

視点 3 食文化全体のイーティングデザイン

“食”を通じて地域活性化を行おうとする場合、どうしても食材や料理に関心が寄ってしまいます。

一方、事例では、食材や料理はもちろん、食器や作法、食事をする際の風景など、その“食”をどういうコンセプトで出すのか、どういうふうに食べるのか、あるいは、食する過程全体をきちんとデザインし直していこうという姿勢がみられます。さらに、食器を作る地場産業と連携することで「食」そのものだけでなく、「食文化」としてPRすることができます。

ここでは、このような“食することの過程全体をデザインし直す”という意味の『イーティングデザイン』がポイントになります。

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？

食文化の活用において、食材や料理の単体ではなく、伝統工芸品の活用や、温泉旅館やレストラン等での演出などの、いわゆる「おもてなし」と結び付けた取組を行っているかを確認するものです。

食する過程の全体を地域固有のものとして売り込むことは、食することから、食全体を楽しむといったサービス領域の拡大につながり、高付加価値型の事業展開となる可能性が高まります。

ヒント3-1 石川県

WHAT? 何をしたか	観光資源としての“食”、それを支える伝統工芸品の食器や「おもてなし」の文化を活用するための体制を整備しています。
WHY? きっかけは	県と食品業界による海外戦略の検討では、ターゲットである海外富裕層のニーズをつかむためには、「一流のおもてなしとは何か？」という受け入れ側の体制づくりが重要と考えました。
HOW? どう行ったか	石川県では、観光を支える重要な資源の一つとして「石川の食文化」にスポットをあて、本物志向の海外富裕層を受け入れるための体制づくりに民間・行政の連携体制の下で取組みました。 「石川の食文化」を支える加賀料理に代表される洗練された料理、歴史ある伝統工芸品、全国的にも知名度の高い温泉旅館等で提供される「おもてなし」の文化を、観光客により質の高いサービスとして提供するために、観光産業関係者を対象とした意識改革と意識喚起を促すための国際会議の開催などを積極的に行っています。

チェック 14	<p>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？</p> <p>食文化の活用において、食材や料理の単体ではなく、食事作法や地元根付く歴史的な風習などと結び付けた取組を行っているかを確認するものです。</p> <p>食する過程全体を地域固有のものとして売り込むことは、顧客層の印象は深まり、リピーターとなる可能性が高まります。</p>
----------------	---

ヒント3-2 一関市

<p>WHAT? 何をしたか</p>	<p>「もち本膳」を食べる際の作法を研修会で教えています。</p>
<p>WHY? きっかけは</p>	<p>もちは日本の各地で食べられますが、もち食を利用した「もち本膳」が食べられるのは一関市だけです。しかし、この文化について整理された文献が少なく、次世代に継承できる状態にありませんでした。</p>
<p>HOW? どう行ったか</p>	<p>平成18年5月に発足した「一関もち文化研究会」は、まず「もち本膳」を調査、再現し、平成19年度から、子どもたちにもち本膳を食べてもらいながら、地元の人にもち文化について説明してもらう出前授業を行うことを開始しました。</p> <p>一関もち文化研究会は、「もち本膳の継承」を目的に、市内の小学生を対象に、もち本膳の体験プログラムを展開しています。また、この取組は、子供たちと地域の高齢世代の交流も兼ねて行われています。</p> <p>平成22年8月に設立された「一関もち食推進会議」でももち食文化の継承に取り組んでおり、平成24年には、学校給食でのもち食提供に役立てていただくことを目的に、栄養士等、学校給食関係者にも対象を拡大し、研修会を開催しています。</p>
	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p style="text-align: center;">栄養士等、学校給食関係者を対象としたもち本膳研修会の様子 ※現地にて撮影</p>

■視点3 食文化全体のイーティングデザイン

チェック 15	<p>「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？</p> <p>食文化の活用において、食材や料理の単体ではなく、食器や伝統工芸品などと結び付けた取組を行っているかを確認するものです。食する過程の全体を地域固有のものとして売り込むことは、そこに携わる主体が多岐に渡るため、その地域ぐるみの取組として発展していくことにつながります。</p>
----------------	--

ヒント3-3 小浜市

<p>WHAT? 何をしたか</p>	<p>伝統工芸である若狭塗り箸の普及を目標に、食文化館では体験教室や工房を設置し若狭塗の体験教室を実施、また、市内の飲食店でも若狭塗り箸を利用しています。</p>
<p>WHY? きっかけは</p>	<p>日本一の塗箸産地である小浜市では、日本の食文化や食育において、箸のあり様、箸使いということを重要視しています。</p>
<p>HOW? どう行ったか</p>	<p>市では、市内飲食店における若狭塗箸設置店舗の割合（平成 22 は 39.8%）、箸を正しく持てる市民の割合（同 86.2%）を、ともに 100%にする目標を掲げ、具体的な取組を実践することになりました。</p> <p>この目標達成にむけ、食文化館を中心に、箸の研ぎ出し体験や各種講習等を実施し、箸の正しい持ち方の普及や地場産業の理解促進等に努めています。</p>

平成24年度
体験型ミュージアム食文化館で
ものづくり体験しよう!!

お申し込み/お問い合わせ
御食国 若狭おばま食文化館
TEL : 0770 (53) 1000 FAX : 0770 (53) 1036

受付時間 9:00-17:00 (12-2月 9:00-16:00)

めのう

- めのうみがき
ペンダント又はキーホルダー作り
制作時間 約30分
金具取り付け 約5分 800円
- めのう薄板の模様付け
ペンダント又はキーホルダー作り
制作時間 約40分 800円

和紙

- 色紙漉き
制作時間 約30分 700円
- はがき漉き
制作時間 約40分 700円
- 折り染め
(5名以上で要予約)
制作時間 約20分 400円

塗

- 箸の研ぎ出し
(つや出し込み)
制作時間 約40分 900円

伝統工芸のほかにも体験メニューがございます。詳しくは電話にてお問い合わせください。

ご注意事項

- 制作時間（仕上げ込み）は10名様までご利用の場合での目安です。
- 10名様以上の場合はご予約をお願いします。
- ご予約の前に、お電話でご相談/お問い合わせください。
- 申し込み用紙はホームページ (<http://www.city.obama.fukui.jp/ob/mermaid>) から入手可能です。
- 体験メニューの内容は予告なく変更する場合があります。ご了承ください。

※食文化館の「ものづくり体験」パンフレットより

ヒント3-4 石川県

<p>WHAT? 何をしたか</p>	<p>ワイングラスのステムに九谷焼を利用するなど、ターゲットとなる国の関心に合わせ、伝統工芸技術に新たな要素・デザインを組み込んでいます。</p>
<p>WHY? きっかけは</p>	<p>九谷焼は海外では「ジャパネクタニ」の名前で広く知られてきましたが、さらに海外で販路を拡大するためには、従来の花瓶や大皿といった置物としてのイメージから脱却を図る必要がありました。</p>
<p>HOW? どう行ったか</p>	<p>海外へ伝統工芸品を売り込むにあたり、特に若い世代の職人から、伝統工芸の世界で受け継がれる技術を活かしつつ、海外市場のニーズに合わせた商品開発を行おうという発想が生まれ、具体化しています。</p> <p>現代のライフスタイルの変化や海外の食文化にうまくマッチする商品として売り込むために、九谷焼の伝統的な彩色技術とワイングラスの機能性を兼ね備えた商品が開発され、海外においても高い評価を受けています。</p>



九谷焼を用いたワイングラス ※金沢市ホームページより

■視点3 食文化全体のイーティングデザイン

チェック 16	<p>食の「空間」や「しつらい」をどのように工夫していますか？</p> <p>食文化の活用において、食材や料理の単体ではなく、食する場の景観や、そこまでの道のりの風景など、食を支える様々な環境的要素と結び付けた取組を行っているかを確認するものです。</p> <p>食する過程の全体を地域固有のものとして売り込むことは、顧客層の印象は深まり、リピーターとなる可能性が高まります。</p>
----------------	---

ヒント3-5 西米良村

WHAT? 何をしたか	作小屋やはさがけの田んぼなど、昔ながらの景観や雰囲気の中で食事等を提供しています。
WHY? きっかけは	地域の食文化を活かした地域活性化に向けて、その提供を効果的にPRし、誘客につなげるためには、郷土料理を提供する場の環境整備が課題となりました。
HOW? どう行ったか	<p>田舎レストランの郷土料理は、昔ながらの茅葺屋根の古民家をイメージして整備された施設で提供しています。施設の前には住民の手によって植樹された花見山、その周辺には、手入れの行き届いた田んぼの風景が広がり、田舎の原風景を体現した景観づくりが行いました。</p> <p>これらの景観整備は、村内の地域住民や村外のボランティア、役場職員の協力体制の下に行われており、地域一体となった取組として展開されています。</p>
	
	はさがけの様子～おがわ作小屋村の隣にあるほ場にて(現地にて撮影)

視点 4 国内外のマーケットの中での価値

食文化を活用して商品化や観光につなげようとする場合、必ず、国内外向けの PR、情報発信が必要となります。

事例では、外部への発信を営業効果やマーケティングとして評価することに止めず、外部とのコミュニケーションを、自己の変革、地域自身の変革につなげています。それは、教育や雇用、産業活性化、景観再生など、様々な面に影響してくる部分です。

ここでは、地域の中では気づ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、外部との接点や外部の評価を把握する体制があるかどうかポイントになります。

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？

チェック 17

売り込む食材や料理などについて、積極的に対外的な PR を行っているかを確認するものです。

なお、ここでの発信は、認知度アップにむけた PR といった一方通行に止めず、消費者側からの反応を得るとした双方向のコミュニケーションとすることで、次なる事業アイデアなどにつながります。

ヒント4-1 小浜市

WHAT?
何をしたか

各種メディアを活用した外部への情報発信、大学生や子供向け教育プログラムを提案しています。

WHY?
きっかけは

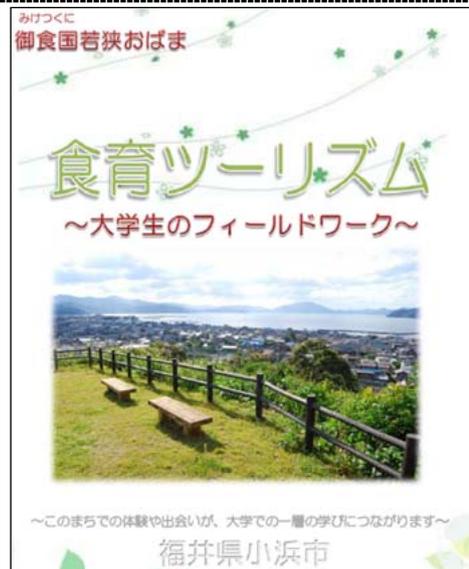
小浜市では、従来の観光資源である寺社・遺跡等の名所、複数の海水浴場、宿泊施設などによるサービスでは集客に限界があることが、課題視されてきました。そこで、現計画（小浜市元気食育推進計画）の重点施策として、キッズ・キッチン等の食育プログラムの観光商品化を掲げました。

HOW?
どう行ったか

具体的な取組としては、日中に行われるキッズ・キッチンに、前日の農業体験などをオプション化した 1泊2日のパッケージプランなどがあります。

実施体制としては、「おばま観光局（第3セクター）」を組織し、これらの観光商品を積極的に PR しています。

これにより、東洋大学、京都府立大学、関西の栄養士専門学校などが小浜市へ教育旅行に訪れています。



大学生用「食育ツーリズム」のパンフレット
※小浜市ホームページより

■視点 4 国内外のマーケットの中での価値

ヒント4-2 一関市

WHAT? 何をしたか	「中東北ご当地もちサミット 2012in 一関」を開催し、外向けに情報発信を行っています。もちサミットは、テレビ番組、新聞・雑誌、広報誌等でも広く取り上げられました。
WHY? きっかけは	もち食文化の浸透にむけた取組は内向きのものが多く、外向けに情報発信することが今後の課題となっていました。 しかし、「一関もち食推進会議」がこれまでの団体を統合したかたちで設立されたことで状況は一変し、官民一体で協力にPRされることになりました。
HOW? どう行ったか	もちサミットの際には、PRのためのホームページを制作しました。また、もちメニューに対する事前投票を行うなどの双方向のやり取りにも努めました。 また、伝統的なもち食文化から新しいもち食文化に至るまでが、テレビの料理番組などで紹介され、認知度を高めています。 このほか、高速IC、空港、道の駅等で実施される観光イベントにおいても一関のもち文化についてのPRを行っています。

ヒント4-3 久慈市山形町

WHAT? 何をしたか	体験型施設「バッテリー村」を活動拠点に、都市農村交流を実施しています。
WHY? きっかけは	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村を訪れたことを契機に、都市農村交流が始まり、地元側が地域の良さを見直すきっかけとなりました。
HOW? どう行ったか	都市農村交流の活動拠点として「バッテリー村」を整備しました。「バッテリー」とは、沢からのわずかな流水を利用して石臼を搗き、雑穀を製穀、製粉することが出来る、大きな丸太をくり抜いた「獅子落とし」のような形の道具のことです。 「与えられた自然を生かし、この地に住むことに誇りを持ち、一人一芸何かを作り、都会のあとを追い求めず、独自の生活文化の中から創造し、集落の共同と和の精神で生活を高めよう」というバッテリー憲章を掲げ、昭和60年に開村しました。 山形村ならではの伝統技術を「体験プログラム」に変え、子どもからお年寄りまで多くの団体などを受け入れ、県外からの来客が多いのも特徴。岩手大学や東京農業大学などとの連携も図っており、ゼミ合宿等も定期的に行われています。 久慈市が取り組む教育旅行もバッテリー村の活動が原型とされるほか、久慈市山形町内で取り組んでいる農家民泊も、バッテリー村が行ってきたグリーンツーリズムの精神が模範となっています。

国内事例紹介 ● 北海道十勝—東京都

「十勝の食文化を東京の中心地で発信！」

北海道・十勝地方の地域活性化に向けて動く有志により東京の中心地・丸の内を拠点に都市の住民に十勝の食文化を発信する事業が展開されています。

2007年に開業したレストラン「とかちの…」は、単に十勝の食材を使用した料理を提供するお店ではなく、十勝の風土、言葉、その背後にある歴史などと深く結びついた食材にまつわる「物語」を都市の住民に伝え、またその反応を地域の生産者へ還元するために、様々な努力が重ねられています。

例えば、お店に提供される旬の野菜や、お肉、チーズ、魚介は、十勝の生産者のこだわり、思いが加えられた「作品」として扱われ、それを用いた「十勝のおうち料理」として、お店を訪れる人々に「シラカバの木を使った内装などのしつらい」、「十勝出身スタッフを中心としたおもてなし」といった演出を加えて、ふるまわれています。

このようなお店を始めるにあたっては、こうした「作品」の背景にある生産者のこだわりと想いを都市住民に伝え、評価してもらうために、それを伝える人材の確保が大きな課題となりました。このため、飲食業のプロにこだわることなく、十勝地方出身者を中心とする地域起こしへの思いと事業コンセプトに共感する運営スタッフを集めることに注力しています。

運営スタッフは実際に十勝の生産現場に赴き、生産者との交流を重ねて、顔の見える関係を作りあげることによって、食材が生み出される背景・物語を共有しています。こうした努力が、十勝地方の食文化の価値を都市の住民へ伝えるための大きな柱となっています。



「につぼんの…」メニュー
※現地にて撮影



東京都・丸の内の飲食店「とかちの…」
※現地にて撮影

更に、レストランは、十勝の生産者と都市の住民との交流の場としても活用されています。農閑期には十勝の生産者が直接お店に訪れ、都市の住民と交流するイベントが設けられています。

都市の住民にとっては、生産者に十勝の農産物を頂いた感動を直接伝える機会として、また、生産者にとっては、都市の住民との交流の中で、自らの地域と食文化に誇りを再確認する場となり、双方にメリットを生み出しています。こうした取組を通じて、地方の生産者と都市の住民の顔の見える、対等な関係づくりに貢献しています。

「とかちの…」を拠点とした生産地・生産者と消費地・消費者を結ぶ活動は、現在、日本各地の地域活性化に向けて動く有志との連携を強め、地域の食文化を都市、他地域に発信する地域活性化モデルへと発展しています。2010年5月には日本各地の食文化を持ち寄り、披露し、共有する場所として、2店舗目となる「につぼんの…」をオープンさせています。

■視点 4 国内外のマーケットの中での価値

ヒント4-4 久慈市山形町

WHAT? 何をしたか	「まめぶ汁」で、久慈まめぶ部屋が全国 B-1 グランプリに出展しました。
WHY? きっかけは	短角牛を通した都市農村交流により、地域の文化の価値を再発見した住民は、地域の日常的なものも全国へ発信できる可能性を感じました。
HOW? どう行ったか	<p>短角牛に次ぐ、山形町発の食が「まめぶ汁」です。「まめぶ汁」は、身近に手に入る野菜や焼き豆腐、しめじ、かんぴょう等が具材で、この汁に、くるみと黒砂糖を包んだ小麦団子(まめぶ)が入った郷土料理です。山形町の家庭料理として定着しており、昭和 60 年頃に「まめぶサミット」を開催、学校給食でも「まめぶ」が提供されています。</p> <p>この「まめぶ汁」を全国 B-1 グランプリに出展するなど、地元にあった資源を、様々な形で全国へ発信しています。</p>



まめぶ汁 ※久慈市山形総合支所より

海外情報 ● イタリア “スローフード”-スローフード協会

「地域の生産者と消費者をつなぐガイドブックの出版」

スローフード協会の功績として、地域の食文化を守る担い手と消費者をつなぐ出版活動は、もっと評価されていていいでしょう。「オステリア（地ワインも充実した食堂）ガイド」や「ワインガイド」、「プレシディオ（在来種や伝統漁法の魚、加工品など）ガイド」など、地域の食文化に根ざしたガイドブックを発行しています。

「オステリアガイド」では、手頃な値段で、その地域の食材を扱い、地元のワインやビールとともに伝統料理が味わえる各地の食堂を紹介しています。800以上の店舗を紹介するこのガイドは、毎年、更新されています。

また、「ワインガイド」では、地元の料理に合い、気軽に飲める価格帯のワイン生産者を紹介。ワイン市場に大きな影響を与え、フランスの品種ばかり植えたがる世界的傾向に対し、その地域固有のワイン作りと在来葡萄の再興の流れを生み出しています。

「プレシディオガイド」は、地域で小規模に生産されている在来種や伝統漁法の魚、伝統的チーズやサラミなどを世に知らしめました。このガイドは約5年に一度更新されています。その歴史や希少性、栽培方法、生産者の情報などを詳細に、しかし簡潔に紹介するとともに、問い合わせ先の担当者の連絡先もあわせて明記してあります。

これらの具体的な情報発信は、大量生産や大量流通ではともすれば埋もれてしまう地域の食文化に、新しい価値を与えることに成功したと言えます。



オステリアガイド(左)、プレシディオガイド(中)、プレシディオのパンフレット(右)

※撮影：島村菜津氏

ヒント4-5 西米良村

<p>WHAT? 何をしたか</p>	<p>村役場が、年4回、九州各県へのPRキャラバンを実施しています。</p>
<p>WHY? きっかけは</p>	<p>村としては、地域活性化を図るためには、地域全体での取組が必要であり、誘客のための各種活動が必須と考えています。</p> <p>そこで、村全体の活性化を図るため、四季折々の田舎の魅力を届ける取組の一つとして「カリコボーズの四季祭り」を展開し、四季毎の村内イベントを取りまとめ、PRキャラバンを実施し、県外への情報発信を積極的に行っています。</p>
<p>HOW? どう行ったか</p>	<p>小川地区で開催されている「カリコボーズの山菜まつり」は、四季祭りの3月下旬から5月上旬にかけての「春めぐり」の一つのイベントとして位置づけられ、県外をまわるPRキャラバンでは、「おがわ作小屋村」の施設職員が同行し、開催される行事の紹介等を行っています。</p>



〒881-1302 宮崎県児湯郡西米良村大字小川254番地 TEL&FAX.0983-37-1240(8:00~17:00)
E-mail:sakugoya@mnet.ne.jp http://www.ogawa-sakugoya.com

カリコボーズの山菜まつりのチラシ ※西米良村ホームページより

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

「小さな漁村で受け継がれる伝統魚醤を世界へ」

チェターラという小さな漁村で活気を取り戻した伝統の魚醤、カタクチイワシのコラツォーラは、現代では、この沿岸地域だけで自給的に作られるに過ぎないものでした。しかし、古代ローマの魚醤ガラムの流れを汲む希少な調味料として、昨今、国内外からも注目されるようになりました。さらにプレシディオに選ばれたこともあり、地元には生産者が4軒に増え、ある程度の量が確保できたことで、今では、アメリカや日本など海外へも輸出されるようになりました。

海外情報 ● イタリア “スローフード”-トスカーナ州

「世界があこがれる農村となるために」

1990年代、トスカーナ州は世界があこがれる豊かな農村というイメージを獲得し、持続可能な農業・農村の在り方と、農村部における観光産業の可能性を世界に提示しました。

しかし、ここに至るまでの背景には、劇的な過疎化など深刻な事態を経験し、農業・漁業離れを何とかしたい、ものづくりなど地域の文化を残したいというイタリア国内の世論の高まりがありました。

具体的には、70年代後半、トスカーナ州の丘陵地帯に外国人や都市住民によるワイナリーなどへの投資が相次ぎ、同時にワイン産業における量から質への転換が起こります。また80年代に強化された厳しい景観法による農村風景を守るという動き、古城や修道院を利用したホテルや農家の生き残りをかけた農家民宿の増加によって、農村の宿泊施設が百倍に成長、それまで発想さえなかった新しい観光、農村ツーリズム（アグリツーリズム）の基盤が整います。

同じ頃、古代小麦のスペルト小麦や在来豚のチンタ・セネーゼなど在来種の見直し、地産地消の食堂の増加などが進み、風景も整っていく中で、ようやく地元は、郷土への誇りを取り戻したのだと言います。

チェック 18	<p>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？</p> <p>活用する食文化について、世界的なシェフや文化人などから評価を得たことがあるか、さらには、得られた評価を次の展開につなげる用意があるかを確認するものです。</p> <p>国際的な視点を持つ有識者・専門家からの評価は、その世界性を持った目が触媒となって、自己の価値を何倍にも増幅させていくような道が開かれる可能性があります。</p>
----------------	---

ヒント4-6 石川県

WHAT? 何をしたか	<p>国内外でのイベント（提案会や展覧会、Cook it Raw）や県の海外事務所などを活用した外向けのPRを展開しています。</p>
WHY? きっかけは	<p>海外での日本食文化への関心の高まりを受け、石川県の持つ魅力ある食材、それを生かした郷土料理や食回りに用いられる伝統工芸品の器、そして、それらを提供するおもてなしの文化といった地域食文化の強みを「石川の食文化総合力」として世界に発信していくこと、またそれが本物志向の富裕層に受け入れられるとの考えから取り組んでいくことになりました。</p>
HOW? どう行ったか	<p>石川県では、石川県の食文化を海外富裕層に向けて効果的に発信していくために、海外においては、海外事務所を中心として、石川の伝統工芸品展や、日本酒、加工食品（調味料）を活用した食文化提案会を開催しています。また県内においては、食に関する世界有数のトップシェフを招いてのイベント（Cook it Raw）の開催などを積極的に展開しています。</p> <p>海外の食分野に関連するオピニオンリーダーを中心に、日本食としての石川県の食文化、歴史のある伝統工芸品、温泉旅館のおもてなしをセットで提案することにより、富裕層をターゲットとしたインバウンド推進を図っています。</p>



石川県で開催された Cook It Raw にてシェフたちが石川の食材を吟味する様子
※石川県提供資料より

海外情報 ● フランス “味覚の一週間”

「日本食文化「BENTO」の世界展開へ」

「味覚の一週間」の取組は現在 20 か国以上で展開されています。この動きには、味覚の均質化への危機意識と食文化の継承の必要性への共感が世界的に広がりつつあることを示しています。

また、イベントの国際展開は、開催国同士の食文化を互いに認め合い、価値を高める動きに繋がっています。

近年、本格的に動きはじめた日本における開催にあわせ、フランス「味覚の一週間」でも、日本の食文化である「BENTO（お弁当）」が高く評価・紹介されています。小さな箱の中に栄養バランスが考慮され、きれいな盛り付けで演出される「BENTO」は、世界の目から見た日本食文化の固有の価値を気づかせてくれています。



「味覚の一週間」における BENTO コンクール
 ※「味覚の一週間」ホームページより

チェック 19	<p>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？</p> <p>地域の食文化、または食文化を活用した取組を、全国に広げるための工夫をしているかを確認するものです。</p> <p>事例によると、観光業界や流通業者等と連携し、効果的な情報発信を図っている例がみられます。</p>
----------------	---

ヒント4-7 久慈市山形村

<p>WHAT? 何をしたか</p>	<p>流通業者やホテル、全国的イベントなどを通じ、山形町の食を全国に発信しています。</p>
<p>WHY? きっかけは</p>	<p>流通業者との連携による山形村短角牛の成功は、次なる全国展開のきっかけとなりました。</p>
<p>HOW? どう行ったか</p>	<p>山形町における食産業の柱である“山形村短角牛”は、都市部に顧客を持つ流通業者による販売が支えています。流通業者は、消費者を生産地に連れて行き、生産者の顔や牛の肥育環境など積極的な情報開示により、消費者からの信頼を得るに至っています。</p> <p>また、このような全国への発信と好評価による食産業の成果は、次なる展開を生んでいます。</p> <p>短角牛のスジ肉等を活用した“短角牛まん”は都市部のホテル等で扱われることで、郷土料理である“まめぶ汁”は全国的イベントである B-1 グランプリに出展することで、その価値を全国に発信させています。</p>

チェック 20	<p>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？</p> <p>地域の食文化を活用する取組の延長線には、国際的な展開があります。国際的な展開には、海外での活動拠点などの整備など、それを広めるための工夫が必要となります。ここでは、このような工夫の有無を確認します。</p>
----------------	--

ヒント4-8 石川県

WHAT? 何をしたか	<p>豊かな山海の幸や九谷焼、加賀野菜、発酵食品、おもてなし文化など、石川に伝わる食文化を活用し、海外に発信しています。</p>
WHY? きっかけは	<p>石川県内の食関連の産業振興を検討する中で、「欧米における和食ブーム」、特に「富裕層における日本食文化への理解浸透」に注目しました。</p>
HOW? どう行ったか	<p>食材や器など食文化を構成する要素を単体で PR するのではなく、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 日本海に面し、内陸には山地を抱える自然豊かな気候風土 ・ 豊かな山、海の食材 ・ 加賀百万石の武家文化、それらを背景とした伝統工芸 ・ 能登、金沢、加賀のホスピタリティの高い歴史ある温泉旅館 <p>などを一つのセット「おもてなし」として捉え PR しています。</p> <p>県は、PR 活動の拠点として、上海やニューヨークに事務所を開設しました。さらに、知事のトップセールスの下、在外領事館において、米国のオピニオンリーダーを招いた食文化提案会や、伝統工芸展の開催などを展開しました。</p> <p>また、石川県で開催された世界的な食のイベント「Cook it Raw」は、世界的に著名なシェフに帯同するアメリカ、イタリア、スイス等のメディアにより取り上げられ、石川の食文化を支える農林漁業、伝統産業、おもてなしの質の高さを海外に広く知らしめることに貢献しました。</p> <p>こうした世界メディアを通じた海外への情報発信は、日本食の中に位置付けられる石川の食に対するブランドイメージを高めることにつながるものと考えられます。</p>

視点 5 食文化の共有と継承のための仕組みづくり

食文化を活用した継続的な取組となるためには、食文化の発信を契機として内向きの(自己)変革へつなげることがポイントになります。

ここでは、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します。

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？

チェック 21

情報発信や気づきを地域で共有することで、地域固有の食文化が地域に浸透し、地域の誇りとなり、その担い手となる住民間で継承するようなものとなっているかを確認するものです。

地域の食文化を活用した地域の活性化の目的のひとつは、地域の食文化が継承の担い手となる地域住民に浸透し、住民間・世代間でそれが継承されることです。よって、単発のヒット商品やイベント開催、食育にとどめず、若い世代が親世代となる将来を見据えた取組とすることが重要となります。

ヒント5-1 小浜市

WHAT?
何をしたか

地域内で食に対する意識が高まり、食文化の継承にボランティアとして参加する市民が増えました。

WHY?
きっかけは

小浜の食のまちづくりを支える市民ボランティアのなかには、「御食国(みけつくに)」という言葉が知らなかった方も多く、

- ・子供を通じて食育プログラムを知り、関心を持った方
- ・食育サポーター募集のチラシに目が留まり、何気なく応募した方
- ・地区公民館の方に勧められ、地域のためになるならと参加した方

など、きっかけも様々でした。しかし、多くの方が「地域のために何かできるなら…」との思いで、参加の呼びかけに応じました。

HOW?
どう行ったか

小浜市が「食文化館だより」や地区公民館を通じてボランティアを募集しました。特に、過去にキッズ・キッチンに参加したことのある父兄などを中心に呼びかけを行いました。

市民ボランティアは、食育等を通じて関わった子供たちや地域住民、農家、来客者との触れ合い、これらの活動が地元ケーブルテレビ等で取り上げられることなどを経て、次第に実感や自信が築かれてきたそうです。

また、市民ボランティアが生き生きと活動ができるよう講師の台詞や動作手順をマニュアルにまとめるなど、市はきめ細やかなサポートに徹したことも参加者の増加に大きく貢献しています。



グループマーメイド(左)と、食育サポーター(右)の市民
※御食国若狭おばま食文化館ホームページより

ヒント5-2 石川県

WHAT? 何をしたか	外部からの評価を得て、石川の里山・里海の大切さを地元生産者が再認識するに至っています。
WHY? きっかけは	世界的な食のイベントの開催地が、石川県となったことで、それまでにはない外部からの評価が、地元生産者等にとって良い刺激となりました。
HOW? どう行ったか	<p>「Cook It Raw」では、地域で活動する里山保全会の方のナビゲートの下、参加したシェフ自らが、里山に足を運び山菜を採取するなど地域の自然保護活動に取り組んでいる方や、生産者との交流も活発に行われました。</p> <p>特に、持続可能な伝統狩猟である「坂網猟」による鴨猟は生物多様性の保全の観点からも高い評価を受け、地元生産者に里山・里海の大切さを再認識させるきっかけとなっています。</p> <p>これらの海外による評価を受け、飲食業、宿泊業、旅行業団体等で構成する民間団体と県は、今後、インバウンドが増加することを見込み、宿泊業界、観光業界の関係者を対象とした一流ホテルスタッフを講師に迎えた研究会・セミナーの開催など、外国人富裕客の受け入れ態勢の整備を進めています。</p> <p>平成 22 年には、600 人を超えるホテル・旅館等の観光関係者を集め、海外富裕層受け入れのための意識喚起を目的とした会議を開催し、業界ぐるみの体制づくりに向けて取り組み始めています。</p>

■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 22	<p>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？</p> <p>食文化活用の取組が、地域や家族の絆を深める工夫があるかを確認するものです。</p> <p>取組の成果は、ヒット商品やイベントの盛況だけではありません。取組を通じ、地域内の住民や、家族が絆を深めることで、その地域に食文化が根付き、持続可能な取組へと発展していくものと考えます。</p>
----------------	--

ヒント5-3 小浜市

WHAT? 何をしたか	市内の全小・中学校で、校区内の生産者から優先的に食材を調達する『校区内型地場産学校給食』を実施し、地域の生産者と学校との交流を深めています。
WHY? きっかけは	「御食国若狭おばま・食の教育推進事業（平成 14 年）」の一環として、各学校の校区内で生産された食材を生産者から直接調達することで、地域に根ざした学校づくりを目指して実施されました。
HOW? どう行ったか	<p>『校区内型地場産学校給食』は、学校給食の食材調達の優先順位を、 1.校区内 → 2.市内 → 3.県内 → 4.県外 としています。</p> <p>市の呼び掛けで、校区内に学校給食応援生産者グループを編成し、校区内の生産者から野菜や米、水産物などの食材を直接学校に納入してもらっています。また、足りない食材は、優先順位に基づき、市内外の業者（青果卸売など）に依頼し補完する仕組みです。</p> <p>当初は、予算制約や数量確保の問題から、校区内での食材調達を困難とする意見も出ましたが、取組にあたって第一の目的を『地域の生産者と学校との交流』とし、食材の調達は「可能な範囲から始めて、徐々に拡大していく」といった方針をとりました。</p> <p>これにより、予算や数量の制約をクリアし、校区内自給率も徐々に上昇させています。</p>

チェック 23	<p>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？</p> <p>食文化を活用する重要なテーマのひとつである「次世代への継承」について、その取組の有無を確認するものです。</p> <p>事例においても、食文化活用の取組の目的のひとつに「次世代への継承」を掲げるものが多くみられます。</p>
----------------	---

ヒント5-4 一関市

WHAT? 何をしたか	<p>平成 19 年から、市内の小学 5～6 年生を対象に、もち本膳の授業を開始、平成 24 年からは、授業の対象を地元の栄養士や、学校給食センター職員などを対象とした講習会も開講しています。</p>
WHY? きっかけは	<p>もち本膳を中心とするもち食文化を維持・継承するにあたり、食生活が変化した家庭を対象とするよりも、子供たちへ、子供たちから家庭への伝承を目指そうと考え、もち本膳の授業を開始しました。</p>
HOW? どう行ったか	<p>もち本膳の講習会は、会場こそ学校の教室ですが、それ以外は、伝統にのっとった本膳が再現されます。もち本膳の進行役となる「おとり持ち」役を地域の長老が担い、食器や御膳も正式なものを毎回利用しています。</p> <p>一関市では、次世代への伝承はもちろん、もち本膳を世代間の交流にも活用しています。</p> <p>ある小学校では、本膳の体験を地域のお年寄りとの交流に活用として、児童が「おとり持ち」となり、地域のお年寄りにもちを振る舞うといった試みを実施しました。</p> <p>平成 24 は、もち本膳の授業をできる人材を育成するため、地元の栄養士や学校給食センター職員など、給食に係わる大人たちを対象に、講習会を実施しています。</p>



もち本膳研修会の様子 ※一関市ホームページより

海外情報●フランス“味覚の一週間”

「幼稚園における「味覚の授業」—旬の野菜を用いた授業風景」

フランスの「味覚の一週間」では「味覚の授業」を通じて、子供たちへ味覚を育てるための取組が行われています。

フランスのとある幼稚園での「味覚の授業」では、野菜（かぼちゃ）を用いたレッスンが行われています。秋に収穫されるあらゆる種類の旬のかぼちゃが教室に並べられ、子供たちは様々な種類のかぼちゃがあることを「見て学ぶ」ことが出来ます。また、レッスンの最後では、これらのかぼちゃを使用した「パンプキンスープ」を実際に味わうことで、「食べて知る」ことが出来ます。

こうした「見て学び」、「食べて知る」、体感を伴う「味覚の授業」は、幼少期の子供たちの感性に直接訴えかけることができ、味覚を教え・鍛えるための工夫を凝らして行われています。



様々な旬の野菜(かぼちゃ)を用いた授業風景 ※細川委員提供写真

海外情報●フランス“味覚の一週間”

「「味覚」を表現し、伝えることの重要性」

「味覚の一週間」では「味覚の授業」を通じて、子供たちへ味覚を教えることのみでなく、それを正しく表現することを高く求めています。

同じ食材でもとれる時期、品種により味が変化すること、味の組み合わせによる変化をきちんと表現し、他人に伝えることが、「食」の重要な構成要素である食材の固有の価値、食べることの喜びを共有することを可能にし、「食べる」こと全体の見直す基礎を形づくることが意識されています。



味覚の授業を受ける子供たち ※細川委員提供写真

ヒント5-5 一関市

<p>WHAT? 何をしたか</p>	<p>旅館、ホテル、結婚式場、道の駅等が、もち料理の提供を開始するに至っています。</p>
<p>WHY? きっかけは</p>	<p>もち食に関する公の団体が初めて設立された当初は、もち食が文化として売り出せるという考えを持つ人は少なく、観光資源としても取り上げられていませんでした。 そうした中、平成 22 年に「一関もち食推進会議」は、地元のもちメニュー提供店舗、農家、商工会、観光協会等のメンバーにより構成され、取組をスタートさせました。</p>
<p>HOW? どう行ったか</p>	<p>推進会議メンバーによる活動を通し、もちサミット出店店舗など、もち食を提供する外食店も増えました。 結果、家で食べるものであったもち料理が、外でも食べることができるものとなり、サービスエリアや道の駅、直売所、ホテル等でもちを提供する場所が増えています。 また、ホテルでは結婚式等において 1~2 品のもち料理を提供したり、冷凍もちを利用してメニュー提供したりする店も増えている等、もち食が復活する動きがあります。</p>



市内直売所で販売されているコガネモチ ※一関市ホームページより

■ 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 24	<p>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？</p> <p>ここでは食文化を将来に渡って継承させていくための仕組みとして、食文化を提供する側の人材育成等を行っているかを確認するものです。</p> <p>事例によると、地域の食文化は、書物などで残っているものは少なく、人伝え(口頭)により継承されているケースが多いです。その担い手となる人材の育成は、食文化継承の重要なテーマとなります。</p>
----------------	---

ヒント5-6 小浜市

WHAT? 何をしたか	食文化を継承する人材育成のための制度づくりをしました。
WHY? きっかけは	市は、食に関わる人々の優れた技術や知識を、交流・体験の場などで活用し、これらの普及、後継者育成の仕組みを構築し、運営を開始しました。 (御食国若狭おばま「食の達人」・「食の語り部」認定事業)
HOW? どう行ったか	小浜市では、料理や加工の技術(腕)も、重要な食文化であるとの考えの下、郷土料理であるへしこやなれずしづくりの名人などを「食の達人」として認定しています。「食の達人」は、地区公民館などで市民を対象とした講習を行っています。 また、食文化の基本は語り継がれてきたものであり、近年は世代間のコミュニケーションが減っていることから、食文化の存続が危機にあるとの認識のもと、地域の食文化を熟知している市民を「食の語り部」として認定しています。若年層を対象とする体験学習や講習会に「食の語り部」を招き、その地域の食文化を伝承しています。

ヒント5-7 石川県

WHAT? 何をしたか	本物志向の富裕層をおもてなすための接客について研修会、勉強会を開催しています。
WHY? きっかけは	国内旅行の需要縮小とともに石川県の観光産業の縮小が課題となっています。こうした影響は旅館・ホテルの宿泊業に限らず、飲食産業や伝統工芸産業など多岐にわたる産業に影響を与えています。持続可能な観光をめざし、海外の観光客・富裕層を積極的に受け入れる体制づくりが開始されました。
HOW? どう行ったか	富裕層を誘客する体制づくりとして、石川県の有志企業と行政の協力の下、 The Real Japan いしかわプロジェクト推進協議会を立ち上げました。 メンバーには、宿泊関連事業者をはじめ、飲食業や旅行業の事業者、また行政関係者も参画しています。 協議会では、海外富裕層の本格的受入には、その受入体制づくりを進めていく必要があると考え、石川県のホテル・旅館業関係者に対し、顧客満足度向上のための研修会・勉強会の開催、国際的なホテルの創業者、3つ星レストランのシェフを招いての講演会を実施し、石川県のおもてなしの質的向上に向けた取組を行っています。

海外情報●フランス“味覚の一週間”

「「味覚」の継承を担う人材の育成」

20年以上の開催の歴史のある「味覚の一週間」の取組は、現在では味覚を伝える新たな伝承者を生み出しています。

現在、「味覚の授業」の講師として参加する料理人や生産者の中には、小学生のころに「味覚の授業」を経験しており、その授業内容を工夫し、地元の食材、料理を用いたオリジナリティあふれる取組に進化しています。

継続的に取り組んできた一つ一つの成果が次世代を担う人材の育成に繋がっています。

海外情報●イタリア“スローフード”-イタリア各地

「農家に代わって地域食文化の魅力を伝える地域のナビゲーターの存在」

カンパーニャ州のヴェスヴィオ山麓のトマト、ピエンノロ、アマルフィ海岸のレモン、スフザート、チェターラの魚醤コラツォーラ、トスカーナ州のクティリアーノの地栗にしても、これらの手間のかかるものづくりを支えているのは、その価値を理解する消費者の存在です。そして、こうした応援団を増やすべく、地域では、地域の食文化を消費者に伝えるナビゲーターが活躍しています。

それらは、農業普及員であったり、観光局の若者であったり、役場の農林課の職員だったり、様々ですが、彼らが、忙しい生産者に代わって対応してくれます。生産現場のガイドやそれを味わえる食堂、買える店と連動した適切なガイドは、何より重要です。郷土を愛する人々のボランティアによるガイドも少なくありませんし、プレジディオに選ばれた食材を持つ他の町や村との交流によって、地域の食文化の価値を伝える手法を培っているという側面もあります。その地でしか味わえない味覚に出会える食の観光という新しい流が町の経済にも貢献する中、そうした地域のナビゲーターの存在はますます重要となっています。

チェック 25	<p>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？</p> <p>食文化を継承させていくための仕組みとして、食する側(食文化の需要側)の人材育成等を行っているかを確認するものです。</p> <p>食文化を継承させていくポイントのひとつに、食する側の人づくりとして「次世代の舌づくり」が重要とする考え方があります。</p>
----------------	--

ヒント5-8 小浜市

WHAT? 何をしたか	<p>市民が食に関する正しい知識を身につけ、安全で、健康面に配慮した食生活を実践できる力を養う取組を行っています。</p>
WHY? きっかけは	<p>食育推進のための計画改定時（平成 23 年度）に、各種の食育プログラムによる成果が認められる一方、「各家庭における食生活のあり方については課題も多く、市民の健康面への波及効果も明確に表れているとは言い難い」との評価を行い、今後の課題としました。</p>
HOW? どう行ったか	<p>市民のライフスタイルが多様化し、多種多様な加工食品が市販され、輸入食材等が安価で簡単に手に入るようになるとともに、食生活の多様化も急速に進んだことから、市民の食生活や食に対する考え方も一様ではなくなっています。さらに、インターネットの普及等により、常に膨大な食に関する情報が溢れていることから、食品等の本来の姿が見えにくい状態となっています。</p> <p>そこで、市は、市民が食および食育に対する意識を高め、食に関する正しい知識を身につけ、安全な食べ物を選び、健康面に配慮した食生活を実践できる力、いわゆる「フードリテラシー(※1)」や「選食力(※2)」を持ち得ることが重要と考え、今年度からガイドブックの作成に着手し、翌年度以降、講習会等で活用していく予定です。</p> <p>これは、食品の栄養、健康に留意した調理方法や食べ方、郷土料理や食文化、食の安全・安心などに関する内容を盛り込んだものであり、食生活の実践的な手引になるものとして、子どもから高齢者までの多くの市民に愛用してもらえよう、その周知および利用の促進に努めようとの考えに基づいています。</p> <p>さらに、翌年度以降は、市民が、先のガイドブックの内容を深く理解し、日常生活に取り入れるためのきっかけ作りとして、食生活についての検定を実施する予定です。</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ ※1 フードリテラシー／食材の生産・加工・流通・調理・摂食・廃棄、並びに食文化、歴史、伝統など食に関する知識や情報の中から、必要な情報を引き出し活用することが出来る力や応用力。 ▶ ※2 選食力／食に対する意識を高め、正しい知識を身につけることで得られる、健康によい食べ物を選んだり、規則正しい健康的な食生活を送ることが出来る力。

海外情報●フランス“味覚の一週間”

「次世代の舌をつくるために—あるフランス料理人の取組」

次世代へ味覚を伝えていくための現場は、学校の教室だけではありません。

元フランス料理のNo.1シェフは、「味覚の一週間」の期間中、家庭に伝わる伝統的なパンをつくり、地元の本屋で無料配布するイベントを行っています。

母から子へ受け継がれてきたフレンチの味を次世代の若者へ受け継ぐためのこうした活動は、食を提供するプロの目から見て、フランスの伝統の味の継承する味覚への危機感から生まれたものでした。

「味覚の一週間」はこうした個々の取組に支えられ、次世代の舌をつくるための意識の醸成、啓発を行っています。



イベントを実施するシェフ(中央)

※細川委員提供写真

■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 26	<p>「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？</p> <p>地域づくりの重要なキーワードのひとつに「人づくり」が挙げられます。ここでは、「食文化の継承」を人づくりの一環と捉え、食育等の各種の取組に活かしていかなければなりません。</p>
----------------	--

ヒント5-9 小浜市

WHAT? 何をしたか	「人づくり」の考えを基底とする食育の推進を行っています。
WHY? きっかけは	小浜市における「食のまちづくり（平成12年度～）」は、「地域づくりは『人づくり』」の考えを基本にスタートさせています。
HOW? どう行ったか	<p>小浜市では、飛鳥・奈良の時代からの「御食国（みけつくに）」の歴史に着目し、「食」を中心に据えたまちづくりを展開しています。</p> <p>平成13年度に制定された「小浜市食のまちづくり条例」の基本理念（第三条）では、「人材育成や市民協働、ボランティアへの参加、地域一体となった産業振興、市民協働で地域づくりに参加することが、まさに人づくりにつながる」と定めています。</p> <p>食育推進に係わる現行計画においても、「健康」「教育」「産業」「食文化」といった“食”に係わる各分野の取組を定めていますが、その中心には上記の「人づくり」を置いています。</p>

健康

Point 市民のフードリテラシー・選食力の獲得と地産地消推進

- 元気食生活実践ガイド（仮称）の作成
- 食生活検定の実施や実践ガイドの各種事業への活用

目標値

- 食生活検定合格者 - ⇒ 1,500名
- メタボ予防・改善のための食事・運動等を半年以上実践している者の割合 - ⇒ 60%以上
- う歯のない者の割合
 - 保育・幼稚園 43.79% ⇒ 50%
 - 小学校 39.27% ⇒ 45%
 - 中学校 1.6本 ⇒ 1.0本以下

教育

Point 地場産学校給食の質的向上・学習内容の充実

- 分づき米、地場産魚等の給食への導入
- 農業体験における土づくりの導入

目標値

- 分づき米を使用する教育機関
 - 小中学校 - ⇒ 7校
 - 保育・幼稚園 - ⇒ 全園
- 農業体験での土づくり実践
 - 保育・幼稚園 1園 ⇒ 全園

産業

Point 食育を産業面へ活用・地場産物のブランド化・商品開発

- 食育ツーリズム
- 環境保全型農業・土づくりの取組み支援
- 地場産物を活用した新商品開発等
- 「地産地消をすすめる店」制度の拡充

目標値

- 食育ツーリズムの参加者数 - ⇒ 4,000人
- 食に関する観光交流人口
 - 食文化館 22万人 ⇒ 32.2万人
 - 道の駅 34.5万人 ⇒ 54.5万人
- 特別栽培農産物の作付面積 25.1ha ⇒ 37ha

食文化

Point イベントや産業健康・産業面へ波及への活用

- 各地の食文化をデータベース化・体験ワークショップ等の開催
- 食のまつりや食育ツーリズムへ活用

目標値

- 各地区伝統食・伝統行事のデータベース化と体験ワークショップ等の開催 - ⇒ 12地区

人づくり

Point おばま SNS を活用した市民ボランティア活動の活性化

目標値

- おばま版地域 SNS に参加する食関連団体数 - ⇒ 10団体

協働

健康・産業面へ波及

※小浜市元気食育推進計画—みんなで育む生涯食育—(平成23～27年度)より