

農林水産大臣賞受賞

Hot city 生産量日本一とうがらしの郷大田原

おおたわら さとづくりすいしんきょうぎかい
受賞者 大田原とうがらしの郷づくり推進協議会
(栃木県大田原市)

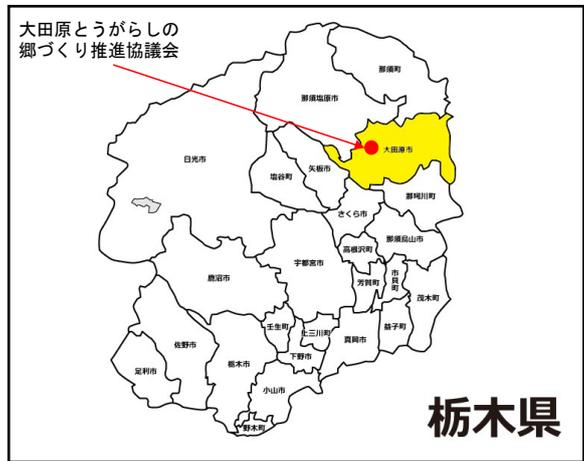
■ 地域の沿革と概要

大田原とうがらしの郷づくり推進協議会のある大田原市は、栃木県の北東部に位置し、東西に長い形状を呈しており、市境の東側は県境として茨城県及び福島県と接している

平成 17 年 10 月に大田原市、旧湯津上村、旧黒羽町の三市町村が合併し、東部には八溝山地が茨城県との県境に沿って延び、中央部から西部にかけては、日本有数の鮎の漁獲量を誇る那珂川と箒川に囲まれた那須野が原扇状地の扇端付近にあたる平地が広がっている。

水稻は県内第 1 位の収穫量 31,900 t（令和 4 年産）、令和 5 年 8 月 1 日現在の市の人口は 70,548 人で、30,631 世帯が生活している。

第 1 図 位置図



■ むらづくりの概要

1. 地区の特色

昭和 38 年頃の大田原市は、全国生産量 NO. 1 のシェアを誇る唐辛子産地であったが、昭和 45 年以降に円高の影響で輸出が難しく、市場流通は中国など海外産が中心となり、唐辛子栽培は衰退した。

このため、「とうがらしの郷大田原」を復活させ、唐辛子畑の風景と新しい食文化を観光資源にしようと考え、平成 18 年 10 月に、市内の酒造会社、飲食店、小売業者、ホテル、菓子業者、生産者等、30 人で構成する「大田原とうがらしの郷づくり推進協議会」を発足した。

第 1 表 地区の概要

事項	内容
地区の規模	新市町村単位の集団等
組織の性格	機能的な集団等
人口等	総人口 72,087人 総世帯数 29,792戸
農業経営体数 (内訳)	農業経営体数 3,042経営体 個人経営体数 2,988経営体 団体経営体数 54経営体 (内、法人経営体数) 39経営体
農用地の状況 (内訳)	総土地面積 35,436ha 耕地面積 10,960ha 田 9,810ha 畑 1,150ha 耕地率 30.9% 一経営体当たり耕地面積 3.6ha

注：大田原市のデータ

四捨五入のため、計と内訳が一致しない場合がある

推進協議会では、唐辛子生産拡大のため、生産者の会を組織し指導・相談体制を整備するとともに、小学校等教育現場と連携した唐辛子栽培の普及、市内や首都圏での各種イベントでのPRによる唐辛子を核にした市全体の活性化に関する活動を行っている。

2. むらづくりの基本的特徴

(1) むらづくりの動機、背景

ア むらづくりを推進するに至った動機、背景

① 唐辛子との出会いと「栃木改良三鷹」の開発

大田原市と唐辛子の出会いは昭和初頭、東京で緑屋商店(現・吉岡食品工業株式会社)を創立し、カレー粉用唐辛子の製造販売に従事していた吉岡源四郎氏は、当時唐辛子栽培の拠点としていた武蔵野周辺から、耕作地拡大並びに品質改良を図るため、昭和16年に大田原市に拠点を移した。その後、栃木県の補助事業を活用して、大規模な栽培普及に乗り出し、昭和30年に新品種「栃木改良三鷹(略称:栃木三鷹)」を開発した。



写真1 栃木改良三鷹

栃木三鷹の特徴は、辛味が強い、色調が良い、形状が揃っている、収穫量が多い、摘み取り・乾燥などの作業が容易、保存に強い、などが挙げられ、栽培・流通する上で非常に優れた品種である。

② 全国NO.1の唐辛子の産地から衰退の流れ

栃木三鷹はその特性から、唐辛子ブランドとしての地位を築き、昭和38年頃には、大田原市は全国生産量NO.1のシェアを誇る唐辛子産地であったと言われている。

しかし、昭和45年以降に円高の影響で輸出が困難になるとともに、国内の唐辛子流通は中国など海外産が中心となっていった。また、高度経済成長により市内の労働力は農業から工業に流れ、大田原市の唐辛子栽培は衰退していった。



写真2 昭和40年頃のとうがらし畑

イ むらづくりについての合意形成の過程とその内容

大田原市観光協会は、大田原地区の観光資源が少なく、市内への観光客入込数が県内で最も低いことから、歴史的背景がある「唐辛子」に着目し、「とうがらしの郷大田原」を復活させ、唐辛子畑の風景と新しい食文化を観光資源にしようと考え、当時の観光協会会長が吉岡食品工業(株)に依頼し、アドバイザーとして協力してもらうこととなった。

平成14年、大田原市観光協会と大田原商工会議所が中心となり、吉岡食品工業(株)と連携して町おこしを開始し、平成15年には、市内の飲食店などと協力し活動を本格化していった。

その後、平成18年10月に、市内の酒造会社、飲食店、小売業者、ホテル、菓子業者、

生産者等、30人で構成する「大田原とうがらしの郷づくり推進協議会」を発足し、事務局は商工会議所が務めている。

ウ 現在に至るまでの経過等

① 市内小中学校への苗の配布

協議会設立にあたっての現状分析として、大田原市産業文化祭で「唐辛子に関するアンケート調査」を実施した結果、「とうがらしの郷大田原」を根強く浸透させるには、若年層への普及活動が必要不可欠であると考えた。

そこで、市内の小中学校の児童・生徒たちに「大田原と唐辛子の歴史」を知ってもらうため、唐辛子の苗を無料配布し、学校菜園で栽培する企画を平成18年度から開始した。当初は市内小中学校36校中14校の参加であったが、今では毎年9割の小中学校が参加している。



写真3 提供した唐辛子の苗を植える小学生

② 生産者の会の立ち上げ

設立当初4戸であった生産者数は、年々増加し、平成22年に64戸まで伸ばした矢先、東日本大震災が発生したため、原発事故に伴う放射能の風評被害を懸念し、やむなく生産者数を14戸に減らした。

風評被害が収まりつつあった平成29年に、大田原市の唐辛子産地化の再スタートとして、協議会から生産者会員を分離し、「大田原とうがらし生産者の会」を立ち上げ、生産に専念する体制とした。

③ とうがらし生産量日本一宣言と栃木三鷹の地域団体商標登録

農林水産省が2年ごとに行う「地域特産野菜生産状況調査」を分析し、平成24、26、28年の調査で市町村別生産量が3回連続全国1位であったことを調べ、さらに平成30年調査でも1位であり、令和元年には、生産者の会の会員数が189戸(1,884a)まで拡大したことから、令和元年6月24日に「とうがらし生産量日本一宣言」を行った。

令和3年、栃木三鷹の更なるブランド化を図るため、市内で生産された三鷹品種のとうがらしを使用した唐辛子粉を「栃木三鷹」として商標登録出願し、令和5年7月に登録された。



写真4 とうがらし生産量日本一宣言

■ むらづくりの特色と優秀性

1. むらづくりの性格

かつての唐辛子生産量日本一の産地を取り戻し、地域の活性化につなげるため、農・商・工が一体となった協議会を平成18年に設置し、活動を行っている。

構成員は生産者、加工会社にとどまらず、酒造会社や飲食店、小売業者など多岐にわたり、各会員の得意分野を生かした商品開発やPR活動を展開しており、唐辛子生産では、生産者の会を組織し指導・相談体制を整備することで、生産者の増加に努め、遊休農地の解消にも貢献している。

また、教育現場と連携した取組による郷土愛の醸成への貢献や、市内や首都圏イベントでのPRによる都市農村交流の促進など、唐辛子を核とした市全体の活性化につながる幅広い活動を展開している。

2. 農業生産面における特徴

(1) 全国トップの唐辛子収穫量、安定した販路の確保

平成12年より、大田原市は全国上位の収穫量を誇っている。

生産者の会が生産した唐辛子は、吉岡食品工業(株)が全量買い取り、販売を行っており、全国各地の食品製造業者や飲食店が栃木三鷹を取り扱っている。

第2表 地域特産野菜生産状況調査（農林水産省）

市町村別（都道府県1位～3位より抽出）

年度	1位			2位			3位			4位			備考
H12	千葉県	千潟町	48.64ト	栃木県	大田原市	24.07ト	山形県	東根市	20.77ト				生・乾燥混在
H14	栃木県	大田原市	28.12ト	千葉県	柏市・沼南町	9.5ト	福岡県	宝珠山村	5.68ト	奈良県	山ヶ瀬村	2.48ト	生・乾燥混在
H16	北海道	旭川市	27.6ト	千葉県	柏市	18.62ト	栃木県	大田原市	16.1ト				生・乾燥混在
H18	千葉県	柏市	18.69ト	栃木県	大田原市	18ト	福岡県	北九州市	16.12ト				生・乾燥混在
H20	栃木県	大田原市	13ト	北海道	旭川市	12.16ト	福岡県	東峰町	7.2ト	大分県	日田市	6.8ト	乾燥重量
H22	山形県	東根市	10.88ト	栃木県	大田原市	9ト	東京都	八丈町	6.16ト	大分県	日田市	3.64ト	乾燥重量
H24	栃木県	大田原市	16.83ト	山形県	東根市	12.32ト	東京都	八丈町	6.72ト	大分県	日田市	3.23ト	乾燥重量
H26	栃木県	大田原市	18.6ト	山形県	東根市	12.19ト	大分県	九重町	7.56ト				乾燥重量
H28	栃木県	大田原市	20ト	福岡県	河崎町	12.75ト	兵庫県	丹波市	9.8ト	兵庫県	神戸市	9.6ト	乾燥重量
H30	栃木県	大田原市	29.4ト	千葉県	旭市	9.35ト	兵庫県	丹波市	7.92ト	福岡県	川崎町	7.84ト	乾燥重量

※農林水産省地域特産野菜生産状況調査結果から調べた唐辛子収穫量

※大田原市の重量は乾燥重量で算出

(2) 生産の組織化と遊休農地の解消に貢献

栃木三鷹の種や苗は、会員に限定して配布している。会に加入後は吉岡食品工業(株)の従業員が丁寧に栽培指導を行うため、新規栽培者も安心して栽培を行うことができる。

また、県那須農業振興事務所と連携し、定期的に栽培管理指導を行うとともに、生産者の会では地区ごとに班分けを行い、班長が責任を持って生産者をサポートしている。



写真4 栽培講習会の様子

唐辛子の出荷は1～3月に行われ、生産者は40～60万円/10aの収入を得ることができ、農閑期の収入になること、品目の特性上、鳥獣被害がほぼないことから、作付け品目として市でも推進しており、遊休農地の解消につなげている。

(3) 唐辛子を使った商品開発、各種PR活動

平成15年、唐辛子入りのラーメン、餃子、どら焼き、羊かんなど様々な商品を生み出し、平成16年には、近隣市町の各飲食店27店舗による唐辛子を使った料理の試食会を開き、とうがらし焼きそばや、パン、ラー油、卵、みそ、カレー、酒、和菓子、醤油など54品の新商品が誕生した。

平成19年、「第1回全国とうがらしフォーラム in 大田原」を開催し、唐辛子商品の販売や、講演会の開催などを実施し、全国にとうがらしの郷大田原をPRした。

平成20年、唐辛子商品のPRのため、唐辛子をモチーフにした「ピリカラ三兄弟」のキャラクターを作るとともに、専用シールを作り、大田原産唐辛子が使われていることが一目でわかるようにした。

平成24年、パンフレット「Hot city OHTAWARA (ホッとしておたわら)」を作成し、唐辛子商品取扱店のMAPと店舗ごとの唐辛子新商品を記載し、店舗への誘客を図った。

平成29年、大田原市のゆるキャラ「与一くん」を使ったマークを作成し、それまで使用していた「ピリカラ三兄弟」は「与一くん」が背負っている矢に使用した。

令和3年、栃木三鷹を使った料理「さんたからあげ」が大田原ブランドに登録された。



写真5 唐辛子を使った「さんたからあげ」

(4) メディアを活用した生産者の確保、魅力ある複合経営

近年、生産者の会会員の増加に力をいれており、新規唐辛子栽培者説明会の回数を増やし、チラシ、ポスター等を市の広報記事に掲載するなど、唐辛子栽培や生産のメリット等のPR活動を進め、東日本大震災や新型コロナウイルスの影響で一時は減少した生産者数は、令和5年度から再び増加している。

唐辛子の出荷は水稻の農閑期である1～3月に行うため、水稻との複合経営が容易であり、40～60万円/10aの収入を得ることができるとともに、冬場に行うもぎり作業は、高齢者や障害者の雇用の場ともなっている。

3. 生活・環境整備面における特徴

(1) 「いちご一会とちぎ国体」へのプランター提供

第77回国民体育大会「いちご一会とちぎ国体」で、大田原市の競技会場に唐辛子のプランターを設置し、全国からの多数の選手や来場者に、赤く色づく景観を届けた。

(2) とうがらしフェスタの開催、「ふるさと祭り東京」への出店

大田原産唐辛子のPRを目的とし、毎年11月に開催している「とうがらしフェスタ」で、唐辛子商品の販売や七味づくり体験を行っている。

栃木三鷹を使った唐辛子せんべいやカレー、ホルモン煮のほか、とうがらしの佃煮など珍しい商品も販売しており例年1万人以上が来場するイベントとなっている。

平成30年からは、東京ドームで開催される「ふるさと祭り東京」にも出店し、とうがらし地獄ラーメン、さんたからあげを販売し、非常に好評を得ている。



写真6 「ふるさと祭り東京」に出店

(3) 小中学校への無料苗の配布と加工体験

市内の小中学校に唐辛子の苗を配布するとともに、講師を派遣し、学校菜園で児童・生徒たちが育てた唐辛子を使って七味づくりを体験してもらい、栃木三鷹と「とうがらしの郷大田原」の周知活動を行っている。

最近では、ラー油づくりの体験学習を行う学校もあるなど、より一層唐辛子が普及していると感じている。

(4) 観光業等と連携した唐辛子の提供、移住の促進

唐辛子の料理や加工品を掲載したパンフレットを飲食店、宿泊施設に置き、県外からのお客様にも唐辛子料理を楽しんでいただくとともに、大田原のお土産として七味や一味が大人気である。

また、観光PRとして市、観光協会と連携し、各種メディアに積極的に情報発信を行っている。

今後、唐辛子を中心とした農商工観連携として、圃場や加工所の見学、唐辛子料理や七味唐辛子の加工体験等を盛り込んだバスツアーを計画しており、積極的に県外からの観光客を呼び込みたいと考えている。

平成30年には、唐辛子の苗植えと収穫を体験する移住体験ツアーを開催するなど、大田原市の魅力の一つとしてPRしてきたことから、今後も「とうがらしの郷大田原」と大田原市の魅力を全国に発信し、移住促進にも寄与したいと考えている。