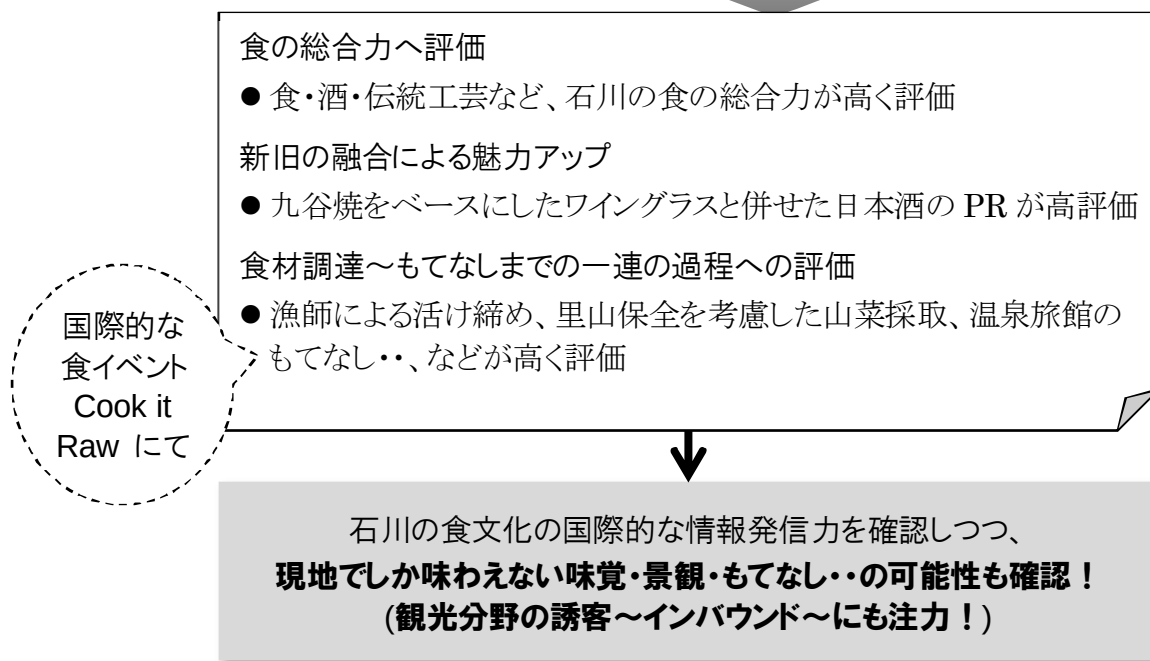
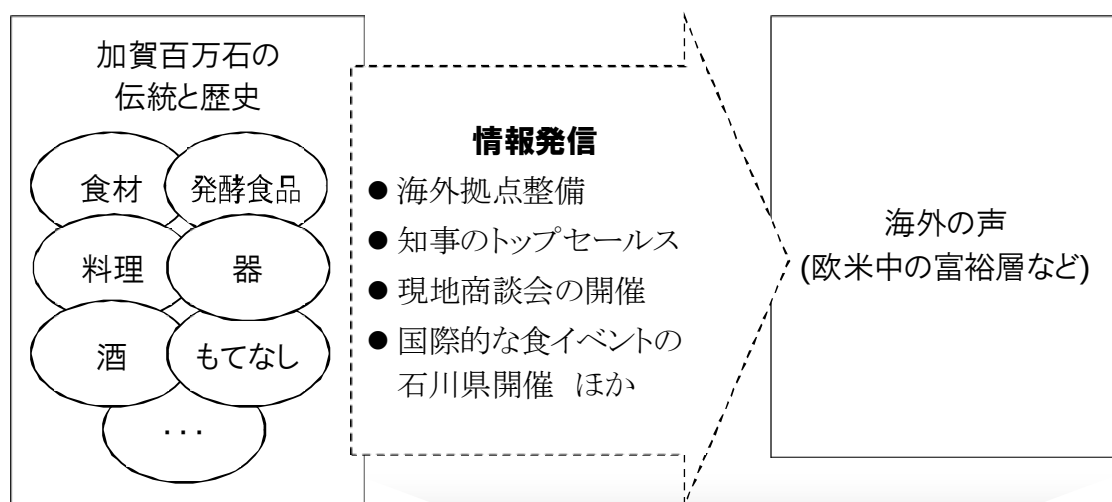
国際的な高評価を得ることで、石川の食が、海外の富裕層などにとっても価値があることに気づきました。

3 その気づきをまずどのように活用したいと思いましたか？(初期段階の企画・アイデア)

県内観光業の振興に活用できると思いました(現地でしか味わえない石川の魅力のPRでインバウンド効果を期待)。

4 その気づきをまずどのような地元のステークホルダー(関係者・機関)と共有しましたか？

食材・料理の関係者はもちろん、伝統工芸、酒、旅館など、石川の“もてなし”を支える事業者等のネットワーク構築に取り組みました。



視点 1 「食」のプロセス全体へのまなざし

事例では、食材の生産や加工、料理のプロセスなどにこだわりが多くみられました。地産地消はもちろん、これまで地域外にアウトソーシングしてきたものをもう一度、自分たちの手に引き受け直そうといった取組なども該当します。地域の食材を使い、地域で加工した商品はブランド価値が高く、消費者にとってより魅力的であるとともに、地域に利益が循環する仕組みを構築することができます。

ここでは、食、食べるというプロセス全体を見直すこと、そして全てのプロセスを可視化することをポイントとします。

チェック 5

食材の来歴・由来を意識していますか？

活用する食材・料理についての来歴や由来を意識しているかを確認するものです。地元の人にとっては当たり前の食材や料理であっても、その来歴や由来をしっかりと把握し、その価値を強く意識することが、食文化活用の第一歩となります。

ヒント1-1 久慈市山形町

WHAT? 何をしたか	古い歴史をもつ畜産（山形村短角牛）に注目しました。
WHY? きっかけは	地域外の流通業者が、短角牛のヘルシーさ、良好な肥育環境などに注目しました。
HOW? どう行ったか	「山形村短角牛」は、サシが入るような黒毛和牛とは異なり、脂肪が黄色く肉質も固いのですが、地域外の流通業者は、これらのマイナスイメージを逆手に取って、「ヘルシー」という利点で売り出しました。 さらに、消費者を生産現場に招きました。雄大な自然環境で肥育する光景などは、消費者側からの信頼を得るに至っています。また、平成 17 年より、国産飼料 100%の飼養に切り替えたことも、好評を得ています。

ヒント1-2 西米良村

WHAT? 何をしたか	山菜等の地元食材による料理、他地域からの人気も高かった「小川豆腐」など、地域の「食」に注目しました。
WHY? きっかけは	地域住民で構成する準備委員会で、田舎レストランで提供するメニューは、「小川地区の食材を活用した郷土料理」をコンセプトに、地元のお母さんたちが中心に考えていくことが決められました。
HOW? どう行ったか	名物料理である「小川豆腐」の復活は、その第一歩でした。地元のお母さんたちによる「復活への思い」と、後継者に恵まれなかったため引退していた地元豆腐職人による技術指導（大豆のひき具合、にがりの差し方）により、一度は途絶えた小川豆腐を復活させました。 また、豆腐を作る時に出る「おから」を利用したコロッケやサラダ等、新メニューの開発など、「地域の食」を強く意識した取組を展開しています。

■視点 1「食」のプロセス全体へのまなざし

ヒント1-3 石川県

WHAT? 何をしたか	加賀百万石の歴史を有する「石川の食」を強く意識しました。
WHY? きっかけは	県は、欧米における和食ブームなどを背景に、「石川の食」の販路を海外に求める戦略を立てました。
HOW? どう行ったか	加賀百万石の歴史ある食材、発酵食品、加工品の販売戦略として、海外進出に取り組むことにしました。 海外展開のための拠点として、平成 9 年に上海事務所、平成 16 年にニューヨーク事務所を開設、また、海外ビジネス展開をサポートする企業向けのワンストップ相談窓口を県庁内に設置しています。

チェック 6	地産地消していますか？ 地域の食材を地域で食することを基本としているかを確認するものです。 地域ブランド化などの取組では、事業の効率性確保の視点から、一部の食材を他から確保したり、加工を地域外の業者へ委託したりする例などもみられます。もちろん、他地域の食材や外注を否定するものではありませんが、食材・料理を提供するプロセスを、地域固有の食文化活用の観点から見直すことを推奨しています。
----------------------	--

ヒント1-4 一関市

WHAT？ 何をしたか	もち食文化の一大イベントである「もちサミット」では、生産者に地元産の食材、もしくは地元加工食材を利用することを奨励しています。
WHY？ きっかけは	一関市では、「全国地ビールフェスティバル」など、全国的な食のイベントを開催しており、多くの来場者を得ていました。しかし、「地ビールフェスタ」では、外国産の食材を調理して提供する出展者もあり、地域への還元という点では課題が残りました。 もち食のイベントを開催する場合は、この点を解消すべきとの意見が多く出ていました。
HOW？ どう行ったか	もちサミットでは、出展要項で、メニューを提供する出展者に、地元産の食材、もしくは地元で加工された食材を利用することを奨励しました。この規定により、多くの来場者を得たこととは別に、地域の食材をフルに活用できたという成果も得ることが出来ました。 この規定は、今後のイベント開催においても継承していく予定です。

ヒント1-5 石川県

WHAT? 何をしたか	地産地消の推進にむけ、県産食材を積極活用するための事業を展開しています。
WHY? きっかけは	石川県には、日本海の内海、外海で採れる豊富な水産資源のほか、加賀野菜、能登野菜で知られる伝統野菜を多く有している一方、その生産を担う農家人口の減少・高齢化といった厳しい現状にさらされています。
HOW? どう行ったか	県は、地産地消推進のために、これらに取組む店を認証する制度や、消費者・団体・生産・流通・飲食・販売業をつなげる取組をスタートさせました。地元物を“じわもん”と称し、民間団体による地産地消を展開する事業です。（団体名：じわもんライフ、石川県公認・農業応援団づくり事業） 県民を対象に平成 22 年秋から募集した「じわもんサポーター」は 7,500 人を超えており、旬の野菜、体感型プログラム、各種プロジェクトの情報を共有しています。じわもんライフと地元企業が毎月 1 日に販売する「朔日弁当（ついたち弁当）～地元野菜が豊富な弁当」が好評を得るなど、ユニークな事業が展開されています。  

朔日弁当の検討の様子(左)、9 月の朔日弁当(上)
※じわもんライフのホームページより

チェック 7

在来の品種を活用していますか？

地域の食文化を重要な要素のひとつである食材。この食材について、地域固有の在来種を活用しているかを確認するものです。

その地域ならではの食材は、その調理法や食べ方などの食文化につながるケースが多いものです。

ヒント1-6 小浜市

WHAT？
何をしたか

市内でも谷田部地区に限って栽培する「谷田部ねぎ」の伝承を行っています。

WHY？
きっかけは

名物料理である「鯖とねぎのぬた」など、小浜の食文化に欠かせない谷田部ねぎを保全する必要がありました。



名物料理：鯖とねぎのぬた ※小浜市ホームページより

HOW？
どう行ったか

気候・土質の関係から、市内でも谷田部以外では良いものが出来ないため、生産量に限界があるなか、「谷田部ねぎ生産組合」が保存、普及活動をしています。

市としても、食文化館が実施する地域食材・食文化の発掘・保存活動では、「谷田部ねぎ」の伝承を最重点に位置づけており、地域ブランド認証制度である「若狭おばまブランド」でも認定しています。



谷田部ねぎ ※小浜市ホームページより

ヒント1-7 西米良村

WHAT? 何をしたか	在来種である食材を、田舎レストランで活用しています。
WHY? きっかけは	「地元でとれる食材を料理（商品）として提供する」が、田舎レストランのコンセプトとなり、在来種となる地元食材も積極的に活用されることになりました。
HOW? どう行ったか	おがわ四季御膳に代表される田舎レストランの料理は、地元の食材をフル活用しています。「イセイモ」や「米良大根」も、田舎料理の貴重な食材として活用されています。また、自生の茶である「米良茶」もアイスクリームの材料として活用されました。  米良茶 ※西米良ホームページより  田舎レストランの敷地内で栽培されているイセイモと米良大根 ※現地にて撮影

海外情報●イタリア “スローフード”-カンパーニャ州アマルフィ

「在来種を地産地消し、地域産業を活性化」

カンパーニャ州のアマルフィ（人口 5,000 人、2012 年時点）は、沿岸部であると同時に中山間地でもあり、急斜面に作られた段々畑では、スフザートという在来種を含む 4～6 種類のレモンを栽培しています。このレモンは地域の料理人やホテルでも優先的に使用されるようになり、また伝統的な果実酒リモンチェッロの生産は、若い世代にも人気を得て、イタリアの 6 次産業化の好例とされています。

このように、生産者と観光、飲食店、加工産業などの地場産業が食文化を介して一体となり、生産・加工・消費までの食のプロセス全体を地域内に組み入れることで、地域の農業だけでなく、地域の産業全体の活性化につながっています。



アマルフィのレモン農家
※撮影：島村菜津氏

チェック 8

地域の食材を地域で加工していますか？ (地域内での付加価値化・6次産業化)

地域の食材を地域で加工することを基本としているかを確認するものです。

6次産業化の取組にみられるように、食材のまま流通させるのではなく、加工や販売等を行うことで、より付加価値の高い事業展開が期待できます。また、このような加工拠点の整備は、地元の産業振興や雇用促進につながります。

ヒント1-8 久慈市山形町

WHAT?
何をしたか

地域で採れる安全な食材を、地域内の総合農舎山形村で加工しています。

WHY?
きっかけは

山形町からは短角牛をはじめとして、しめじやまつたけ、山ぶどうなど様々な地域の食材があるものの、それを加工する拠点がありませんでした。

HOW?
どう行ったか

地域の食材を加工するための施設として、平成6年に市、JA、流通業者の三者により「総合農舎山形村」を設立しました。

総合農舎山形村では、山形村短角牛を月に4頭を仕入れ、湯煎で食べられるハンバーグのほか、地域で採れる安全な食材を中心とした冷凍食品等の150アイテムを生産しています。

地域食材の活用だけではなく、地域の雇用先としても役立ちました。現在32名（職員5名、パート従業員27名）の従業員、全員が地元から雇用されています。

加工だけではなく、現在、繁殖牛数頭を飼養しており、平成24年に「地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律」に基づく6次化の取組として農林水産省の認定を受けています。

地元で育つ天然のまつたけ

北上高地は、天然まつたけの産地としても知られています。なかでも総合農舎のある旧山形村は香り高く滋味深いまつたけが採れることで有名です。わたしたちは、村のまつたけ名人から高品質のまつたけを譲ってもらい、加工品づくりに活かしています。

秋になればまつたけのほか、ナラタケやナメコなど、多種にわたるキノコが産直等に並びます。いずれも個性的な香り、味をもつものばかり。秋は山の豊かさを実感する瞬間でもあります。

また、天然キノコ以外にも、原木シイタケの栽培も盛んに行われています。地元のナラを原木として使用し、ハウスで丁寧に栽培されるシイタケは天然ものに勝るとも劣らない品質と評判。その豊かな香りと奥深い味わいは、豊かな自然環境の恵みのひとつです。



天然まつたけの紹介 ※総合農舎山形村ホームページより

ヒント1-9 久慈市山形町

WHAT? 何をしたか	スジやスネなど短角牛の需要の少ない部位を活用し、新商品を開発しました。
WHY? きっかけは	短角牛の流通が軌道に乗ったとはいっても、加工が難しいスジやスネといった部位は、レストランでは引き合いが弱く、需要がありませんでした。そのため、その他の部位の価格が高くなる傾向にあり、スジやスネの利用方法が課題でした。
HOW? どう行ったか	短角牛を飼養する牛飼いの女性たちによって、スジやスネの活用方法として、肉まんの生産が検討されました。女性や子供でもヘルシーに食べられることを目的に野菜を追加し、それでも 250 円を超えないように調整し誕生したのが「短角牛まん」。都市の観光会社からの注文を受けた他、久慈の観光物産市や祭りで取り上げられ、6 名体制で 3 年が経過しています。



短角牛まんのチラシ ※久慈市ホームページより

海外情報●イタリア「スローフード」-カンパーニャ州チェターラ

「小さな漁村に古くから伝わる伝統技術の復活」

イタリアは、戦前、日本にマグロを輸出していたほどのマグロ王国でした。そのマグロ基地の一つであるカンパーニャ州の小さな漁村チェターラ（人口 2,345 人、2012 年時点）では、マグロの漁獲量も減少し、地域も疲弊していました。

一方、当地には少なくとも 800 年の歴史を持つイワシを原料とした魚醤（コラツォーラ）があり、それは幻の古代ローマの魚醤ガルムの流れを汲むとも言われています。そこで町では、これをスローフード協会のプレシディオに推薦、見事に選ばれたことで、一軒だけ残っていた生産者も 4 軒に増えました。

同時にカタクチイワシの塩漬け、マグロのオイル漬け、マグロのカラスミ等の生産にも力が入り、年に一度のマグロ祭では、これら水産加工品のプロモーションにも力を注いでいます。またアマルフィの海岸の中で、質の高い魚介レストランのある村としても知られるようになりました。



復活したイワシ魚醤
（コラツォーラ）

※撮影：島村菜津氏

**海外情報●イタリア “スローフード” トスカーナ州クティリアーノ
「長い歴史の中で山村を支えた食文化を新たな観光の目玉に」**

トスカーナ州の山村クティリアーノ（人口 1,699 人、2012 年時点）では、4、5 種類の栗を栽培しています。中世にはパンの木とも呼ばれ、山村を飢餓から救ってきた栗の食文化を見直そうと、晩秋には栗祭りが開かれます。

かつて地域にいくつもあった栗粉のための粉ひき小屋は、大手の製粉工場の進出により失われましたが、この村では、今も地元のボランティアの手によって昔ながらの石臼の粉ひき小屋が存続しています。

また当地には、プレシディオに選ばれた在来羊の生乳チーズであるペコリーノ・トスカーナの生産者が 20 軒ほど残っており、羊の放牧やチーズ作りを見学できる 9 軒の農家民宿もあります。

クリスマスや春の復活祭の頃にも、スローな食の祭典を企画、避暑に人々が訪れる夏以外のシーズンオフにも人を集める仕かけを工夫しています。



栗の粉ひき小屋と加工品
※撮影：島村菜津氏

チェック 9	原材料の生産から加工までの過程を見える化する工夫をしていますか？ 売り込む食材や料理について、その来歴や加工などの過程を消費者へ伝える工夫を行っているかを確認するものです。 具体的には、商品の包装や店内、WEB サイトなどを通じ、生産履歴などの情報を発信する方法が考えられますが、さらに一歩進めて、消費者を生産現場まで連れて行き、生産者と交流を図るといった取組、さらには周辺環境を含め観光サービスとして消費者をもてなす、といったものもあります。
----------------------	--

ヒント1-10 久慈市山形町

WHAT？ 何をしたか	流通業者が、食材の来歴を積極的に公開することが付加価値へつながっています。
WHY？ きっかけは	昭和 30 年代、山形町における主産業は炭作りのみであり、地域の住民たちは地域の文化に対する誇りを失っていました。 しかし、昭和 58 年に短角牛を扱った流通業者が、短角牛を美味しいと食べていることを短角牛の生産者に証明するため、消費者を連れて山形町へ訪れたことを契機に、都市農村交流が始まりました。
HOW？ どう行ったか	山形町を訪れた都市部の消費者は、「購入している食材がどのような環境で、どのように作られているのか…短角牛はどんな牛で、どんなところで育っているか…」といった現場」をみることで、そして、そこで働く「生産者のこだわりや頑張り」をみることで、食材への信頼を抱くことになりました。 また、当初、地元の人たちは、都市の人たちをもてなす方法に苦慮していましたが、交流を終えて反省会を聞いたところ、漬物や手作りの料理など、あまり手のかからない地元のものが好評だったことがわかり、地域の食文化を見つめ直すきっかけとなりました。

視点 2 地域食文化をクリエイティブデザイン

食を通じて地域を活性化するためには、必ず“地域の固有性”ということが念頭に置かれます。活用しようとする食文化が、その土地の歴史や他の文化(工芸、芸能、儀礼等)など地域固有のものと密接に関係していることが前提になります。

加えて、調査を行った事例では、地域固有の食文化をそのまま活用するのではなく、そこにいかに付加価値をつけるかの工夫をしていることが特徴として挙げられます。

「地域固有の食材や料理を、他で用いられている盛り付け方でアレンジすることで近隣との差別化を図る」といった一工夫などです。地域の固有性、プラス一工夫、一手間…このバランスがクリエイティブデザインであり、ここでのポイントになります。

チェック 10

伝統的な地域の食文化に、現世代としての工夫を加え、新たな付加価値を創造していますか？

前述の視点でも述べた、地域の固有性にプラスして、一工夫や一手間をかけているかのポイントを確認するものです。事例では、昔からの食材や料理に、現代の価値観などを上手く融合させ、新たな価値を創造しているケースが見られます。

ヒント2-1 一関市

WHAT?
何をしたか

市内のみならず、中東北地方全体のもち文化地域とのコラボレーションで「もちサミット」を開催しました。

WHY?
きっかけは

伝統的スタイルのメニューから、新たなアイディアメニューのものまで多彩な「ご当地もち」を一堂に会するイベントを開催しました。

HOW?
どう行ったか

もち食の伝統は一関市に限らず、北は岩手県平泉町、南は宮城県栗原市、大崎市、仙台市、名取市にわたる中東北地域に広がっており、伝統的スタイルのメニューから、新たなアイディアメニューのものまで多彩な「ご当地もち」が存在しています。

しかし、これらの地域のもち食が一堂に会することも交流することもありませんでした。そこで、平成 24 年 10 月、「第 1 回中東北ご当地もちサミット 2012 in 一関」として、各地の「ご当地もち」を一同に集め、出展者もちメニューを提供し、人気メニューに対して投票、グランプリを決めるイベントを開催しました(名誉顧問は市長、もち食推進会議メンバー、商工会議所青年部、農協等関係者が実行委員)。



会場の全景(左), もちサミットののぼり(右) ※現地にて撮影

ヒント2-2 久慈市山形町

WHAT? 何をしたか	地域外の流通業者とのコラボレーションにより、地元の生産者・住民が地域の食文化の価値を再認識する機会を作っています。
WHY? きっかけは	安全な食を求める地域外の流通業者が、短角牛に価値を見出し、「粗飼料中心に飼う」風土に合った肥育牛づくりが始まりました。
HOW? どう行ったか	以前は、子牛生産が中心でしたが、昭和 50 年頃から本格肥育が始まりました。黒毛和牛と比較してサシの少ない短角牛は市場においても評価が低いため、黒毛和牛の飼い方をモデルにするという考え方が多かったようです。 そんな状況下で、流通業者は、短角牛の強みである「安全」や「ヘルシー」を売りに、都市部を中心とした販路の開拓を行いました。さらに、消費者を生産現場に連れて行き、地元生産者と交流を図るなどの取組を行いました。 これにより短角牛の信頼はもちろん、村の風土や自然環境等の評価も高まり、地元の生産者・住民が、我が村の価値を再認識する機会にもなりました。 この経験は、都市農村交流拠点である「バッテリー村」における、「与えられた自然を生かし、この地に住むことに誇りをもち、一人一芸何かを作り、都会のあとを追求めず、独自の生活文化の中から創造し、集落の共同と和の精神で生活を高める」の精神に引き継がれています。

ヒント2-3 西米良村

WHAT? 何をしたか	郷土料理をそのまま出すのではなく、 16 種 のおかずを小皿に並べることでヒット商品になりました（おがわ四季御膳）。
WHY? きっかけは	田舎レストランのオープン 2 週間前に、観光コンサルタントより、東京都檜原村の宿を参考にした「 16 種の小皿料理 」が提案されました。
HOW? どう行ったか	メニューは決定済みでしたが、当時の事務局長がこの「16 種料理」の採用を決断しました。スタッフからは「この方式（16 皿）は本当に売れるのか？」など、不安の声が出ましたが、「昔からの料理に、現代の工夫を加えることで、新たな価値が生まれる」と信じ、決断に至りました。 <pre> graph LR A((昔ながらの食材・料理)) -- "現代の工夫などを加える！" --> B((新たな価値の創造！)) C([近隣地域と似ている場合が多い(差別化も困難)]) </pre> 小皿の準備も間に合わず、オープン当初は 5 食限定でスタートした「おがわ四季御膳」でしたが、顧客からの反響は絶大で、1 日に 100 食以上を販売することもある看板メニューとなりました。 小皿で提供されるメニューは、演出的にも華やかで、飽きず、食べ残しも少ないといった利点があることも大きな発見となっています。

ヒント2-4 西米良村

WHAT? 何をしたか	姉妹都市のアイスクリーム屋の協力により、地域の食材を活用したアイスクリームを開発しています。
WHY? きっかけは	おがわ作小屋村の検討段階から、連携を図っていた地域からのアドバイスと協力を得られたことで商品化に至りました。
HOW? どう行ったか	アイスクリームの商品化では、通常の生産ロットに比べ、おがわ作小屋村の場合はロットが小さく、外注しにくいといった状況にありました。 西米良村と姉妹都市の関係にある熊本県菊池市の民間事業者、岩手県遠野市の協力により、小ロットでも外注可能で、かつ地域の食材と姉妹都市の産物を利用したアイスクリームといった商品開発を行いました。 姉妹都市の食材とのコラボレーションは、他地域の商品との差別化も図れるといった効果も生んでいます。



おがわ作小屋村アイス ※現地にて撮影

海外情報 ● イタリア “スローフード”

(カンパーニャ州ヴェスヴィオ山麓の村々)

「在来種を未来に受け継ぐ農家の一手間」

ヴェスヴィオ火山のふもとの渴いた土地では、「ピエンノロ」という品種の在来種のプチトマトが栽培されています。長い間、品種や栽培方法を変えずに現代に受け継がれた、希少な品種です。この品種は、収穫した時には、青い実や黄色い実も混ざっているものを、手作業で束にして、風通しのよい軒先に吊るして熟成させてから市場に出荷しています（ピエンノロとは「吊り下げられる」という意味です）。この作業により、トマトは真っ赤に色づき、糖度は高まり、品の良い酸味が残ります。

一般に売られる改良品種のトマトに比べて、旬は短く、手間もかかりますが、60軒ほどの農家も100軒近くに増え、地元の飲食業界にも活用されるようになり、地域の経済を支える食として定着してきました。

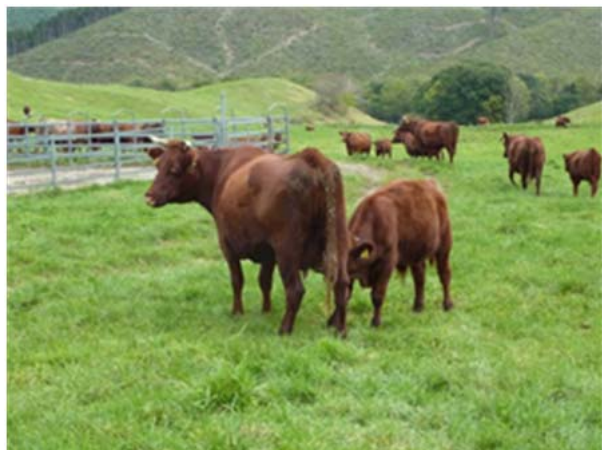


トマト農家の作業風景
※撮影：島村菜津氏

チェック 11	地域の自然や景観、環境の価値を見出し、それをどのように引き出そうとしていますか？ 食文化の活用にあたって、食材や料理の単体ではなく、食材を生産する地域の自然環境、食事する場の景観など、食文化を支える様々な環境的要素を活用しているかを確認するものです。 地元の生産者や住民にとっては当たり前の自然や景観なども、消費者にとっては非常に貴重なものと感じる場合も多く、これらのファンを増やすことで、その地域の食材や料理のリピーターになる可能性も高まります。
-----------------------	--

ヒント2-5 久慈市山形町

WHAT? 何をしたか	短角牛の放牧風景を観光資源として活用しています。
WHY? きっかけは	優良な短角牛群の形成のため、農家から毎年一定期間、牛を預かることにしたことにより、広大な放牧風景が形成されました。
HOW? どう行ったか	短角牛の優良な繁殖牛群の形成のため、選抜された種牛を配置し、その支援策として、昭和 60 年に市営の牧場を開設しました。毎年 5～10 月に、農家から約 120 頭の牛を預かっています。 支援策前から、流通業者を介して行われていた生産者と消費者の交流（餌づけ体験など）の場として、この牧場を活用することになりました。 60ha 以上の広大な草地で、自然交配・自然分娩による自然な形で放牧される風景は、雄大な自然環境と相まって、消費者から好評を得ることとなり、村の立派な観光資源として活用されるに至っています。



エリート牧場の様子 ※現地にて撮影

ヒント2-6 西米良村

WHAT? 何をしたか	美しい川、整備した花見山、藁葺きの作小屋、昔ながらのはさがけをしている水田など農村景観を活用しています。
WHY? きっかけは	秋の収穫時期には、美しい川、整備した花見山、藁葺きの作小屋、はさがけの風景が広がっており、これを観光資源として活用することにしました。
HOW? どう行ったか	観光客にとって魅力的な農村景観の維持に貢献するために、田舎レストランで提供される郷土料理、加工品の食材は、地区内で採れたものを厳選して使用しています。特に、お米は、昔ながらのはさがけで天日乾燥したもののみを使用しています。

ヒント2-7 石川県

WHAT? 何をしたか	豊富な食材に恵まれた土地柄を活用した PR を行っています。
WHY? きっかけは	東北の震災の年、世界のトップシェフたちが、食を通じた復興支援として、世界的な食のイベントの日本開催を決めたことがきっかけでした。
HOW? どう行ったか	世界的な食のイベント「Cook It Raw」の日本開催に先立ち、ホストとなった日本人シェフにより、石川県が推薦され、当地での開催が決定しました。それは、豊富な食材をもたらし、当イベントの基本コンセプト・精神であるサステナビリティの象徴とも言える里山、里海があり、その海にも内海と外海のある地域として石川県が注目され、また、それに加えて、食材を盛り付ける器として伝統工芸の文化が息づいていることが、その理由に挙げられました。 イベントでは、シェフが里山に自ら入り、食材を調達、地産地消で料理が行われるなど、豊富な食材を生み出す土地柄が全面的に PR されました。

海外情報 ● イタリア “スローフード”-カンパーニャ州アマルフィ海岸

「段々畑でのレモン生産が支える観光地の風景」

カンパーニャ州のアマルフィ海岸は、断崖絶壁の入り組んだ沿岸と緑織りなす段々畑に囲まれた美しい自然景観を有する観光地として有名です。

ここに点在するアマルフィをはじめ、ポジターノ、サレルノ、ミノーリ、パライアーノといった小さな町々の農業は、限られた土地を有効に活用するために、斜面の段々畑でレモン等のかんきつ類が栽培されています。

小さい面積が集まってできている段々畑は作業効率が悪く、生産者にとっては条件のよい土地とは言えません。そんな悪条件下でも生産者が営農し続けられるのは、シェフや観光業者が安価な外国産のレモンではなく、あくまで地元産にこだわって応援してくれているからです。これらの生産者と実需者の連携が、地域の農業の保護、土壌流出の防止、そして風光明媚な景観の維持につながり、観光地としての地域力を底から支えています。



アマルフィの街並みと段々畑 ※撮影：島村菜津氏

チェック 12

食にかかわる地域の祭や行事等の価値を見出し、それをどのように引き出そうとしていますか？

食文化の活用にあたって、地域ならではの祭事や行事などでの習慣・風習を活用しているかを確認するものです。

取組を一過性のものに終わらせないためには、活用する食文化が歴史を持ち、その地域に根付いているという意味で本物である必要があり、その本物を掘り起こすヒントに祭事や行事が挙げられます。

これらは、書物に残されることなく、言い伝えで継承されているものが多いのも特徴です。

いま掘り起さないと、失われてしまう危険性のある食文化も少なくないと思われます。

ヒント2-8 小浜市

WHAT? 何をしたか	食文化館において行事食をテーマにした料理教室や昔の行事食や全国の雑煮などの展示を行っています。
WHY? きっかけは	地区単位で行った市民会議において、地域の食文化が廃れつつあることを課題視する意見が出ており、これらを伝承する取組が提案されました（平成17年）。
HOW? どう行ったか	地域ボランティアを中心に、地域の食文化の伝統継承者へ聞き取り調査を行い、データベース化を行うことになりました。 また、食文化館において行事食をテーマにした料理教室を実施することになりました。地域に根づく食の歴史は、食文化が凝縮されたものであると捉え、特に民俗行事（ハレの場）の食材や料理を調査・集成し、料理教室などのプログラムに活用しています。 また、食文化館では、全国の雑煮を展示するなどの取組も行っています。

**新規常設展示記念・奥村彪生キッチントークショー
「日本の雑煮は世界遺産！」**

食文化館の「雑煮コレクション」を今までの倍以上に拡充し、新規常設にすることを記念して、監修の奥村彪生先生に展示の解説をしていただきます。
また、昨年も大好評でした調理のデモンストレーションと試食も行います。
美味しいおこげのあんかけの作り方、白玉粉を使った様々な異国風の餅の食べ方、簡単・美味しい揚げ餅雑煮、ラオス風おこわのスナックなどの調理・試食を予定しています。（試食は事前予約・先着50名限定）
奥村先生の軽快なトークとともにお楽しみください。



日時:10月6日(土)10:00-12:30 対象:高校生以上
講師:伝承料理研究家 奥村彪生氏(小浜市料理顧問)
参加費無料(当日参加可能。9/1より先着50名限定でお席と試食の予約を受付。)

■『日本の雑煮は世界遺産!』展

伝統的な日本の食文化の象徴ともいえる「雑煮」を中心に、日本では主食としている炭水化物の主なものを様々な角度からみてみよう!という展示です。日本で唯一の伝承料理研究家・奥村彪生先生が長年研究されてきた「もち」「ごはん」文化を、ご家族・お友達みなさんでお楽しみください。

設置:10月6日(土)

■『日本の雑煮は世界遺産!』展記念

「奥村彪生の特別膳(仮)」

10月6日より新規で常設する『日本の雑煮は世界遺産!』展の設置を記念して、奥村彪生先生がプロデュースした特別膳を、演の四季にて期間限定で提供致します。

期間:10月6日(土)ー11月6日(火) 提供:演の四季

食文化館による全国の雑煮に関する催し

※食文化館だより vol.16 秋 2012 より

ヒント2-9 一関市

WHAT? 何をしたか	行事と結び付けてもちをたくさん食べる習慣を PR しています。
WHY? きっかけは	一関市には、正月のもち食だけではなく、冠婚葬祭、年中行事と結びつけてもちをたくさん食べる習慣がありました。 「一関もち食推進会議」では、この習慣を普及させようと考えました。この背景には、一関市は、もち米の産地であるものの、その多くは他県へ流通している現状があり、もっと地元で食すことにより、地域経済・産業へ貢献しようという考えがあります。
HOW? どう行ったか	もち食文化の復活のために、人口約 12 万人の一関市で「1 年間に 100 万食のもち消費」を目標に掲げました。 この目標を達成するために、「もち本膳研修会」を通した子どもたちへの食育や、地域の行事でのもちつき、もち振る舞いを行うほか、地元商工会議所、観光協会等が一丸となった、数多くのもち食イベントを開催しています。