

現地調査対象地域

現地調査候補地については、偏りなく事例が検証できるよう、また「日本食文化ナビ」活用者が必要とする情報を引き出せるよう、下記の4点に留意し抽出・選定を行った。

- 1) 地域バランス
- 2) 「日本食文化ナビ」に照らした状況(【視点0】～【視点5】)に偏りが無いよう抽出
- 3) 「日本食文化ナビ」から見た取組内容がわかりやすい地域
- 4) 取組の中で、課題が明確な地域

● よくできている ● 現在進行中 ○ これからの取組

No.	地域	団体名	取組内容	食ナビに照らした状況
①	山形県	おきたま食のモデル地域実行協議会	地域の誇る食を都市部へ販売。その成功体験を地域に還元し、おきたまモデルとして根付かせようとしている。	視点 0 ● 1 ● 2 ● 3 ○ 4 ○ 5
②	New 栃木県	栃木県干びょう生産流通連絡協議会	300年の歴史を誇る干瓢文化の伝承を、現在の目線で見直し、推進している	視点 0 ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5
③	長野県	若穂食のモデル地域実行協議会	信州で古くから食されていた狩猟料理を現代版のジビエ料理として継承、地域の食として根付かせる取組を推進している。	視点 0 ○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5
④	新潟県	雪国観光圏推進協議会	雪深い地域ならではの知恵と工夫を凝らした地域の食を提供する仕組みづくりを推進中。	視点 0 ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5
⑤	三重県	鳥羽HOSUプロジェクト協議会	日本の「祝い魚」の消費拡大と活用による地域活性化、干物と海女文化を発信する。	視点 0 ● 1 ● 2 ● 3 ○ 4 ○ 5
⑥	島根県	邑南町食のモデル地域実行協議会	A級グルメ立町として、地域産品の消費拡大と農業振興を町全体で推進している。	視点 0 ● 1 ● 2 ● 3 ○ 4 ○ 5
⑦	New 高知県	馬路村農業協同組合	古くから栽培する柚子を絞り商品化。商品だけでなく、柚子のある暮らしを県外に提案し、柚子の村としてブランド化。	視点 0 ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5
⑧	熊本県	菊池川流域「米」モデル推進協議会	「米」の食文化を創造し、国内外への情報発信によるブランド化を推進する。	視点 0 ○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5
⑨	New 大分県	大分大山町農業協同組合	時代を先読みした地産地消の取組が今に生きており、近年は地場野菜により観光集客につなげている。	視点 0 ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5
⑩	沖縄	やんばる畑人プロジェクト	やんばる産100%スパイスの開発、やんばる流おもてなし(食文化)の発信	視点 0 ○ 1 ○ 2 ● 3 ● 4 ● 5

※Newと記した地域は、第1回検討会を受けて変更・追加した地域

調査対象地域（協議会名称）

栃木県下野市（栃木県干びょう生産流通連絡協議会）

計画推進スローガン／テーマ

かんびょうの消費拡大と地域振興

地域の概要・取組の概要・選定理由**●地域の概要（地域食文化、歴史、背景）**

栃木県におけるかんびょう文化が地域に根差して300余年。国内生産量の9割を占める栃木の顔ともいえる食材として、かんびょうは欠かせない存在となっている。

しかしながら、全国的にみると、かんびょうの存在はあまり目立つものではなく、食材としての認知も薄い。栄養価の高さや保存食としての価値など、栃木では当たり前のことが、全国的にほとんど知られていない。このような現状を改善すべく、地域におけるかんびょうそのものの存在をもっとわかりやすく、訪れた方々にも十分な理解がされるような取組を、かんびょう文化伝承300年を契機に、推進している。

●取組の概要

下野市ほか、干瓢の生産者にて結成。干瓢の普及促進のため、干瓢を使用したレシピや特産品の開発など、地域の食文化発展に貢献している。

干瓢文化が地域に根付いて300年を契機に、さまざまな地域での取組を強化。県内の旅館や飲食店との連携を図りながら、提供される献立に干瓢を使用したり、原料である夕顔を夏限定のメニューとして紹介するといった露出を高めている。

今後もさまざまなイベントを通じて、干瓢文化の伝承を地域レベルで発信し、来訪者との接点を増やしていく取組を強化している。



栃木県干瓢商業協同組合ホームページより

●選定理由（日本食文化ナビの視点から調査すべきと思われる事項）

夕顔・瓢箪を割いて干すという保存食の干瓢文化が地域に根付いている土地柄であり、地域内での食文化の伝承がなされている。こうした地域に残る食文化を域外の人に認知してもらいながら、干瓢の価値やその歴史をより多くの人に知ってもらおう取り組みであり、他の地域にとってのヒントが得られる例としてわかりやすい。

・取組が良くできている点：

地域住民は、干瓢のある暮らしが当たり前であり、その当たり前を踏まえたうえで、外に対して何をしたいかが明確になっている点。

・不足していると思われる点：

県内での取組の認識は高いが、全国的な発信となると、情報が埋もれているのが実情である。

調査対象地域（協議会名称）

高知県安芸郡馬路村（馬路村農業協同組合）

計画推進スローガン／テーマ

地元食材を活用し、地域の暮らしを守る取組

地域の概要・取組の概要・選定理由**●地域の概要（地域食文化、歴史、背景）**

高知県の東部に位置する人口千人にも満たない小さな村は、市町村合併の波にも乗らず、自主独立の道を推し進めている。その理由として、村民の自立意識が高く、小規模でできることを常に考え、特産品であるゆずの加工やその販売から地域内資金循環を進め、現在もなおその取組を強化推進し続けている。村自体をブランドにする戦略で、観光施設の整備、地元産品の開発、森林鉄道の復元等に取り組む。

●取組の概要

商品開発では「おらが村」方式で、「ごっくん馬路村」などユズ製品シリーズが大ヒット。市場価値の低かった地元産のユズを再評価させ、今では数十億円の売り上げを誇る。地元「やなせ杉」を使った木工品も評価が高い。

観光との連携も盛んで、村民による観光ガイド、自然や地元産品を活かした体験型観光も評判である。

馬路村ホームページより

**●選定理由（日本食文化ナビの視点から調査すべきと思われる事項）**

山村が抱える課題を、地域のアイデアで独自に解決に結びつけている。

・取組が良くできている点：

早くから産地直送に取り組み、地域の産物を商品化するとともに、不便な田舎であるというハンデを上手に活用して、ブランド化にも成功している。

・不足していると思われる点：

高齢社会が進む中、人口減少に歯止めがかからず、今後のマンパワーについては懸念材料。

調査対象地域（協議会名称）

大分県（大分大山町農業協同組合）

計画推進スローガン／テーマ

地域食材を通じた交流事業の拡大

地域の概要・取組の概要・選定理由**●地域の概要（地域食文化、歴史、背景）**

大都市東京を中心に、日本が大量消費の真っ只中にあつた1970年代に、オーガニックを謳い、ある意味で今の日本を先読みした取組を進めていた。環境にやさしい農業を進め、手間のかかる分、その価値を前面に押し出した地域一体となった取組はNPC活動として一世を風靡、貧しい農村が、高次元農業へかわるための目標感を持った農業革命へとつながっていった。その流れは、農村こそ豊かな生活を送れる場所といった、地域に誇りを与え、楽しく暮らすコミュニティの形成へとつながった。

●取組の概要

働くねがい、学ぶねがい、愛のねがいという3つのねがいを地域の理念として、桃や栗を植え、高付加価値農業から得られる所得の向上と、心の満足度の向上を進めてきた。

地域の特産品として、梅を中心とした加工品販売や新鮮な旬の産直野菜の販売を行っている。

地域の食をその場で食べられるよう、農家レストランを設営、農家バイキングを実施。県内外からの観光客誘致にも成功している。



大山町農業協同組合ホームページより

●選定理由（日本食文化ナビの視点から調査すべきと思われる事項）

高齢社会における、地域が抱える課題の解決方法について

・取組が良くできている点：

地域全体を巻き込んだ総合的な取組。

・不足していると思われる点：

若い世代が少ないため、今後どのような展開を考えているか、先進地の考える食文化の継承。