

明日をひらく地域活性化のための情報誌

地域づくり



特集 ■ 地産地消による地域の
自立活性化

4

2009

ISSN 1340-8917



クリエイティブ篠栗



大和杉



鳴瀬ダム



世界一のねはん像（南蔵院）

- 1 巻頭エッセー ● 「水と緑が魅せる心豊かな庭園都市」を目指して 高谷茂男（岡山市長）

特集 地産地消による地域の自立活性化

- 4 地産地消の推進と地域活性化 永木正和（筑波大学大学院教授）
- 8 北海道富良野市 農業、商業、消費者を結ぶ地産地消による地域おこし 筒井紀行
- 10 青森市 新幹線開業にらみ新鮮産直市を駅前通りで展開 高澤 直
- 12 秋田県三種町 地域総ぐるみの地産地消活動を推進 泉 牧子
- 14 新潟県三条市 地域良質米使用による完全米飯給食 田村 直
- 16 福井県小浜市 「御食国若狭おばま」の食のまちづくり 大熊 武
- 18 三重県多気町 地域に食文化を発信する高校生レストラン 村林新吾
- 20 京都市 ウッドマイレージ削減に向けた地産地消の推進 佐藤幸雄
- 22 広島県世羅町 六次産業化で地域特産品開発と販売を促進 後由美子
- 24 福岡県赤村 都市との交流と地域産のこだわりが続く「百二十年の村。」 中原弘子
- 26 長崎県大村市 農業交流拠点による地産地消の推進 山口成美
- 28 地産地消の推進による地域農業の活性化 佐藤京子（農林水産省生産局技術普及課）
地産地消の仕事人
- 31 地域の力を活かした食育の推進 中田智子
- 32 新鮮農産物で作る「高岡井」で地産地消を推進 浦上節子
- 33 直売所のネットワーク化と販売情報システムの確立 須山 一
- 34 応援します地産地消 地域活性化センター
- 35 わが町の魅力を伝える都心のステージ ふるさと情報プラザ

レギュラーレポート

- 36 平成20年度地域づくり海外調査研究事業
フランス・スペインの観光政策と地域振興
- 団体探訪
- 38 NPO「ホールアース研究所沖縄事務所」
消費者と生産・小売り現場の「橋渡し」役 沖縄県那覇市
- 40 「まつり嬉野」
誰もが楽しめる温泉地づくりを目指す 佐賀県嬉野市
- 全国地域リーダー養成塾
- 44 ～第20期全国地域リーダー養成塾修了式～
新たに40人の地域リーダーが巣立つ 研修交流課
- 45 首長の思い「ふるさと さぬき」の創造 大山茂樹（さぬき市長）
- 48 センター通信

グラビア

- 2 地産地消による地域の自立活性化 42 第13回ふるさとイベント大賞
- 46 都道府県漫遊●福島県 47 手前みそですが…●長野県伊那市



吞山観音寺の福餅まき

篠栗町にある吞山観音寺で三月八日、春季大祭である「七福星まつり」が行われた。参道から境内までをユニークな「七福神行列」が練り歩き、かみしも姿の年男、年女が続いた。本堂で護摩焚きの厄払いを受けた後、年男、年女は真言密教の節分会「七福宝銭まき」（福餅まき）を行い、厄除けと招福開運、商売繁盛を願う参拝者らが競って「福拾い」をしていた。

吞山観音寺のある篠栗町は、粕屋町を挟んで福岡市に近接する交通の便の恵まれた人口三万一千人の町。福岡都市圏の「心と体の癒しの場」として、人が行き来する環境・健康・観光を意識した住みよい町を目指している。地方分権改革の流れの中で、地域の住民と行政が思いを一つに、安心して安全に楽しく住める「協働のまちづくり」に取り組んでいる。

●文：沢 ●カメラ：小形又男

●表紙：七福星まつり

（福岡県篠栗町）

「水と緑が魅せる心豊かな庭園都市」を目指して

～美しい心で岡山らしい政令指定都市を～

岡山市長 ● 高谷茂男



岡山市は中四国の交通の要衝であり、気候は温暖で、高度な医療、先進的な福祉、伝統ある教育などの比較優位性を備えている。市内を流れる旭川のほとりには、天下の名勝「後楽園」と岡山城が岡山のシンボルとして美しい姿を見せる。

また、今年四月、七十万岡山市民の念願であった政令指定都市への移行を果たしたところである。

私は平成十七年十月に市長に就任したが、就任後、真っ先に取り組んだのが、徹底した行財政改革と市政の長期的なビジョンづくりだ。行財政改革では四年間で二百三十億円を超える成果を上げたが、現況を考えると、まだまだ改革の歩みを緩めるわけにはいかない。

また、有識者や市民による「岡山みらい会議」を立ち上げて提言をいただき、それを踏まえて、おおむね二十年先の都市の姿を描く岡山市都市ビジョンを取りまとめた。その結果、「水と緑が魅せる心豊かな庭園都市」と「中四国をつなぐ総合福祉の拠点都市」が、目指すべき二つの将来都市像に掲げられ、これらは「政令指定都市・岡山」の基本構想に位置付けられている。

こうして定まった指針に沿って、全国で十八番目の政令指定都市となる岡山市を、単なる大都市ではなく、岡山らしさを活かした、住みやすさを実感でき、他都市からも行ってみたい、住みたいと思ってもらえるようなまことにしたい。

そのために大切なのは、まず、市民の主體的な取り組みによる安全と安心の向上だと思う。人の優しさや思いやりがあって、支え合い、子どもたちや高齢者、障がい者の方々を見守ることができる地域にこそ、住みよさの実感があり、住みたいと思える。

本市は幸い、町内会の組織率が高く、消防団や愛育委員をはじめ地域の活動団体も活発である。こういった団体の連携を強めてネットワーク化する取り組みを進め、三年間で全市域の小学校区に「安全・安心ネットワーク」

が組織された。各地域で、子どもの登下校時の見守りなど防犯、防災をはじめとする様々な取り組みが充実されてきており、将来的には本市の福祉の基盤になると考えている。

また、恵まれた自然環境を守り、田園と市街地の調和した都市づくりを進めるため、環境保護と農業振興、水と緑の都心創生に力を入れている。

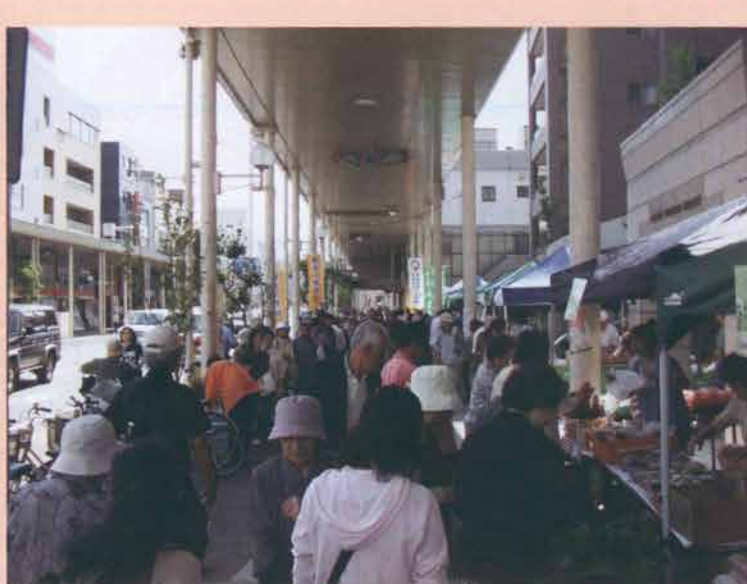
今年は、三月から五月まで、本市で「全国都市緑化おかやまフェア」を開催している。主会場は「はだかまつり」で知られる本市東部の西大寺地区に整備した大規模な公園であるが、本市の玄関口である岡山駅から、都心を貫く西川緑道公園、美術館などの立ち並ぶカルチャーゾーン、後楽園を結ぶ主要な街路を花と緑で彩っている。この機会も活かして、市民協働での緑化を進めていきたい。

教育や福祉は、行政として特に守らなければならない分野だと考えている。新年度には政令指定都市として、「こども総合相談所（児童相談所）」を中心に、これに合わせて設置する「地域こども相談センター」により、子どもに関する一貫した相談・支援体制を築く。また、教職員の教育力アップを図るとともに、大学との共同研究により保・幼・小・中学校の岡山型一貫教育を進める。

市民と共に描いた「水と緑が魅せる心豊かな庭園都市」というイメージは、まさに私の目標と一致している。にぎやかで人の集まる都心部と、穏やかで癒しの空間でもある田園。これらが共に生き生きとした魅力を放つ庭園のような都市になってほしいと願う。

とりわけ、重要なことは「心豊かな」ということだ。住民が美しい心を持ち、優しく助け合い、まちづくりに取り組み中で、活力や魅力が湧き出てくる都市を目指したい。

今年は「政令指定都市・岡山」の元年。子どもや孫の世代がこの岡山を誇りに思い、そして幸せに暮らしてほしいと願いながら、全力で市政を推進している。



しんまち新鮮産直市 ● 青森市 (p10-11)



北海道カレーサミット (上)
富良野オムカレー (下) ● 北海道富良野市 (p8-9)



グランママが子供に郷土料理を伝授
● 秋田県三種町 (p12-13)

地産地消による 地域の 自立活性化



配食風景 ● 新潟県三条市 (p14-15)



御食国若狭おばまのランドマークタワー
「御食国若狭おばま食文化館」
● 福井県小浜市 (p16-17)



高校生レストラン（まごの店）
● 三重県多気町（p18-19）



高校生による 40 坪のログハウス製作 ● 京都市（p20-21）



昨年度の地産地消のつどい ● 広島県世羅町（p22-23）



特産物センター外観 ● 福岡県赤村（p24-25）



ホットドックとパン教室（上）
おおむら夢ファーム・シュシュ（左）
● 長崎県大村市（p26-27）



地産地消の推進と地域活性化

—地域循環型社会づくりに向けて—

地域農業への活力と食料自給率の向上

地産地消は国の食料自給率向上の一施策として
 出発したが、地産地消が地域農業に活力を^{よみがえ}せ、
 その結果として食料自給率の向上に結果すると考
 えるべきである。だから、まずは地産地消がどの
 ように地域の自立活性化をもたらすかについての
 メカニズムを説明すべきところながら、この点は
 割愛する。

本稿は、地産地消の地域活性化効果がさまざま
 な側面で生みだされている点、地産地消はこの
 地域でも、どのような生産者でも取り組める点に
 着目しながら、その意義や今後の課題について論
 じることとする。

地産地消は、平成十七年度に制定された「食料・
 農業・農村基本計画」に唱えられて以来、政策的
 な取り組みが本格化した。農水省の「地産地消の



筑波大学大学院・生命環境科学研究科・
 国際地縁技術開発科学専攻教授

● 永木正和

実践的な計画の策定について」（生産局長通知、
 平成十七年）の要旨を要約引用すると、「『地産地
 消』とは、地域の消費者ニーズを的確に^{とら}えて生
 産を行う取り組みと、地域で生産された農産物を
 地域で消費しようとする取り組みの両面を持つも
 のであり、地産地消の取り組みを推進することに
 より、消費者と生産者との「顔が見え、話ができ
 る」関係の構築、国民全体で生産と消費のかかわ
 りや伝統的な食文化などの食や農についての認識
 を深める機会の提供、地域の農業と関連産業の活
 性化などの効果が期待される」のである。

今や地産地消は全国に広がっている。生産者の
 みならず、消費者を含めて、おおむね全国津々浦々
 までその意義が理解されてきた。

ごく短期間に地産地消がこれだけ関心を高めた
 のは、消費者の食への意識変化やニーズにマッチ
 しているという点を第一に挙げておく。例えば、
 「ニュー・アーバニズム」（新しい都市生活スタイ

ル）の具体的形態と言われているスロー・ライフ
 やスロー・フードなる生活様式が日本でも流布し
 始めている。

スロー・フードとは、単にゆっくり食べようと
 いうだけではない。伝統の味、本物の味を知り、
 これを継承していくための食育や地場農業振興を
 重視した、一種のまちづくり、人づくりの市民運
 動である。

地産地消への期待と効果

これまで推し進められてきた「主産地形成」は、
 いわば遠隔農業地域から大都市消費地に大量・安
 定、低価格供給を目的とした。しかし、それは流
 通業者の要請に従属して、規格品を計画生産・出
 荷する「遠産遠消」産地づくりであった。これを
 否定するものではない。

大都市は遠産遠消によって需要を満たされなけ



「私のつくった野菜」が所狭しと並ぶ茨城・ポケットファームときどき直売所

ればならない。しかし、①どこでどのように生産されたものか分からない②移送先が錯綜し、輸送費の無駄、鮮度の劣化が生じている③旬のものと地域食文化が失われ全国的に画一的な食文化になった④熾烈な産地間競争が展開されて、産地は生産性向上の追求が中心となり、弱小産地は消滅した。それによって兼業化、高齢化、地域の衰退の路をたどってきた農村も少なくない。

他方、地産地消には様々な優位性（生産者と消費者が隔絶している遠産遠消にはない強み）がある。まず消費者側からみた地場直売所の優位性を挙げるなら、

- (1) 地元の生産者と消費者の顔の見える関係に基づく信頼し合った顧客関係（誰が、どこで、どのように生産、加工したかを知ることができる）
- (2) 安価な流通経費負担（包装・表示・貯蔵・輸送コスト・仲介手数料などの節約）。
- (3) 商品の魅力（朝取りなどによる新鮮さ、季節感やローカル感あふれる旬な商品揃え）。
- (4) 郷土の伝統食文化を味わい、これを継承する意識形成（地域の食文化、地域への愛着）。
- (5) 生産者との交流や農村体験、それらを通じて自然や大地に触れる喜び、収穫の喜び体験、そして農への理解（情操形成や人間的豊かさの実感）などがある。

「コミュニケーションの形成と交流の進展」

一方、生産者側にとつての地産地消直売所の優位性は、

- (1) 顔の見える販売、消費者の声を聞きながらの



レストラン、遊技場、体験場、くつろぎの広場があるゆったりとした敷地＝茨城・ポケットファームときどき直売所

- (2) 販売価格が決められてしまうのではなく、消費者（購買者）とのコミュニケーションの中で相場感が形成され、販売者として相場形成に関与しているという納得感。
 - (3) 生産者個々の事情、裁量による比較的緩やかな出荷行動や品質管理（遠産遠消では生産者が選別されるが、地産地消はどのような生産者でも参加できる）。
 - (4) 結果的に地域農業の活性化（農業生産の拡大、品質向上、商品性の向上による農業所得の増大、技術の継承、高齢者や農村婦人の活動活発化、地域に雇用の創出）などが挙げられる。
 - (5) さらに間接的な効果として、
 - (6) 地場消費者からの農業理解や、様々な消費者交流。
 - (7) 高齢者も含めて、地域の農業者が生き生きと生活し、定住することによる農村定住圏の確保、そして地域の伝統文化・農民芸能、伝統行事の伝承など）などがある。
- 以上のような地域効果の上に、さらに地産地消の国民経済効果として、
- (1) 地域農業の活性化、生産振興が結果的に食料生産を増大し、食料自給率を向上。



「おかえりなさい」の言葉で暖かく迎え入れてくれる。店舗内にはぎやかな会話が行き交う＝広島・世羅町の直売所「夢工房」

(2) 農産物輸送距離の短縮、包装簡素化や無貯蔵などによる環境負荷軽減効果(フード・マイレージ節減効果、カーボン・フット・プリント節減効果)。

(3) 耕作放棄地の減少、資源の有効利用の増進、これによる農畜林業の多面的機能の発現などが挙げられる。

生産者と消費者の「関係性経済」

以上、地産地消は、私経済、地域経済、国民経済に対して様々な効果を顕示する。もちろん、社会効果、教育・厚生面での効果が多岐に見い出される。重要なことは、生産者側の優位性として列挙した(1)～(7)の全てが一つのパッケージになっていることであるが、原点は、安全・安心、旬なもの、ローカル感や季節感、伝統性と手作り感、高

齢者の温かみや人情感を演出した商品構成であるが、消費者の顔を見て、声を聞いてそれを生産販売活動、地域の交流活動に生かすことである。生産者と消費者の会話、生消の信頼、生消の交流である。

ここで、主張しておきたい点が二つある。経済学は価格をシグナルとした市場競争原理を規範としている(すなわち「市場経済学」)が、地場の生産者と消費者が信頼の顧客関係を形成しての取引は、一般に言う市場取引とは性格を異にする。

市場原理の下で、市場で会合する生産者と消費者は、高く売りたい生産者と安く買いたい消費者で、全く「アカの他人」であるが、地産地消の生産者と消費者は、同じまちに住み、お互い顔見知りになっていて、信頼が形成された「生消の関係性」を有する。

こうした生消の関係こそが地産地消の取引である。前者の「市場経済」に対して「関係性経済」と言おう。市場は安定している。新しい市場のパラダイムとして考えたい。

もう一つ注目しておきたいのは、地産地消の生産者組織である。スペースがないので、指摘するだけにとどめざるを得ないが、地産地消の直売所活動には、主体的な参加意識があり、個々の表現や行動がある。

組織のリーダー、運営実務を支えるスタッフの役割は大きい。地産地消の組織は、構成員個々がモチベーションを持って主体的に活動する組織であり、組織形態的には「ルース・カッププリング組織」(直訳すれば「緩やかな結合組織」)であり、機能的には「共創コミュニケーション組織」である。

創意工夫が必要な産地直売所

そもそも、地産地消の取り組みにプロトタイプはあっても、地場消費者を固定客として取り込む手法に定型はない。市場条件、産地条件(主力品目や出荷力など)に応じて、販売方式もターゲット顧客も異なる。単に成功事例の真似ことではなく、地場生産者の思いを込めた主体活動によって、自分たち流の地産地消のカたちをつくるべきである。

農水省「平成十九年農産物地産地消実態調査」によると、全国千五百二十八カ所の産地直売所のうち、「三年前と比較して地場農産物の取り扱い数量が増えた」と回答した直売所は三九・四%であったのに対して、「減った」と回答した直売所が二四・五%もあった。低迷している店舗が多数



新鮮な野菜売り場「新鮮組」＝長崎・大村「夢ファーム・シュシュ」

発生していることを看過できない。

ちなみに、この調査の「地産地消の取り組みによる消費者の利点に関する消費者意識」の質問に回答が多かった順に並べると、①新鮮な食材を買える②安全な食材を買える③おいしい食材を買える④生産者が身近に感じられる⑤安い食材を買える―である。地産地消直売所の顧客が求めているのは、決して「安価」ではないということである。

筆者も低迷・衰退している直売所を見てきているが、そこでは残念ながらも消費者ニーズに対応しておらず、マインドがない。そのような直売所が直面している主要な共通課題をまとめると①地産地消らしい品質管理や品揃えができていない②価格設定をコントロールできず、値下げ競争に陥っている③人手不足で店舗内が雑踏し、生消のコミュニケーションもない、あるいは安売りスーパードと何ら変わらないなどの店舗内雰囲気のみならず④中山間農村のため、地場に顧客がいない―などである。

いま一度、原点に立ち返ることである。なお、④は中山間地域の地産地消直売所に共通する問題である。この場合は、鳥取県日南町や広島県三次



体験農場＝長崎・大村「夢ファーム・シュシュ」

市の地産地消が取り組んでいるが、域外の近接消費地への移送による「アンテナショップ型」「インショップ型」地産地消が目指すべき一つの方向である。地産地消の取り組み方には原則があるが、柔軟性もある。「創意工夫こそ力なり」である。

加工用途の開発・拡大と食品廃棄物の再資源化

今後の地産地消の展開への願望を込めて、二つの観点からの私論を述べて結びにしたい。まずは、食料自給率向上の観点からである。その第一は、わが国の自給率の低さが、麦、大豆、飼料の自給率の低さにあること、米の生産増圧があることを想起すると、国産の米、麦、大豆の加工原料用途の開発・拡大を期待したい。

自給率向上への第二は、家畜飼料用エコフィードとコンポストである。日本国内の食品廃棄物総



シャッター街化しつつある商店街の一角の空き地を利用した地産地消の屋台ムラ、今や観光スポットになっている＝北海道・帯広市の「北の屋台」

量は年間約一千百万トンを超える（平成十八年度）。食品リサイクル法が施行され、食品廃棄物の再資源化への機運が高まっている（平成十九年度改正の食品リサイクル法では、食品廃棄物の飼料化を最優先としたリサイクルが図られるように方向付けられている）。

地域に発生しているバイオ系廃棄物を再資源化する「域内静脈流」を形成したい。低炭素社会は企業と市民と行政の一体的取り組みによって実現するが、地産地消はそのための地域循環型社会づくりを契機づける。

地域食文化の継承と食育の推進

第二の観点は、地域の自立活性化観点からである。地産地消を契機とする地場生産者と消費者の交流は、両者一体になって農村に残る伝統芸能、伝統技術、行事、そして食文化を大切にし、これを継承してゆく契機になる。

さらに、生産者と消費者のコミュニケーションがまちづくりの話し合いの契機にもなる。環境がらみの市民運動へと広がってゆくことも期待したい。

二点目は、地産地消の販路である。まずは、学校給食への食材供給である。そして、これを地域の食育交流へと展開させたい。

子供たちには郷土との接点を植え付け、味を覚えて郷土の食文化を継承、郷土の農業と自然に親しむ。郷土に誇りを持たせる。なお、社員食堂、旅館、弁当業への展開などは、地産地消の活動幅を広げる次の方途でもある。

農業、商業、消費者を結ぶ

地産地消による地域おこし

—富良野オムカレーが「ご当地グルメ」に成長—



帯広市都市建設部都市計画課主査

● 筒井紀行

富良野市は北海道のほぼ中心に位置し、ドラマ「北の国から」、また夏のラベンダー畑、冬のスキーなど、北海道を代表する観光地の一つとして、年間二百万人以上の観光客が訪れるが、観光客は「食」に対するイメージがなく、ドラマ・自然景観観光に続く富良野らしい特色のあるご当地グルメ開発など、「食」観光の確立が課題となっていた。こうした中で近年、地元の農畜産物で食材調達ができるカレー料理に着目し、地元飲食店と連携し地元の農畜産物を使ったカレーの提供や、カレーイベントの実施、共同メニュー「富良野オムカレー」の開発・提供など、地域の農業、商業、消費者を結び付けた地産地消によるまちおこしを実践している「食のトライアングル（農・商・消）研究会（会長・飯沼巖）」が注目を集めており、その活動を紹介する。

（地域活性化に向けた） 「食のトライアングル研究会」の発足

富良野市職員有志七人が平成十四年七月に、食

をキーワードに富良野の農業者、商業者、消費者を連携させ、地域住民一体となり富良野を活性化させていくことを目的に、職務外の任意組織である食のトライアングル研究会を発足させた。その経緯を同研究会の松野健吾事務局長は、「ドラマ・自然景観観光で、これまで多くの人が訪れているが、今後も従来型観光だけで観光客が訪れてくれるのかと考えた時に、富良野の基幹産業は農業であり、周りを見渡せば豊富な農畜産物があるのに、富良野にはなぜ「食」が無いのかという疑問からこの取り組みは始まった」と語る。

そして新たなまちおこしを議論する中で、「地元農畜産物を利用してまちおこしができないか、富良野の豊かな食材を生かした特色のある「ご当地グルメ」を作ろう」と検討した結果、材料がほとんど富良野産で賄える「カレー」にたどり着いた。松野氏も、「カレーは子供からお年寄りまで愛されている国民食であり、富良野はカレー三品（タマネギ、ニンジン、ジャガイモ）の主産地、

さらに旬の野菜や米も取れる。カレーの材料は、スパイスを除けば、すべて地元で調達できる」と語る。

（地元食材にこだわった） 富良野オムカレーの誕生

研究会発足後、メンバーは仕事終了後や週末に飲食店などを訪ね、カレーによるまちおこし活動への理解と協力を求めた。その当時を松野氏は、「大変だったが、メールや電話ではなく、直接訪問して店主と顔の見える関係を築けたことが、ここまで活動を継続できた理由だと思う」と振り返る。そして複数の飲食店などが趣旨に賛同、「ふらのカレンジャーズ」として参加し、カレーイベントなどを実施したが、統一メニュー化までには至らなかった。

研究会発足から三年が経過し、活動もマンネリ化する中、松野氏は「富良野に限らず、道内どここの地域でも地元食材を活かしたご当地カレー開発はできる。富良野らしさを出さなければ、カレーのまちおこしは埋没してしまう」と、危機感を募らせた。そこで、より富良野の独自性を強調するため、富良野産の卵や牛乳などを使用した富良野オムカレーを考案した。

富良野オムカレーとは、観光情報誌「北海道じゃらん」のヒロ中田編集長の提言を受けて、地元食材にこだわり、ふらの牛乳を付ける、ランチ旗を立てるなど、提供スタイルにこだわった六カ条の定義を明文化したオムライス風のカレーを考案し、平成十八年三月から富良



野市内八つの飲食店などでメニュー化した（現在は十店舗）。

（観光客の変化と地産地消意識の高まり）

同研究会は富良野オムカレーを売り込むべく、道内外のテレビ局や新聞社、旅行・観光情報誌など数多くのメディアやカレー関係者に対し、ブログやメルマガ「カレンジャー通信」による情報発信、オムカレーマップやのぼりの製作を行う一方、「Bー1グランプリ」など道内外の食のイベントに出店して知名度を上げた。さらに、地元高校の協力で女子高校生を「ふらのカレンジャー娘」に任命したPR活動など、地域住民が進めた結果、富良野オムカレーの販売数はメニュー誕生後、二年七月で十万食を達成し、名実ともに富良野観光を代表する「ご当地グルメ」に成長した。

その結果、富良野観光にも変化が現れた。従来の富良野型観光ではなく、富良野オムカレーを食べることを目的として訪れる人が増えたことだ。



平成20年6月に開催された北海道カレーサミットの模様

また、地元農畜産物の知名度アップにも一役買い、富良野オムカレーと一緒に提供される「ふらの牛乳」の消費が伸びている。これはオムカレーをきっかけに、牛乳を購入する人が増えたことによる。

ご当地グルメである富良野オムカレーが誕生し、「食」観光が加わったことに刺激を受け、各飲食店が富良野の農畜産物に付加価値を付け、メニュー提案することで観光客を確保しようとする動きが広がっている。これは、地産地消に対する飲食店の意識が高まったことである。

このように地産地消によるまちおこしで地域が活性化する一方、夏場の繁忙期には十店舗で対応し切れず、品切れとなる問題や、地元市民が丸となつてカレーのまちを盛り上げる機運に欠けるなどの課題も浮かび上がった。また、認知度の高まりとともに、六カ条の定義に基づかないオムカレーを提供する飲食店が増えている。

このため、将来にわたり富良野オムカレーを地域ブランドメニューとして維持・管理するためには、組織力を持ち地域ぐるみで機運を高めていくことが課題となっている。

「カレーアイランド北海道」を目指した地域・団体間の連携

同研究会は近年、富良野オムカレーでの経験を活かして、地域間連携、交流など、スケールメリットを活かした取り組みにも力を入れている。上川支庁管内では、地域農畜産物を活かしたご当地カレーを通じて、食による「まちおこし」を進める士別市、富良野市、美瑛町、南富良野町、愛別町の五地域の団体などともに、平成十九年二月には「かみかわカレー王国プロジェクト実行委員会」

を設置。道内外へのPR活動や地域活性化を推進するため、情報交換や地域間連携による交流イベントの開催、「かみかわカレー王国マップ」製作などを展開している。

そして同研究会が中心となり、北海道洞爺湖サミット開催前の平成二十年六月に、道内八地域のご当地カレーの団体（C8）が旭川市に集まり、「北海道カレーサミット」を開催。当日は「華麗（カレ）なる友好調印式」も行われ、大会宣言を高らかに採択した。

今後、道内のご当地カレーエリアとの連携力を高めた取り組みを展開し、「カレーアイランド北海道」の確立に向けた取り組みを展開していく。ちなみに「C8」とは、「Curry（カリ）」の頭文字と参加八地区の略である。

これらの取り組みで特筆すべき点は、行政主導ではなく、民間・ボランティア団体が主導し、食（カレー）を通して、行政区域を越えた地域間連携を図り、国や北海道の行政機関などが側面支援するスタイルは、今後のまちおこしの手本となる取り組みだと思っている。また、全国各地の食によるまちおこしの事例を見ると、熱意と情熱を持った属人的なバカ者（キーマン）が、協働のコーディネーターとしての役割を果たし、地域を盛り上げようと奮闘している。

今回の事例も、松野氏という存在が、これまでの活動・成果に大きく寄与している。しかし、将来を見据えた時、活動の輪が広がる一方で任意組織の負担が増してくることから、こうした活動を維持・継続できる環境づくりと承継する仕組みを構築できるかが課題である。

新幹線開業にらみ新鮮産直市を

駅前通りで展開

―地産地消の推進による商店街活性化の取り組み―



青森県東青地域県民局地域連携部地域支援室長

● 高澤 直

コンパクトシティ形成による 中心市街地活性化

青森市は、県のほぼ中央部に位置する人口三万七千人の中核市である。青函航路が開設された明治期から北海道への玄関口として栄えてきたが、昭和二十年七月、戦災により市街地の大半が消失。その後の戦災復興土地区画整理事業によって、現在の青森市の基礎となる中心市街地が形成され、行政機関、企業の本支店、商業・飲食・宿泊サービス施設などが集積し、県内外への交通アクセスの拠点として、多くの人々が行き交い、発展してきた。

しかし、昭和四十年代以降は人口の増加に伴い、郊外に次々と商業地や住宅地が整備され、県立病院や図書館などの公共施設も郊外に移転。モータリゼーションの進展とも相まって、郊外に大規模商業施設の立地が急速に進んだ。

市の試算によると、同四十五年から平成十二年までの三十年間に市中心部から郊外に流出した人

口は一万三千人で、市街地の拡大に伴い、道路や下水道などのインフラ整備などに要した行政投資は約三百五十億円に上る。加えて、豪雪地域の当市では、市街地の拡散により道路延長が増加した結果、除雪費に毎年多額の経費を要するようになった。

これらの増大する行政コストの削減、郊外のスプロール化や中心市街地の空洞化を食い止めるため、当市は平成十一年六月策定の都市計画マスタープランにおいて、基本理念を「コンパクトシティの形成」とし、市街地の拡大に伴う新たな財政需要の抑制などを目指した都市整備に方針を転換している。

このコンパクトシティ構想に基づく中心市街地の活性化策として、市は平成十三年一月、生鮮市場、商業施設、公共施設からなる地下一階、地上九階建ての駅前再開発ビル「AUGA（アウガ）」をオープン。年間六百万人の市民や観光客が訪れる人気スポットとなっている。

また、中心市街地には平成十三年ごろからマンション建設が相次ぎ、同十九年までに十一棟が完成。郊外の戸建住宅で雪の対応に

苦労してきた高齢者が移り住むなど、「まちなか居住者」が増加。「交流できる」「買い回れる」「暮らせる」中心市街地が、徐々に再生されつつある。

一店逸品運動の展開と 商店街回遊性の向上

青森市新町商店街は、JR青森駅を起点に東へ延長八百八十メートル、店舗数約二百四十に及ぶ古い歴史をもつ商店街で、国鉄青函連絡船の発着地でもあった交通の要衝・青森駅を後背に、商店街としては県内随一のにぎわいをみせてきた。

しかし、昭和六十三年に青函連絡船が廃止となり、同五十二年に始まった郊外型ショッピングモールの相次ぐ開店とも相まって、青森駅前からの人通りが急減。加えて平成十五年三月には、新町通りの東側入口にあった老舗デパートの松木屋が閉店し、中心市街地の空洞化が一層深刻な課題となった。

こうした中、新町商店街振興組合は個店の魅力発信を目的に、平成十五年から「一店逸品運動」



青森駅前再開発ビル「AUGA（アウガ）」

を展開。各店が選りすぐりの商品を「しんまちの逸品」として設定し、それらを取りまとめた逸品カタログの作成や、一般消費者を対象に逸品参加店を案内して巡る「お店回りツアー」の実施などにより、新商品・新サービスの開発、接客技術の向上に加え、消費者との交流や商店街全体の回遊性向上にも努めている。

（中心商店街との協働による） 地産地消推進事業

地域密着型の行政を目指す青森県は、平成十八年度から十九年度にかけ、県内を六つの地域に分け、各地域に総合的な出先機関として地域県民局を設置。各県民局では独自の施策を立案し、それぞれの特性を活かした地域活性化に取り組んでいる。

このうち、県都青森市と東津軽郡四町村（平内町、今別町、外ヶ浜町、蓬田村）を所管するのが東青地域県民局である。東青地域は、管内すべての市町村が陸奥湾や津軽海峡に面し、県産品の主力ブランドであるリンゴやホタテ貝をはじめ、多くの農林水産物や加工品を産出するが、生産者の高齢化や後継者不足などの課題を抱えている。

県民局では、これを克服するため、平成二十二年十二月に予定される東北新幹線新青森駅開業を絶好のチャンスとして、地域産品の知名度やイメージの向上を図ることにより、その消費を拡大し、地域を元気にしていく必要があるとの考えの下、同二十年四月、「中心商店街との協働による地産地消推進事業」を開始。産地・商店街交流会議を設置し、双方の関係者に連携を呼びかけながら、新幹線効果により増加が見込まれる域外客に対する「食」を活用したホスピタリティー向上

や、まちなか居住者を対象とした地産地消推進への取り組みを開始した。

（「街の駅」開設による産地と商店街の交流促進を）

県民局のこの呼びかけはさつそく形となって現れ、平成二十年五月のゴールデンウィークに市の中心商店街で開かれたAOMORI春フェスティバルの会場には、フードパーク「地産地消食堂」が開設された。加工グループなどが運営する二十二店舗のテントが軒を連ね、それぞれが地元食材に工夫をこらした多彩な飲食メニューを展開。県内外から訪れた十五万人の来場者に対し、地域の食の魅力をアピールすることができた。

また新町商店街振興組合は、平成二十年六月から十一月にかけて、毎月第四週の金曜日と土曜日に商店街の空きスペースを活用した「しんまち新鮮産直市」を展開。生産者が朝取りの新鮮な野菜や手作りの加工品を運び込み、消費者への直接販売を行ったが、流通コストを省いたことによる値ごろ感や、生産者の顔が見える安心感が評判となり、一人暮らしの高齢者や車を持たないまちなか居住者を中心に、多くの客から支持される人気のイベントとなっている。この年の十二月からは、商店街の空き店舗を活用してこの産直市を展開。店内では、併設の飲食コーナーや休憩スペースも好評

で、客同士の交流の場ともなっている。

一方、商店街の女性らで組織する中心商店街女性部は、平成二十年十一月、地元食材を使用した弁当の青森らしい出来栄を競う「地産地消お弁当コンテスト」を実施したほか、翌二十一年二月にはリンゴを真つ赤なハートに見立て、リンゴにこだわったバレンタインイベントにも取り組むなど、女性ならではの視点を活かした独自の地産地消に取り組み、いずれも大きな反響を呼んでいる。

県民局としては、このような青森市中心商店街の取り組みをモデルケースに、産地と商店街および都市住民との連携を強力に支援し、それを地域全体へ波及させ、ひいては全県での取り組みに発展させていく役割を担うとともに、商店街関係者が目指す「街の駅（常設の産地直売店併設のコミュニティ施設）」開設への支援をも視野に入れながら、引き続き産地と商店街との交流促進に取り組んでいくこととしている。



にぎわいをみせる「AOMORI春フェスティバル」の地産地消食堂



周辺住民の交流の場ともなっている空き店舗を活用した産直市

地域総ぐるみの地産地消

活動を推進

―伝統料理の復興と「地産地消弁当」の販売―



JA秋田やまもとふれあい課

● 泉 牧子

給食の地場産農作物使用を訴える

きっかけは学校給食だった。地元の米をと働きかけたJA（農協）に対し、問髪入れず示された教育委員会の答えは「NO!」だった。

農協マン魂に火が付いた瞬間だった。一円でも安くするなら考えてやってもよいとの意見に、JAが地域の中で一業者にすぎない存在価値でしかなかったという事実と、命が大切と教える学校は「命をつくる食べものを価格だけで決定する」という事実への憤りだった。

私は給食のその会議に、新規就農者を出席させた。当たり前のように発言した給食センター長の「冷凍ホウレンソウは中国産」に、若者は敏感に反応。彼らは、給食への不満を声に出し始めた。「地域が動いた」最初のことだった。これに対し、行政も黙っていられなくなった。

併行して平成十二年、食農実践会議を組織した。食と農の距離を縮めるため、組織の枠を取り払っ

て、地域で活躍する女性たちをJAに集結。彼女たちは、地区ごと五つのプロジェクトを立ち上げ、その地区の実情に沿った課題を掲げ、活動し始めた。

具体的には給食だったり、加工グループであつたりで、それぞれの地産料理を開き一年、活動を発表し合い、次年度につなげていく。そんな中、メンバーの一員である女性の町議会議員が、議会で給食の地場産使用を強力に推し進めたことが、さらにこの運動に弾みをつけた。

（）グランマシスターズの結成

「給食って、JAがする仕事?」。そもそも、JA事業というくくりにはない仕事をしようとした私に、職員からは冷たい視線が注がれた。けれども、一番の理解者が実は経営者。家の田植えもしない私が、子どもたちと田植えをし、稲刈りする私に、「今はJAのためにならなく

ても、その子たちが将来、JAのファンになってくれたらそれでいいのだ」と、活動の続行を後押ししてくれた。

次世代の子供たちには、給食を通して「食べものは農業から生まれる」を啓もうしてきた。また、高齢者世代には、まずは元気になってもらわなくてはと思った。

おばあちゃんが野菜を収穫しても、土や虫が付いているからとして、お嫁さんはスーパーからカット野菜を購入する。おばあちゃんの料理は茶色だからと、食卓も世代ごとに別々だ。かつては地域の中心にいたおばあちゃんたちが、元気を



子供と豆腐作り



グランママが作る弁当

失っていくことは財産を失うようなものだ。
JAは、郷土料理の伝承人「グランママシスターズ」というグループを結成した。地元の野菜の新鮮さ、おばあちゃんが作る料理の尊さ。地域に伝わる郷土料理の復興を目指すグループで、平均年齢は七十六歳である。

おばあちゃんは、周囲から注目されるようになったので、元気はつらつとなり、自分の作る料理にも自信を持ち始めた。

（地産地消コンビニ店舗の開設

このころから、地域みんなが「JAが何やら私たちが思っていたことをやり始めた」と、ひそかに評判になった。地域の声が、着実にJAに届き始めたのである。けれども、JAがやったこと

はただ一つ。「食」を地域の真ん中に置いたことだけである。

JAは、寄せられる声をコーディネートすることに徹した。寄せられる全てが形になるわけではないが、どこの方向に向かっていくべきかを考える時、その声は何かしらの形となって本人に還元される。打ち上げ花火で終わったり、ボランティアで行うのではなく、確実に収入につながることを心がけた。

食を真ん中に地域が一つになると、自ずとベクトルは同方向を示す。そこで、さらなる活動へつながったのが、地産地消店舗「JAコンビニANN・AN（ジャンビニアンアン）」の開設だった。

JAのコンビニだからジャンビニ。アンアンは安心の「安」と安全の「安」。地元の中学生在が命名してくれた。地域の女性十六人が二十万円を出資し、運営を名乗り出た。毎日百個のおにぎりと百個の弁当、三百個の米粉パンを売り切る。その食材を十六人が提供するのである。多い人で月三十万円もの食材を提供している。

地元の食材にこだわり、店舗内で製造するこの店舗は、安心と安全に期待するお客に支えられている。沖縄に、JAコンビニ二号店がオープンした。沖縄では初めての女性起業家による試みである。

（若い母親が

「JASミンクラブ」を立ち上げ

学校給食の食材提供グループは、給食センター建設に伴い、二グループが合体し、新たな会員を加えて大きな組織となり、活動を拡大した。

給食の世話になっている若いママたちが、もっともっと給食に自分たちの声を届けたいと、新し

い組織、JASミン（ジャスミン）クラブを立ち上げた。こちらの平均年齢は二十八歳である。

大上段に構えるのではなく、足元の課題を地域みんなで考えたら、すごいことが次々と実現した。私はいつも、周囲のたくさんの方の声を真摯に受け止め、地域に今何が必要なのかを察知できるよう、精進していきたいと思う。それが今、この地域を支えてくれるみなさんへの恩返しになると、信じるからである。

地域には、ものすごい地の財、人の財がある。この財を次世代にきちんと引き継いで渡すことこそが、今の私たちに課せられた地産地消運動だと思う。



JA スミンクラブが誕生

地域良質米使用による

完全米飯給食

—消費者と農業者が求める地産地消の推進—



福祉保健部健康づくり課食育推進室室長

● 田村 直

（日本一の米どころの子供に
コシヒカリを食べさせたい！）

三条市は、地域米による完全米飯給食を実施している。地域米は当然日本一おいしいコシヒカリであり、それも農薬や化学肥料を半分以下に減らした特別栽培米だ。さらに今年度は、全量の約二割に当たる二十八トン有機栽培米で賄っている。

どこのまちもそうだが、三条市の学校給食には歴史がある。特に米飯給食は、歴代市長の思い入れがあり、語るべき歴史がある。まず、学校給食米の質である。平成元年、当時の内山裕一市長は地域の稲刈りを手伝い、昼食にいただいたおにぎりのあまりのうまさ感動し、日本一の米どころにありながら、一般流通米というところで取れたか分からない米を使用していた学校給食に、「三条の子どもには三条で取れたおいしいコシヒカリを食べさせたい」と、まだどの自治体でも実施していない地域良質米の学校給食への導入を決めた。

時は流れ平成十六年十一月、高橋一夫前市長は地

元産のコシヒカリをより安全に栽培した特別栽培米に切り替えた。さらに同二十年度、国定勇人市長は全使用量の約二割に当たる二十八トン、究極の米である有機栽培米に切り替え・導入するに至った。

地域に点在し、孤軍奮闘していた有機栽培米農家の熱意が後押しした。米どころ新潟においても、自治体単位としては初の取り組みである。

次に米飯給食の回数である。前述のように、早い時期から良質米の導入が図られてきたが、米飯給食の回数は全国レベルの進み方であった。昭和五十年代前半の余剰米対策という形で月一回導入に始まり、月二回、週一回、週二回と順次増加し、国の目標である週三回に達した時点でその歩みを止めていた。

ここから三条市のオリジナルである。市民の食生活と健康について見ると、「市民はご飯を食べていない。そして病気が増えている」という事実があった。市民に食事内容を聞くと、「朝はパン。

昼は麺が多い。夜は酒を飲むのでご飯は控えている」。では、いつご飯を食べるのだろうか？。

この答えの主は特別珍しい市民ではない。多くの市民の代表的な答えである。主食をパンや麺に替えている人。ご飯を減らしたり、ご飯を食べないでおかずを優先する人。食事量全体を控えて、菓子や酒を増やしている人。

三条市の米消費実態は把握していなかったが、国の数字があった。国民一人当たりの米年間消費量が減少するグラフは、三条市の高脂血症者が増加するグラフと反比例であった。「米を食べる量が減って病気が増えている」ことが分かった。

このまま米離れの食生活が続いたら、三条市は、この国はいつたいていなるのだろうか。二千年もの昔から受け継がれてきた私たち日本人の食文化が失われてしまう。米を主食にした日本食が優れ



子どもたちに給食を語る国定市長



図1 三条市学校給食残食率の年次推移

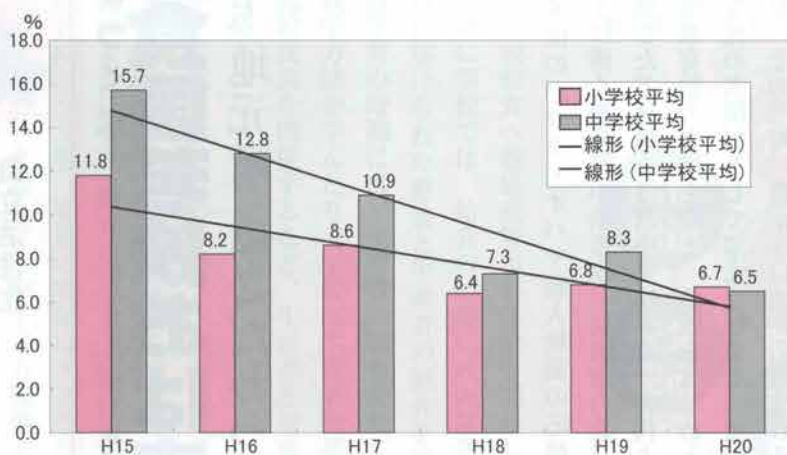
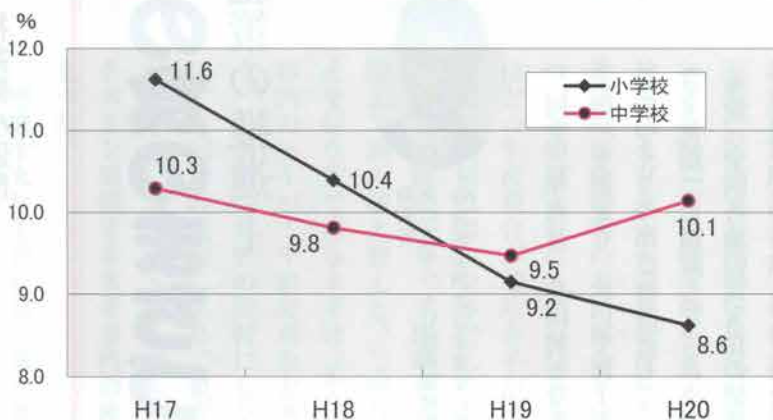


図2 三条市学校肥満調査 (+20%以上)



米飯給食は、その子どもたちの将来の健康と幸せを願った取り組みである。この子どもたちが健康に暮らす食習慣を身に付け、彼らの健康寿命が一年延びたならば、人口十万人の三条市では、近い将来十万人分の「健康な力」をゲットすることになる。地域づくりは人づくりである。

た食事であることは、海外では周知の事実である。

（食育である学校給食の完全米飯を実施）

そこで、平成十五年九月に高橋前市長は、当時週三回実施の米飯給食を「子どもたちの生涯にわたる健康的な食習慣の定着のため、毎日の学校給食の主食は米飯を原則にする」と決めた。さらに、同二十年四月に國定市長は、「学校給食は食育である。三条市は食育を徹底する」との考えから、それまで月一〜二回、例外として実施していた麺やパンを主食とする給食をすべて止め、完全米飯給食の実施に踏み切った。

ここでポイントのは、米が「粒食」であることだ。単に食料自給の観点で言えば、国産の米粉を使ったパンや麺の給食でもよい。しかし、日本人の健康としてとらえた場合、米粉も小麦粉も「粉食」であり、消化吸収が早いことが問題だ。消化吸収の早い食糧物は血糖値の急激な上昇につながり、インシュリンの力の弱い日本人の体質には合わない。

なぜ、これほどまで歴代の市長が学校給食に力を入れるのか。学校給食の対象は当然ながら、未来ある子どもたちであり、子どもたちは地域の宝である。安全を重視した地元産良質米による完全

米飯給食の残量と肥満児の減少

毎日が米飯給食になったら、残量が増えるのではないかと心配したが、ご飯が進む献立の工夫や地域食材の活用、感謝の心を育てる食育指導、給食時間の十分な確保など、関係者の努力により、年々減少傾向にある（図1参照）。また、食育の取り組みに即効性は期待していなかったが、肥満傾向の子どもの数が減少傾向にある（図2参照）。

腹持ちの良い米飯給食を残さず食べる→夕食までの空腹感が緩和される→間食が少なくなる→夕食がおいしい→夜食を食べない→朝食がおいしい→生活リズムができる→肥満減少 という流れが想定できる。

「食育の推進と農業の振興に関する条例」を制定へ

子どもたちが幸せであり続けるためには、食料自給率がわずかに四〇%のこの国において、農業の活性化は不可欠である。地元農業で地域住民を養う力を持つことが急務である。市は今年度、「食育の推進と農業の振興に関する条例」の制定を予定している。この条例により、消費者である市民と農業者との「食に対する価値観の共有」を目指し、市民は健康と環境に配慮した食生活を実現するため、新鮮で安全な地元農産物を求め、農業者はその期待に応える農産物を生産するという、高い次元の地産地消を進めたいと考える。

さらに、農業の持つ課題を農業者だけのものとして、市民全体の課題ととらえ、一緒に取り組む機運を醸成し、「食することに自立した地域」を目指したい。



「御食国若狭おばま」の食のまちづくり ―地元産にこだわった施策の推進―



政策幹
食のまちづくり課長事務取扱
御食国若狭おばま食文化館長

大熊 武

米国のバラク・オバマ新大統領の応援フイーバーに沸く福井県小浜市は、京都市の北、日本海に面した若狭湾のほぼ中央にある。古代より、日本海側有数の要港を抱え、仏教をはじめとする大陸文化の玄関口として栄えた歴史と伝統のまちであり、その当時、豊かな自然から育まれる海産物や塩などの食料を朝廷に献上し、「御食国」と呼ばれた。若狭湾で水揚げされる種類豊富な魚介類、肥よくな沖積土に実る新鮮な米や野菜など、今もなお、小浜は食の宝庫である。

（全国初の「食のまちづくり条例」と食文化館の開設）

本格的な地方分権時代が到来し、特色あるまちづくりが求められる中、本市では村上利夫市長が就任した平成十二年八月から（同市長は平成二十年八月、二期八年の任期をもって退任）、地域資源である食を起点に、産業、観光、環境、教育、福祉に至るまで、あらゆる分野の施策を一体的に進める「食のまちづくり」がスタートした。

同十三年九月、全国初となる「食のまちづくり条例」を制定し、次いで同十五年九月には、食のまちづくりの拠点施設として「御食国若狭おばま食文化館」を開設した。食文化館は若狭地方をはじめ、全国各地の食文化の情報発信に加え、調理や伝統工芸の体験もできる食の総合ミュージアムだ。観光交流の拠点であるとともに、市民の食育や文化活動、小中学校の授業など、地域コミュニティの拠点でもあり、年間約二十五万人が訪れる本市のランドマークタワーである。

（スローフードレストランのオープン）

ファストフードが世界を席巻しつつあることへの危機感から近年、スローフード運動が世界各地に広がる中、本市においても伝統のスローフードを地域に発信し、未来へと紡いでいこうとの趣旨から、平成十六年四月、市営のスローフードレストラン「濱の四季」がオープンした。扱う食材は、米も野菜も魚もほとんどすべて地場産である。

市から委託を受けて料理を提供するのは、長年にわたって地域の食育活動にかかわってきた食生活改善推進員のボランティアグループである。家庭の味をベースに、海の幸、山の幸、里の幸の風味をふんだんに活かし、真心を込めた料理は、市民や観光客に大変好評で、昼時には連日、長蛇の列ができる。後にJR小浜駅で販売を始めたスローフード弁当「御食国濱のかあちゃんのもころろ 焼き鯖そぼろ寿司弁当」も人気が高く、ある雑誌の駅弁コンテストでは、全国数多くの駅弁の中から第二位に選ばれた。

スローフード運動は、民間でも熱を帯びており、商工会議所が主催したスローフードの創作料理コンテストで最優秀賞に輝いた料理は、市内幾つかのレストランの定番メニューとなっている。

（生涯食育に向けた地場産学校給食の取り組み）

食のまちづくりでは、食育による人づくりを基本理念に、子供から大人まで、すべての世代を対象とした「生涯食育」を進めてきた。生涯食育の一環として、小中学校は地域の生産者の協力により、地場産の米や野菜を使った給食、「地場産学校給食」を実施している。

その先駆けとなったのは、市内山間地区にある全校児童五十人ほどが通う小学校である。学校側から、給食へ地場産野菜を提供してほしいとの依頼を受けた地元の生産者は、年々高齢化が進む中、学校が求める量を継続して供給していくことができないだろうかと懸念から、当初はなかなか決心がつかずにいたが、ついには学校側の熱意に折れ、生産者八人がグループを結成して、平成十五年一

月に学校給食へ地場産野菜の供給を開始した。同時に学校では、給食の時間に校内放送で、その日に届けられた野菜と生産者の紹介を始めた。総合学習の時間には、生産者の畑を訪ねて、作物の栽培方法を学んだり、学校に生産者を招待して交流給食会を開催するなど、生産者と児童との交流は盛んになっていった。

やがて児童は、食の大切さへの理解を深めるとともに、生産者への感謝の気持ちや故郷への愛着を持つようになり、給食の残食も大幅に減少した。生産者にとっても、児童の笑顔は大きな自信と何よりの生きがいとなり、やがて米も提供するようになった。

食を起点に、あらゆる分野の施策を一体的に進める「食のまちづくり」(イメージ図)



になった。

また、「子供たちにもっと安全でおいしいものを食べさせてあげたい」との思いから、農薬や化学肥料を減らす栽培方法に取り組み生産者が増えていった。市はこの小学校をモデルに、他の地区でも生産者の組織化など地場産学校給食実現に向けた条件を整え、現在は市内の八割の小中学校で実施するまでになった。平成二十二年度までに全校実施を達成すべく現在、学校関係者と地域、行政が一体となって取り組んでいる。

伝統野菜のブランド化による 地域農業の振興

平成十八年四月に改正商標法が施行され、全国各地で地域ブランド合戦が過熱する中、本市では、「地域の宝は、地域に住む自分たちの手で磨いていこう」との気運が高まり、小浜独自の仕組み「若狭おばまブランド認証制度」を創設した。認証を受けた伝統野菜の谷田部ネギは、市内の集落の一つ、谷田部区に古くから伝わるネギで、二十五人ほどの生産組合が栽培を手がけている。

栽培面積は組合全体で二ヘクタールにも満たないが、伝統を守り、手間暇をかけた独特の栽培方法(二回の植え替えと、二回目の定植時に斜め植えを行う)で作るネギは、柔らかくて甘味があり、市内のスーパ―や直売所など各所で売れ行きが良く、小学校の食育の教材にもなっている。最近では、宅配での販売により、東京近郊や関西方面にもファンが増えていくほか、都市圏を中心にチェーン展開するネギ専門の飲食店との取引も始まった。

平成十九年七月には、食の世界遺産とも言われ



地場産学校給食でつながる生産者と児童

るスローフード協会「味の方舟」にも認定され、ブランド力が急速に高まっている。鍋物にネギが欠かせないように、今や谷田部ネギは、本市の農業振興に不可欠である。

近年、本市には全国各地の自治体や大学などの視察が急増し、TVや新聞などで取り上げられる機会も多くなったが、もっとも評価されている点は、地域資源である食の活用に始まり、生涯食育、地産地消、食ブランドなど、一貫して「地元産」にこだわってきた姿勢ではないかと考えている。

急激にひっ迫する世界の食料事情や後を絶たない食品の安全を脅かす事件を背景に、国産回帰が進む中、地場産振興は時代の要請ともなっている。これからも、地元産へのこだわりと誇りを持って、「御食国若狭おばま」の食のまちづくりを進めていきたい。



地域に食文化を発信する

高校生レストラン

―地元食材による創作料理の提供で地域を元気に―



三重県立相可高等学校食物調理科

● 村林新吾

三重県の中ほどにある多気郡多気町。この中に

私たちの学校がある。普通科、生産経済科、環境創造科、食物調理科の四学科からなる総合高校で、過去、野球部の甲子園出場、土木科の測量士資格合格日本一など、創立百年を迎えた文武両道の伝統校である。

〔初代レストラン「まごの店」開店と農産物販売の増加〕

その中で平成六年、家政科が学科改変し、高校三年間で調理師免許が取得できる食物調理科に改編された。当初から、町のイベントには積極的に参加し、その中で調理の実践的な店を開かないかと町から相談を受け、同十四年十月に高校生レストラン初代「まごの店」が開店した。

当初の店は、「生徒たちのきびきびとした元気な姿」や「おいしいうどん」などが話題を呼び、多気町五桂池ふるさと村への入場者数の増加とともに、農産物直販施設「おばあちゃんの店」の売り上げアップなど波及効果も大きく、地域の活性化

化につながった。

しかし、約二十平方メートルの屋台のような造りで、調理場が狭く、「料理の腕が振るえない」、客席が外にあるために「夏や冬など客にとって快適でない」などの問題点があった。



いせ芋練り込みうどん定食



こだわり地元卵使用のだし巻きたまご作り

〔地域食材を利用した創作料理の店にリニューアル〕

こうした中、平成十五年六月、文部科学省による高度な先端技術や伝統工芸を取り入れた教育を進める専門高校支援の「目指せスペシャルリスト」事業指定校に選ばれた（全国から応募のあった中から九校が選定）。

そこで多気町やふるさと村としても、相可高校食物調理科を応援しようという機運が高まり、地域活性化の目玉の一つとして、地域の食材を最大限に利用した創作料理を目指す新しい「まごの店」建設に取り組むことになった。

建設に当たっては、県内の建築家を目指す高校生による設計コンペを行うなど、高校生の夢を形



生徒によるサービス風景



花御前の熱々天ぷらの盛りつけ風景

にするというユニークな取り組みとして進めることになった。そして関係者の英知を結集し、総工費約八千九百万円、建築面積三百七十六平方メートル（敷地面積一万一千九百四十四平方メートル）の新しい「まごの店」が平成十七年二月十三日に五桂池ふるさと村に誕生した。

以来、毎営業日は満員の大盛況になる人気の店となった。現在二百五十食を完売、レストランで食べられない人のために、おばあちゃんの店の前と地域のスーパーに弁当を納め、この数は平均で二百食、時には六百食に上ることもある。

高校生レストランまごの店は、今では多気町のみならず、三重県内でも有名な店になった。お腹がいっぱいになるだけでなく、高校生のきびきびした姿、料理への熱意を感じ、食事をしている人たちに感動を与え「お腹もいっぱい、心もいっぱいになる、元気がもらえる店」として人気になっている。

地域への貢献と起業家の育成

新しい展開として、このまごの店で研修した卒業生が同じ町のスーパー内に自分たちで会社を起し、おかずのテイクアウト専門店を開店した。名前も相可高校を連想するように「せんばいの店」。

高校時代に学んだ料理を基本に、安全安心な食事・おかずを目指し、ほぼ九割を地元の食材を使った和食型の店を展開している。

女性の卒業生が多く、学科ができ



営業前の煮物の盛りつけ風景

十四年目になり、子育てをする生徒も多く、この子たちの昼間、子供を預けての職場として考えている。帰りの夕食を、子供のために安心なものを作る、そのようなコンセプトで店は順調で、地元では今、話題となっている。

卒業生の活躍と食を通じた福祉活動への参加

まごの店は、学業が本分の高校生の店、休日のみの営業だが、せんばいの店は定休日以外、毎日の営業、社会人としての実践営業である。

その働く先輩の姿は、現役の高校生の見本となっている。春には、隣接する市に和食バイキングの店が本校の卒業生を中心にオープン。まごの店の活動は、確実に地域に根付き、広がっている。将来の夢は、自分たちで作った農産物で料理を提供し、言葉の障がいがある人を、せんばいの店で雇用し、障がい者対象の料理教室の開催など、食を通して福祉活動にも参加したいと思っている。私たちの活動で、多気町が元気になることを望んでいる。



サービスはすべて生徒が行う



ウッドマイレージ削減に向けた

地産地消の推進

―地元産の木材使用で深まる地域の自信と誇り―



校長 ● 佐藤 幸雄

（京都府中東部に位置する総合的な林業実習高校）

京都府立北桑田高等学校は、地元での中等教育を渴望する地域の情熱により、男子部、女子部からなる北桑田農林学校として昭和十九年に開校。戦後、新制高校になって普通科、農業科、林業科、家政科を設置。平成五年に林業科を改編して森林リサーチ科が募集を開始し、ログハウス実習棟、集成材実習棟、コンピュータ木材加工実習棟、製材木材加工実習棟が整備された。学校で使用する年間約百立方メートルの木材の七割前後が演習林や地元林家からの提供による地元産材で、スギ、ヒノキを中心に、伐採、運材、加工までの総合的な林業実習を行なっている。特にログハウスは年間五〜七棟、大きさ三坪〜四十坪の物を地元中心に建築実習している。

本校は現在、京都市右京区京北地域にある。京都府の中東部に位置し、森林が九四%を占めている。昔から林業の町として知られているこの旧北

桑田郡地域は、美山三百四十平方キロ、京北二百七十七平方キロと、京都府の町村では一、二位の広さを誇る広大な面積を有する。町村合併により二町からなる北桑田郡のうち京北町が京都市に、美山町は園部町を中心とする周辺市町と合併し南丹市となった。

交通は北桑田を南北に国道162号線、旧京北町を東西に国道477号線が走るのみで、鉄道もなく、周辺市町まで東西南北どちらにも車で一時間を要し、陸の孤島といっても過言ではない。人口は京北六千七百十人、美山五千二百七十人だが、少子高齢化により過疎が進み、年齢構成がバランスを欠き、学校の統合が進む農山村地域である。

平安時代から都の木材の供給地として、また御料林や北山磨き丸太の産地として、長い歴史と伝統的林業技術により栄えた京北地域も、林業、木材不況により年々枝打ちや間伐の遅れた放置林が目立つようになってきた。スギ材の価格は年々下落し、一立方メートル当り八千円から一万二千元

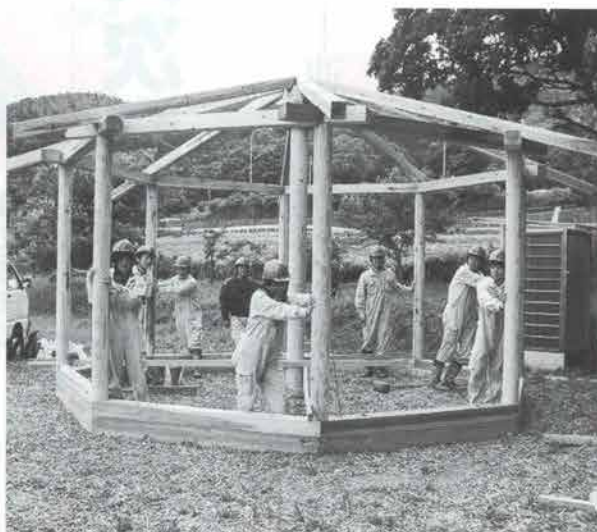
程度と外材より安い価格になっており、直径十五センチ前後、長さ三メートルの木を四トントラックいっぱいにしても四〜五万円がやっと。山主からすれば、とても採算が取れる状態ではない。後継者不在や高齢化といった事情から、林道や作業道沿いの条件のよいところでさえ手が入らない。

また、里山の荒廃、シカやイノシシ、ウサギといった獣による農作物や植林苗木の被害、樹木の皮はきなど、状況は年々悪化している。猟師の減少や温暖化の影響などが、森林の荒廃に拍車をかけている。林業経営や農村振興には大きな問題が山積する一方、環境やエコ意識の高まりとともに国民の目は緑や山林に向きつつあり、森林の公益的な機能の発揮が様々な形で注目を浴び、期待されるようになってきた。

（木材取り扱い事業体の認定と地元産木材の消費拡大追究）

本校は六十ヘクタールの演習林を持つが、植林地の枝打ち、間伐が遅れていたところに、度重なる台風の風倒木や、温暖化による湿った重い雪のため、雪害木が多く発生し、大きな被害を受けていた。しかし、先達・先輩が植林し、大きく育ててくれた山林を放置し、無駄にすることはできない。毎年計画的に間伐、枝打ち実習をすることによって、ようやく美しい演習林が復活してきた。本高校は杉の集成材加工技術を持ち、この演習林から切り出した木材で各種の木工作品を製作・提案したり、丸棒加工機によるマシンカットのログハウス建築、NCルーターやレーザー加工機を使った商品開発を行い、木材の消費拡大の方策を研究している。

年間百立方メートルの地元産木材を使い、様々



ログハウス建築実習

な商品開発や消費促進の提案を行なった実績をもとに平成十七年、京都府から「府内産木材取り扱い事業体」の認定を受け、地元産木材の消費拡大を追及してきた。時を同じく、ウッドマイレージを短縮しCO₂排出を削減すれば、地球温暖化問題防止にも寄与できるというモデル事業に取り掛かり、京都大学の開発したJ-Prod工法による木造建築物を高校生が造るといふ、高大連携が同十八年度後半に実現した。

（京都大開発の工法による） CO₂排出削減のモデルハウス

「ウッドマイレージを減らそう」は、府内産木材の消費拡大がテーマである。木材の地産地消を進めると、CO₂の排出量の削減とガソリン消費の削減になる。一般的に日本で消費される木材の八割は外国産材で、平均すると消費者に届くまでに一立方メートル当りおよそ百十七キログラムのCO₂

が排出されている。しかし、学校周辺で切り出される木材を使うと、多く見積もっても二キロ程度となり、燃料に換算すると、地元の木を意識して使うだけで木材一立方メートル当り四十リットル以上のガソリンが削減できることになる。

J-Prod工法は、長さ三〜四メートル、厚さ三十ミリ、幅百八十ミリのスギ板を口の字型に組み合わせ、鋼製プレートを一組の部材で挟んで釘で打ち抜き固定させ、鋼製アングルに上下四十五センチピッチで組み立て、耐震に強い構造を作る。木材の末口が二十二〜二十六センチのスギの原木を演習林で伐り、搬出、製材、組み立てまですべて生徒の実習で完成させた。今回のモデルハウスの外壁には、卒業生の銘木業者から安く譲り受けた北山杉磨き丸太のB級品を用いて、京都らしい風情と高級感を持った建築物に仕上げた。

（林業教育を通じた生徒の） 「心と体の知」の獲得

このJ-Prodの取り組みを中心として、環境省主催の第一回「一村一品」大作戦全国大会で、「地元の木を使ってウッドマイレージを減らそう!」と題して発表し、最優秀賞を受賞することができた。北桑田高校森林リサーチ科が取り組む「山を育てる、人を育てる」という目標は、「みがくかがやく」の学校キャッチフレーズを通して、生徒たちに浸透している。山から伐り出した木材で家具やログハウスなど様々なものを加工、設計して一つの形にしていくことは、生徒たちの自信と誇りにつながる。また、地域と協働して取り組むことで、郷土を見直し、自分たちの足場を固め、自らを磨き輝かせることが生徒自身の進路につな

がる。



「京北ふるさと祭り」での木工品の展示・販売

本校では、一学年三十人の森林リサーチ科の生徒のうち、農学部を中心に国公立大学をはじめ四年制大学に五割、短大・専門学校に四割が進学する。地元を求人がほとんどなく、職種が限定される中、その後の進路は多方面にわたる。学科改編時に、「林業を学ぶ」から「林業で学ぶ」教育へと軸転換を行い、林業自営をはじめ、公務員の林業職（国、府）、森林組合や警察、消防、郵政など、地元や地域の後継者として多くの卒業生が活躍し、また、保育、福祉看護、建築など様々な職種で、林業という専門教科を学ぶ中で得た自信と誇りが支えとなっている、と語ってくれる卒業生の姿がある。

生徒たちは専門学科で学ぶことを通して「心と体の知」を獲得し、地域の誇れる人材として育っていている。



六次産業化で地域特産品開発と

販売を促進

―連携による相乗効果を活かした地産地消活動―



コーディネーター ● 後由美子

世羅町は広島県のほぼ中央にあり、標高三百五十～五百メートルの高原に位置する。平成十六年に三町が合併し、新世羅町が誕生したが、周りはすべて市に囲まれた一万八千人の小さな町である。この町で、六次産業化を目指す農園がネットワークをつくり、地産地消に取り組みながら、豊かで美しいまちづくりに取り組んでいる。

本町の農業は、山を切り開いた開拓農業が多く、特に国営農地開発事業によって、三百七十五ヘクタールに三十八農園が誕生している。開発団地農園には観光農園や直売農園が多く、世羅高原六次産業ネットワークに十六農園が加入している。既存の農地は集落ごとに法人化し、農業経営を行っているのが二十五集団あり、この中から六集団がネットワークに加入している。

（世羅高原で県の六次産業化事業がスタート）

六次産業とは、一次産業、二次産業、三次産業を掛け合わせて六次になるという造語で、農業者

が生産だけでなく、一次産品に付加価値を付け、直接消費者に提供するトータル産業を行う。一次産業は新鮮・安全・多彩なものを、二次産業と三次産業では作る、見る、食べる、触れる、売る、泊まるといったことを農業者が行い、所得と就業機会を増やそうとするものであり、今村奈良臣大名誉教授が提唱している。

当地の農業は、経営の不安定、高齢化、農地の荒廃などが課題に挙げられていた。平成九年度に広島県が「六次産業化」を事業化し、この事業に三町が連携して取り組んだことが、地産地消活動の発端である。

消費者にとって、町の区分はない。三町とも直売、加工、観光に取り組んでいる農業者がいる。町の垣根を越えて人材、施設、資源が共有できることから翌年一月、三町と関係機関は推進協議会を立ち上げた。

ネットワーク化により研修、PR、情報、施設などが強化・共有できることを啓発した結果、平

成十一年に三十二団体でネットワークが結成された。フルーツ農園、花観光農園、産直市場、加工グループ、直売農園、集落法人、農村レストラン、高校や農協もメンバーになった。現在は、五十七団体延べ千二百人となり、全町に広がっている。

（百品目の加工品開発と地産地消活動）

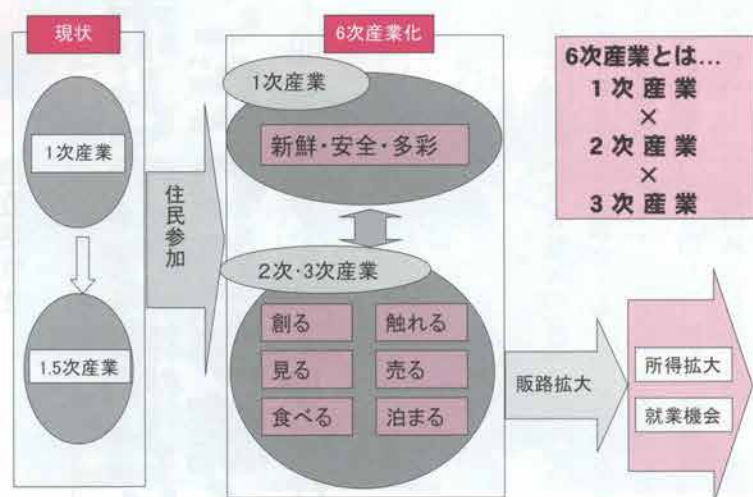
研修を重ね、世羅の風土に合う減農薬栽培方法で、多彩で安全・安心な農産物の生産を行い、産直市場を中心に販売している。また、広島県ジーンバンクの種を利用し、笹木三月子大根など地域特産品を開発している。

加工品の研究開発を行い、いわし漬け、夢小判、かりんとう、豆乳ラーメン、テンペ、薫製卵など、



イトーヨーカドー福山店で地域特産フェアを開催

6次産業のイメージ



家庭の味を商品化し、百品目程度ができた。販売はネットワーク会員二十四カ所（常設は八カ所）の店舗を中心に行っている。

また会員の産品を持ち寄り、「産品試食会」を行っている。毎年約四十品目が出展され、百人が試食をする。

この会で連携が形成され、一緒にイベントをする自信がついてきた。今では「地産地消の集い」と称し、会員だけでなく、一般の人たちも参加するイベントに育っている。今年度は商工会とも連携し、地産地消の弁当やレストランメニュー、学校給食の試食会を行った。



自慢の米・卵・漬物・卵にかけるしょうゆをセットにしたふるさと小包

（広島市のアンテナショップで食材と観光農業を紹介）

広島市にあるアンテナショップ「夢ぶらざ」に、平成十一年から年二週間商品を出展している。ネットワーク会員が毎日、当番でワゴン販売を行い、世羅高原の魅力を生かしている。広島市の住民に、世羅高原の食材と観光農業を紹介するきっかけとなった。

出かけ行くだけでなく、世羅高原で消費者交流をしようと、平成十三年から毎年、大型イベント「フルーツ王国せら高原まつり」を開催している。テント二十数張り、特産品販売やフルーツオリンピック、ミニ動物園、芸能発表など、地域や学生の協力も得て、二・三万人の客でにぎわう盛大な祭りになっている。

（夢高原市場の開設とブランド化の進展）

平成十八年には町の農業公園がオープンし、その中にネットワークのアンテナショップ「夢高原市場」を開設した。夢高原市場の主な活動は、直売コーナー、情報コーナー、レストランへの食材供給のほか、郷土料理のテイクアウト「おやつ庵」を設置している。卵かけごはん、夢小判、梨のスムージ、アスパラの天ぷら、酪農家のソフトクリームなど、地元食材を使った軽食を生産者が直接、客に食べてもらい、人気となっている。

また会員の産品を集め、お歳暮や中元用に「ふるさと小包」を作り、発送している。イトーヨーカドー福山店の要請で、年二回五・六日間、九十坪のイベント会場で「ふるさとフェア」を開いている。初めて出店した時は、全国百八十店舗の中で売り上げ一位になった。

尾道市商店会や町内の事業所にも定期的に出張販売し、地産地消を進めている。産直市場会員はこれとは別に、広島、三原、尾道、福山のスーパーでインショップや青空市を行い、世羅産品を求める消費者によってブランド化が次第に進んでいる。

ネットワークは、連携することで生まれた相乗効果を活かしながら、スクラムを組んで活動を展開している。売り上げは平成十二年度に十二億円であったが、同十九年度には十六億円に達した（会員の交流関係のみの売り上げ）。こうした活動が認められ、地産地消費大賞やグリーンツーリズム大賞など、たくさんのお褒めをいただいた。

会員には後継者が多く育っており、元気で町中が美しく豊かな地域となるよう頑張っている。

都市との交流と地域産の こだわりの続く「百二十年の村」 —地産地消を核にしたむらづくり活動—



赤村特産物センター代表

● 中原弘子

赤村は、福岡県筑豊地域の東端にあるが、炭坑はなく、英彦山を源流とする今川が盆地を流れ、「緑と清流の里」をキャッチフレーズに、美しい景観の農山村をつくり出している。総面積三十二平方キロの七〇％を山林が占め、人口三千五百人、高齢化率二八・六％の当村は、一八八九年の村制施行以来、合併も経験せずに百二十年の歴史を今日に刻んでいる。

（炭坑閉山の嵐の中で模索した村の 生き残り策）

田川地区で唯一炭坑を持たない当村は、炭坑全盛時代はその食糧の供給基地として、炭坑と共に栄えた。しかし、閉山の嵐の中で村は生き残りを模索した。

それが昭和六十二年に開催した農業体験イベント「DO YOU 農？」である。春に「ドロンコフェスティバル」で、秋には「イナカーニバル・ザ・みのり」を開催し、都市住民が泊りがけで農業体験できる企画を次々に実施した。

そのネーミングと農村原点を思い起こさせる豊かな自然が注目を集め、マスコミや都市住民が来るようになった。当時としては、非常に珍しい取り組みで、それ以来、今日まで続いている。それが赤村活性化の原点となっている。

赤村の朝は午前四時、特産物センター横の「食と農交流館」に電気が付く。センターでトップの売り上げを誇る「弁当部会」（平均年齢六十八歳）の出動である。

同五時、おはようという元気のよい声が、年間六百俵の餅をつきまくる「餅部会」部員の声で、センター内の加工所に響きわたる。

同六時、「パン部会」の出動。同六時三十分、平均年齢七十二歳の農家高齢者の男女による野菜・加工品の搬入が始まる。そして、センター前の県道や田んぼのあぜ道を、村長をはじめ高

齢者の朝の運動歩きの姿が見られる。

同七時三十分、村外に出勤する車が忙しくセンターの前を走り過ぎる。同八時三十分、村外から集ってきた消費者の入館が始まり、活気が出てくる。

これが十八年間、繰り返されてきた特産物センターの朝の風景である。

（地元産しか売らない特産物センター）

赤村で取れたもの、赤村で作ったものしか売らない、というこだわりを持って十八年。そろそろ方向を変えないと生き残れないよ、と言う提言も外部からある。赤村は果物が少ないから支入れたらどうか、と言う誘いもある。海の物を置いたら、売り上げはまだ上がるよとの指摘もある。

確かに、近隣には大きな道の駅があつて、それ



第1回町村フェアにて（福岡市）



特産物センター内部

なりに収益も上げている。隣の町には、西日本一大きな道の駅が建設中である。だからこそ、そして今だからこそ、赤村のものしか売らない、と言うこだわりを捨て切ることはできない。

平成の町村大合併を振り切った村の精神をとことん貫くならば、それは特産センターのこだわりと同じであると思う。「赤村の野菜は安心して買える」と言ってくれるお客の声は大切にしたい。今のままで決してよいとは言わない。

赤村の良さを演出する仕掛けは、まだいくつも残っている。今こそ、行政・村民が一緒になり、知恵と勇気でこだわりを持ち続ける方向性に向かって、突き進む時だと思う。赤村だからできる



特産物センター内部2

ことは、まだまだたくさんあると思う。祖先から受け継いだ勤勉さが今、物を言う時ではないだろうか。

高齢者が元氣な村

赤村の活性化を進める大きな柱は、当センターと「源じいの森温泉」「トロッコ列車」の三つであり、相互に連絡を取りながら、行事を組んでいる。そのいずれにも、高齢者が深くかかわっている。

自分が作ったものに自分が値段を付け、買ってもらう経済的な自立を学んだのはセンターであり、生きがいにつながっていった。高齢者の医療費の持ち出しも、近隣の町村では一番少なく、赤

村は財政的にも黒字の村である。

今まで同じ村に住んでいながら、言葉も交わすことのなかった人たちがセンターで友達になり、かつ競い合い、頭を使うことによって痴ほう防止にもなっており、生き生きとした毎日を送っている。赤村では高齢者は、まさに宝物である。

出張販売の展開と農業後継の課題

単に、特産物センターで地域産品を売るだけでなく、外部に持ち出す機会も増えている。例えば、商店街活性化のお助けマンとして、出張販売を一カ月に四回、定例で毎日一カ所行っている。

商店街に向かい行って、餅つきをしながら村の産品を販売し、まさに赤村を売り、赤村を食べてもらっている。動く広告塔の役を果たしながら、村にお客を呼び寄せる役目を外販部隊はしっかりと担っている。若い男性をリードしてくれる役場や農協の職員、それに支えられて張り切るおばあちゃんたちが、年も忘れ張切って今日も県内の商店街に散らばっている。

後継者育成の問題はどこにでもあるが、農業者はセンターを軸にしながら、魅力ある農業を残していく責任があると思う。生産から販売までの指導をきちんとしてくれる役場、農協、地域の普及センターとの連携もさることながら、農業者自身が農業を愛し、村を愛する生き方を、後継者に手本として示すことが大切であろうと思う。

今、赤村は特産物センターを拠点とした、新しい村づくりのプロジェクトを立ち上げたところである。過去の教訓を生かしながら、地域の活性化に総力を挙げて取り組んでいきたい。

農業交流拠点による地産地消の推進

— 専業農家が立ち上げた六次産業を目指す

コミュニティビジネス—



代表取締役

山口成美

「おおむら夢ファームシユシユ」は、農業者の高齢化や減少により耕作放棄地が増える中、地域農業の活性化を図るため、農業交流拠点施設を建設し、地域農産物の生産、製造、加工、販売のいわゆる六次産業の確立を目指すとともに、都市住民との交流を図り、地域農業の振興や農業後継者の育成を目的に、地域の専業農家八人で運営している。

シユシユは、長崎空港から車で十五分ほどの農村地帯にある。大村市は人口約九万人のまちで、もともと農家が多く、農産物に恵まれた土地である。施設は、直売所とレストラン、体験教室などを中心に、大人から子どもまでが楽しめるような仕組みにつくり上げた。

旬の料理と季節の冷果が人気に

その中でもレストランは、地元の旬の食材を使い、六十種類の料理を提供している。どれもとてもおいしいと評判で、素材の良さを特徴にした料理である。四季折々の新鮮な料理が登場するとあって、地元での人気スポットになっている。

施設の中でも特に人気の高いのが、地域の四季の果物を使ったジェラートやアイスクリーム。イチジク、ナシ、ブドウ、ブルーベリーなど、その時季の果物だけを使う。しかも、すべて近所の農家で取れたものを手搾りして作る。四季折々に様々な素材が登場する、とてもユニークな趣向にしている。都会のアイスクリームショップでは、とてもマネのできない見せ方であり、土・日曜日は長蛇の列となる。

施設には観光農園もあり、果樹園でブドウ狩りやナシ狩り、ブルーベリー狩り、イチゴ狩りなどを楽しむことができる。つまり、農村全体を体験し、風景を見たりして楽しむことができる。各地に直売所が増え、観光農園も数多くある。こうした中で、地域で連携して取り組んだ方が大きな力になるし、特徴も出せる。地域挙げての取り組みの必要性が、ますます高まっていると言える。

シユシユの施設の中で、このところ人気になっているのが、「ホットドッグとパン教室」だ。週末になると、親子連れでいっぱいになる。施設内には、四十人ほどが入れる体験教室が二つある。ここで、ウインナーの手作り体験ができる。羊の腸を利用し、地元の新鮮な豚肉を詰める。それをボイルしている間に、パン生地でもホットドック用のできたてウインナーを挟んで、できあがる。これで千円とあって、大人気になっている。ほかにも果物を使ったタルト作り、パンとジャム作り、ハンバーガー、ピザ、イチゴ大福などの教室があり、食育活動やPTA活動などに幅広く利用されている。

平成十九年に始めたのが、団塊世代向けの農業体験「農業塾」だ。施設近くの畑や田んぼを使って、ソバの種まきや収穫したソバを使ったそば打ち体験、地域の農業後継者と連携して荒廃農地を自ら耕し、焼酎用のイモを栽培、近くの酒蔵と連携した焼酎造りも始まった。

親子連れや団塊世代に好評の体験教室



親子でナシ狩り



ブドウ畑のレストラン春のバイキング

参加者は、近在の五十歳代以上の人たち。夫婦での参加も少なくない。以前から作物を栽培してみたいと思っていたが、なかなかきつけがなくて、この会に入り庭で野菜の栽培を始めたという人たちも多い。

地域全体が、様々につながって、食を通して安全や季節や旬、おいしい本物の味を味わう仕組みになっている。こんな地域は、ほかにはないのではないだろうか。

（地域の特徴を多彩に展開

おおむら夢ファームシュシュが誕生したのは平成十二年だ。地域の農家が後継者問題や今後の農



地元農産物にこだわった商品

業をどうするかということで、集まったことがそもそもの始まりだ。ほかに観光農園がたくさんあるので、施設を造っても今後、人が集まるのかどうか、先行きに不安があった。

そんな中、まずできることから始めようと有志四人がビニールハウスを使い、農産物を販売する直売所を始めた。その後、余った果物をどうにかできないかということから、初めて試みたのが旬の果物を使ったジェラートである。これが若い人たちの人気となり、なんと年間十七万人が買いに来るようになった。

そこから新たに農家八戸が集まってできたのがシュシュである。ログハウス風のジェラート売場、

レストラン、近所の農家百二十戸が出荷する農産物直売所を備えた施設である。直売所は、継続的に農産物を出せる農家、自信のある農産物を出せる農家に絞った。生産者の写真を掲示して、どんな人が栽培したかも分かるように工夫した。

ジェラートと直売所も大人気となった。レストランは、畜産農家があったことから、最初は焼肉レストランを始めた。しかし、BSE（牛海綿状脳症）問題が浮上して集客が落ちた。カレーや丼ものにすることも試みたが、一つ一つ注文にに応じて作るのが大変だった。試行錯誤の末に誕生したのが、四季の食材を用いたビュッフェ方式の現在のレストランである。

（観光農業が与える「感動」と「希望」

農業はこれまで、きつい、汚い、危険の3K産業と言われてきた。現在は、高齢化、後継者不足、荒廃農地の3K産業となっているが、シュシュは観光農業で客に「感動」を与え、後継者に「希望」を与える、夢のある新しい3K産業を実践している。各事業とも地産地消に取り組んでおり、一昨年度の全国地産地消優良活動（交流促進部門）で農林水産大臣賞を受賞。また、洋菓子部門では「ケツコイケ」でシュシュプリン」が長崎県新作展最優秀賞を受賞するなど、商品開発にも取り組んでいる。

さらに、食育活動や団塊世代の農業塾など、都市と農村の交流も積極的に取り組んでおり、平成十八年度の来場者は四十八万人に上った。農業交流拠点として、地域農業の活性化に、今後も大いに貢献していきたい。

地産地消の推進による地域農業の活性化

食料自給率の向上と地域経済の振興

地域で生産されたものを地域で消費する地産地消は、消費者に「顔が見え、話ができる」関係で、安心して地域の農産物を購入する機会を提供し、食料自給率の向上を図る上で重要な取り組みである。また、高齢者や小規模農家など多様な主体が活躍できる機会を創出するなど、地域農業や関連産業の活性化につながるほか、農産物の輸送距離を縮め、輸送に伴う二酸化炭素排出量の削減にも寄与するものである。

例えば、直売所や量販店での地場農産物の販売のほか、学校や病院・福祉施設の給食での提供、外食・中食産業や食品加工業での利用などにより、消費者は身近な場所で作られた新鮮な農産物を食べることができ、また、農業や農産物に親近感を感じる機会が与えられ、「食」や「農」についての理解が深まることが期待されている。

地産地消は、「食料・農業・農村基本計画」（平成十七年三月）や「食育推進基本計画」（同十八年三月）において、消費者と生産者の信頼関係の構築や地域の農業と関連産業の活性化を図るた

め、推進すべき事項と位置付けられている。

また、学校給食法の改正（平成二十年六月）や日本経団連をはじめとした企業の動きを受け、学校給食や社員食堂などにおける地場産物の活用、生産地域から少し離れた都市部における農産物直売所の設置および量販店でのインショップ（デパートやスーパーなど大型店舗の一角にある農産物直売所）などの取り組みも積極的に行われている。

本稿では、農林水産省における地産地消の取り組みの概要について紹介したい。

地産地消の取り組み推進に向けた施策

農林水産省では、こうした地産地消の取り組みを推進することは重要と考えており、

(1) 地産地消の取り組みにとって必要な農産物直売所や農産物処理加工施設の整備。

(2) 農業だけでなく、給食、商工、観光、流通など連携し、地域一体となって取り組む「地産地消モデルタウン」や、高齢・小規模農家の力を活かした少量・多品目の生産・流通体制づくりなどに対する支援。



生産局技術普及課課長補佐
（地産地消計画班担当）

佐藤京子

(3) 各地域で優れた地産地消活動の実現に活躍している「地産地消の仕事人」の選定や、学校給食・社員食堂、外食・弁当などにおいて、地場産食材を安定的に確保・利用している地産地消メニューの表彰、地産地消の優良活動の情報収集・提供などの普及・推進活動。

また、平成二十一年度予算においては、上記に加え、

(1) 生産地域の近隣の都市などにおける農産物直売所の整備。

(2) 学校給食や社員食堂などに地場農産物を安定的に供給する取り組みや量販店などでのインショップの取り組みなど新たな地産地消のモデルの構築。

(3) 量販店OBなどのアドバイザーの活用による、農産物直売所の経営改善・高度化に向けた取り組み。

への支援などについて、拡充・強化したところがある。

参考：http://www.maff.go.jp/j/seisan/gijutu/

tisan_tisyo/t_sicnn/pdf/pr_ban.pdf

平成二十年度から新たに取り組み始めた「地産地消の仕事人」「地産地消給食等メニューコンテスト」および平成十七年度から取り組んでいる「地産地消優良活動表彰」について紹介する。

地域農業のリーダー

「地産地消の仕事人」選定

地産地消の取り組みでは、生産現場の意識を変え、生産と消費や販売をつなぎ、地域が一体となった取り組みをするなど、「人」が果たす役割が重要である。このため、地産地消の取り組みに関する知見や経験を有し、全国各地域で優れた地産地消の活動の実現に活躍されている方々を「地産地消の仕事人」として選定した。選定された四十八名の仕事人は、地場農産物の生産や直接販売などに取り組み農業関係者のほか、料理人や学校給食関係者、流通関係者など、様々な形で地産地消に取り組んでいる。

地産地消の仕事人に選定された方の中から、その一部の方を紹介する。

岩手県宮古市の**下窪廣輝**さん。下窪さんは、市内の空き店舗を活用して産直施設「ミニ産直農家」を設立し、車の運転できない人や日中買い物に行けない人でも利用できるように尽力された。

石川県金沢市の**三島一浩**さん。三島さんは、JAが運営する四カ所の直売所の運営を指導するとともに、「メロンの里復活プロジェクト」を立ち上げ、昔生産されたマクワウリなどの生産を増やし、出荷者の農業所得を向上させるとともに、産地の振興・地域活性化に貢献した。

福井県越前市の**大瀧宏之**さん。大瀧さんは、園

芸作物の価格を安定させるため、市場が中心となって、地場農産物を地元量販店で販売する新しい流通システムを考案。量販店との予約相対取引による地場農産物の流通システム「旬菜・c o m ねっと」を構築し、地域農業の振興に貢献した。

徳島県石井町の**中野統夫**さん。中野さんは、直売所を設置して農家を活性化させようと地域の農業者に呼びかけ、徳島県の直売所第一号となる「百姓」設置に尽力。「百姓」は石井町の活性化にも寄与している。

このように「地産地消の仕事人」は、地域や地域農業のリーダーとして活躍されている方々であり、今後は仕事人の方々には講演や助言指導をお願いするなど、各地の地産地消の推進に活かしていきたいと考えている。**(本誌では31〜33ページに仕事人三人を紹介しています)**

参考: http://www.maff.go.jp/j/seisan/gijutu/tisan-tisyo/sigoto_nin_kohyo.html

地産地消給食等メニュー

コンテストの実施

地産地消は、農産物の輸送距離を縮め、輸送に伴う二酸化炭素排出量削減による地球温暖化防止にもつながる取り組みである。平成二十年七

月七日は地球温暖化をテーマとして北海道洞爺湖サミットが開催された初日であることから、七月七日を地球温暖化について考え行動する日「クルアース・デー」とすることが決定された。

1 地産地消について

- 「地産地消」は、地域内で生産された農産物を地域で消費しようとする取組であり、地域の農業者と消費者が結びつき、自給率の向上等につながるほか、高齢者や小規模農家に所得機会を創出するなど地域農業の活性化等にも貢献する取組として、その取組を積極的に推進。

取組の具体例



取組の効果

○地域の生産者と消費者の結びつきの強化

- ・消費者にとっては、「顔が見える関係」で生産状況なども確かめられ、新鮮な農産物を消費できる
- ・消費者ニーズに対応した生産が展開できる

○地域農業、関連産業の活性化

- ・高齢者や小規模農家等に所得機会を創出
- ・加工、観光等との連携により地域の活性化にも貢献

○「食」や「農」の理解の増進

- ・消費者と生産者の交流が図られ、食育の機会としても重要
- ・地域の食材を活用して地域の伝統的な食文化の維持等にもつながる

○流通コストの削減等

- ・流通コストが削減され、農家の手取りの確保にもつながる
- ・輸送の距離が短いので地球温暖化の防止等にも貢献

2 地産地消の推進について

取組の支援

■ 農産物直売所、加工施設等の整備への支援



■ 農業だけでなく、給食、商工、観光等が一体となって地産地消に取り組む地域(地産地消モデルタウン)を支援

■ 高齢・小規模農家が活躍できる直売所を中心とした生産・流通体制づくりの支援

直売所を中心とした少量多品目の生産や巡回集荷等の高齢・小規模農家でも出荷できる体制づくり等を支援

<21年度予算での主な拡充>

■ 社員食堂、学校給食等に地場農産物を安定的に供給する取組への支援



周年供給に向けた冷凍・加工品の開発や地場農産物を利用したメニューの試作



■ 量販店等のインショップの取組や直売所のネットワーク化などの新たな展開への支援



量販店のインショップの取組

その他の支援

■ 地産地消の優良事例の提供 (優良活動表彰、地産地消給食等メニューコンテスト等の開催)

■ 人材の育成・情報提供 (コーディネーター研修の実施、「地産地消の仕事人」の選定)

■ 直売所の経営の改善・高度化 (量販店のOB等のアドバイザーを活用した実証等)

農林水産省では、このクールアース・デーを契機として、地産地消の取り組みの一層の推進を図るため、学校給食や社員食堂などを対象に提供される給食、外食や弁当において、地域で生産される農林水産物を使ったメニューに関するコンテス

ト「地産地消給食等メニューコンテスト」を初めて実施した。全国から百四十四件の応募があり、このうち、学校給食、社員食堂、外食・弁当のメニュー二十件を表彰した。

社員食堂では、株式会社NECライベックスが

農林水産大臣賞を受賞。同社は、郷土料理を積極的に利用した「とれたて福井ヘルシー弁当」を福井県坂井市のNECセミコンダクターズ関西福井工場で提供している。

学校給食では、茨城県大洗町学校

栄養士会が文部科学大臣賞を受賞。

大洗町の幼稚園、小学校、中学校の七施設において、地元特産の水産物(イワシ、シラス)や農産物(サツマイモなど)を活かしたメニューが給食で提供されている。

外食・弁当では、千葉県の鴨川市

農林業体験交流協会が農林水産大臣賞を受賞。地元産の旬の野菜をふんだんに使用した「里山セット」を鴨川市総合交流ターミナル「みんなみの里」で提供されている。

受賞されたメニューは、いずれも地場農林水産物の食料を安定的に利用しており、生産者との交流促進など食育の取り組みを行っている優れたものである。受賞メニューについては、農林水産省のホームページなどを活用して広く紹介し、各地の地産地消の推進に活かしていきたいと

考えている。

参考：http://www.maff.go.jp/j/seisan/gijyutu/

tisan_tisyo/t_menu_contest/sinsa.html

地産地消優良活動の表彰

地産地消の取り組みを一層推進するためには、各地域における優れた取り組みについて情報共有を図ることが重要であることから、平成十七年度よりこの表彰を実施している。同二十年度に農林水産大臣賞を受賞した二団体について、その取り組み概要を紹介する。

地域振興部門では、愛知県大府市の株式会社げんきの郷が農林水産大臣賞を受賞。都市近郊地域において、直売所、加工販売施設、農村レストランなどからなる地産地消の複合拠点施設「JAあぐりタウン げんきの郷」を中心として、生産から加工、流通、販売、消費に至る、新たな地産地消のシステムを構築。地場農産物の生産増加や農業所得の向上、後継者や新規就農者の確保など、地域農業の振興へ大きく貢献した。

交流促進部門では、熊本県菊池市の有限会社有朋の里泗水(ゆうほうのさと しすい)が農林水産大臣賞を受賞。直売所「養生市場」を中心として、安全で環境に配慮した農産物づくりを進めるとともに、接客当番を作り、生産者が地場農産物の良さを消費者に伝えるなど、消費者ニーズに応じた農産物・加工品生産と販売を展開している。また、生産者への減農薬資材の支援などを行い、環境保全を積極的に推進している。

参考：http://www.maff.go.jp/j/press/seisan/

gizyutu/090220.html

地産地消の仕事人1

地域の力を活かした 食育の推進



都賀町立学校給食センター
管理栄養士

● 中田智子

都賀町は、栃木県の南部に位置する人口一万三千人の町。本町は、共同調理場方式の都賀町立学校給食センターで小学三校、中学一校の全学校の給食を作り、平成十九年度は文部科学省から「地域に根ざした学校給食推進事業」、同二十年度は「子どもの健康を育む総合食育推進事業」の委託を受け、地場産物を積極的に活用した児童生徒への食育を行っている。現在、約千二百人分の給食を、所長一人、学校栄養職員二人、調理員十一人で提供している。

生産者と協力した計画的な 地場農産物の利用

学校給食の取り組みは、平成十六年四月に地場産物の供給体制を整え、町内産の農産物を食材として利用したのに始まる。この供給体制は都賀町地産地消・食育推進協議会で地場産物活用を調整した上、生産者とJAが年間出荷予定表を作成。給食センターがそれをもとに食に関する指導全体計画を立て、それを受けて献立作成検討会で献立を作成し、JAへ発注している。JAは農家へ出荷を依頼し、JA立会いの下に品質、量を確認、給食センターに農家が直接納入している。

生産者の協力を得て昨年十一月、ジャガイモやサツマイモなどの収穫体験と交流給食を、町内の小学二年生の授業で実施した。献立作成においては、収穫体験で収穫した野菜を交流給食時の給食献立に組み入れる工夫をしている。

町内産の農産物をより多く活用できるように、食に関する指導全体計画（例えば五月はニンジン、イチゴなど明示）により、生産者による計画的な農産物生産と、献立への活用を行っている。町内小学一年生保護者へは、学校給食試食会、講習会と食育の授業参観を六月に実施している。その時の献立も地域の農産物をできるだけ活用し、講習会では生産者の顔写真とコメントなどを紹介している。

町内産の農産物を三品以上使用した献立を毎月十九日の「食育の日」、またはその前日の一食分を「食育の日献立」として提供し、給食日よりなどで広報している。リクエスト献立作りを、町内小学六年生の家庭科授業で実施している。班に分かれて、学校給食の献立を教材として作成し、実際に学校給食を提供している。児童からは「栄養のバランスを考えると、好きな物

ばかり食べていてはいけなことが分かった」などの感想が多く寄せられた。

中学一年生が、家庭科の授業で栄養などについて学習した上、中学全学年においてバイキング給食を実施し、食に関する指導を実践化させている。その献立も町内にあるJAの加工所で作られた町内産の農産物を活用した大福とシフォンケーキ、赤飯を提供した。

体験活動を取り入れた 食育の実践

本町は昨年度、「にっぽん食育推進教育ファーム」の実証地区の指定を受け、都賀中二年の選択技術家庭科の授業でカボチャとブロッコリーの生産、調理、食べるといった一連の流れを経験した。また、町教育委員会事業の子ども学習教室と連携し、田植え、草取り、収穫、餅つきやワラを使ったしめ縄作りの農業体験を親子で実施し、日本文化である稲作・米食の理解を深めた。

中学校家庭科で郷土食の「しもつかれ」、行事食の餅つきの体験活動を実施した。しもつかれは学校給食にも取り入れた。保護者からは「子どもが郷土食に触れる良い機会になった」などの感想をいただいた。

中学校家庭科で学校給食に野菜を納入している生産者に来てもらい、野菜選びの方

法や生徒が自分で選んだ野菜による調理実習を行った。教育ファームで育てたブロッコリーを保育園児が収穫体験し、保育園の給食で提供した。さらに、家庭教育学級で保護者が「かぼちゃ饅頭」をもちぎ食育応援団員に教えてもらった。

地域団体である都賀町農村生活研究グループから、食育の手伝いをしたいと声をかけられ、「食育カルタ」を一緒に作成した。今後、町内の学校や幼稚園、保育園で活用していく予定だ。「いきいき食育プラン」（育てる・食べる・つながる）の策定を、町民の声を「食育フェスティバル」などで聞きながら策定した。今後このプランを基に、町全体で食育を推進していく考えだ。

学校給食の地産地消の成果としては、①食育に関心のある保護者の増加②学校給食における地場産物を使用する割合の増加③給食の食材として地元で取れた農産物が使われていることを知っている児童生徒の増加④朝食を食べている児童生徒の増加⑤朝、昼、夜の三食を必ず食べることに気をつけている児童の増加⑥夕食を一人で食べている児童生徒（孤食）の減少⑦都賀町が好きと答える児童生徒保護者が多い一などが挙げられる。



給食試食会



しもつかれづくり

学校、家庭、地域につながり、より元気で健康な地域づくりに努め、子供たちが健康な心と体を育み、夢をかなえ、笑顔が輝く生涯を送ることができるよう頑張っていきたいと思う。

地産地消の仕事人2

新鮮農産物で作る「高岡井」で
地産地消を推進

高岡農業センター副所長

● 浦上節子

JA女性部の野菜作り勉強と
直売事業の展開

JA高岡の地産地消運動は、平成十四年七月の「畑でバートー自家菜園で五十万円運動」で本格的にスタートした。この運動の核となったJA高岡女性部は、四十年前以上前から農林振興センターやJAの営農指導員を先生に、家庭菜園教室で野菜作りを勉強し、「家族に安心安全な物を食べさせたい」を実践してきた。

栽培技術の向上とともに、「家庭菜園でできた野菜や出荷せずに余った野菜・花を売れば、ちょっとした収入になるのでは」と、朝市への出店や新しい高岡の特産品作り、保育園や学校給食への出荷にと意欲が高まった。

そんな中提案されたのが、JA高岡が中心となった地元での農産物直

売事業だ。スーパー店舗内でのインショップ（十四店舗）とJA直売所（五カ所）での販売事業である。消費者に喜ばれる農産物を作れば、「いつでもどここの店でも自分の納得できる価格で販売できる」という道が開かれた。

この運動は、「畑が職場野菜作って二百万円運動」「主人一押し我が家の自慢漬物」「花を栽培し、夢と財布を膨らませましょう」「かぼちゃでPan富金運動」「おはぎ・パン・惣菜加工」などと様々の広がりをみせ、今では直売会員は七百二十五人、売り上げは約三億円となった。地産地消の追い風があったというものの、県の指導やJA高岡総ぐるみの取り組みが効を奏したものであり、この運動に携わらせていただいたことに誇りを持っている。

地域農産物による

「とことん高岡井」開発と情報発信

富山県の野菜産出額は全国最下位で、米、野菜、果樹合わせての自給率は七二%。平成二十年四月に上司から「高岡産の農畜産物消費拡大の情報をもてかきできないか」と提案を受け、直売所への出荷物をリストアップし、おいしい高岡米と新鮮野菜で行うことを考えた。「野菜たっぷりカレー? 具たくさんすし混ぜご飯?」の中でも「井」が一番。しかも、たくさん野菜を食べてもらいたいから「小井」にした。

これは地元北日本新聞社の「地産知消キャンペーン」の応援を得て、春、初夏、盛夏、秋、冬の四季折々二十六種類を、「とことん高岡井」として情報発信することができた。消費者は安くておいしい、生産者は収入増で双方が喜べるこの井を、今後も種類を増やしたいと思う。

一例では、転作物として栽培されている大豆を柔らかく煮て味付けし、天かすを入れ卵でとじる「小だめき井」。また、県内ホウレンソウ栽培の七割が当JAであることから「ほうれん草&ベーコン井」と、それぞれ特徴がある。炊きたての万葉米（こしひかり・JA高岡のオリジナル米）を小井に五十〜六十グラム

よそい、その上に高岡の旬の新鮮野菜が薄味に調味され、乗っているというものだ。

今後は、地産地消の「とことん高岡井」をもっとPRし、地域や家庭で手軽に作って食べていただくと同時に、学校給食での採用、県外からのお客に高岡の名物として味わってもらいたいと願っている。ここ数カ月、地元産の大カブや米麹・大豆を使った「かぶらずし（郷土料理）作り教室」「みそ加工教室」は連日満員の大盛況で、その時にも高岡井の一つ「ネギのみぞれ井」を全員で実習し、試食する。高岡農業の理解が深まればと、がんばる毎日である。



とことん高岡井試食会

地産地消の仕事人3

直売所のネットワーク化と販売情報システムの確立



雲南農業協同組合産直事業課長

● 須山 一

雲南地域は、鳥根県東部に位置し、総面積のうち八二・四％を森林が占め、耕地はわずかに八・〇％で、JAの組合員数は二万六千人余りである。当地域の地産地消活動は地域の女性たちが中心に、約二十年前から本格的に始まり、近年の食の問題、地産地消の活発化を受け、平成十三年に直売施設をネットワーク化した「奥出雲産直振興推進協議会」が発足した。

高年齢の出荷サポートと次世代につながる産直活動

直売所はそれぞれの生産者組織が運営し、設立年次、運営形態は異なる。そうした中、平成十年に松江市に、同十三年には雲南市木次町に地元企業、行政の協力で、旧町村や生産者組織の枠を超え、誰でも出荷ができる「広域産直施設」が開設した。

当地域は両端の赤来・横田から木次までは約五十キロある。松江市は木次からさらに三十キロ北に位置する。運転免許を持たない高齢者には出荷する手段がなかった。そこで、地元の運送業者に委託し、約四十カ所の集荷所を曜日ごとに巡回集荷し、鮮度の高い農産物や加工品を集めて、広域産直施設に納品する集出荷体制を構築した。

生産・出荷から販売までの体制が整い、生産者への販売情報のフィードバック対策として、管内十三の直売所にPOSレジを整備し、二時間ごとに販売情報が更新され、家に居ながら売り上げ情報が分かるシステムを構築、インターネットや電話、FAXでリアルタイムの情報を提供する。さらに、直売所の一日の状況を伝えるため、売り場全体の様子を担当者が留守番電話に録音し、小まめな売れ筋情報を提供している。これらにより、生産者は必要な情報を選択し、取得している。

また、量販店での直売では、毎回売行き情報を手書きのニュースとして配布している。デジタルとアナログの組み合わせにより売れ筋商品などの情報発信を行い、生産計画や出荷先選択の一助となっている。

雲南地域は、冬季には雪に覆われることが多く、昔から加工食品の技術が発達したため、産直事業の販売額全体の約三割を加工品が占める。平成二十年夏に「雲南地域加工品研究大会」を開催し、体験発表やパネル討論などを通じ、加工品を柱とした地域農業活性化へ向けて、バイキング形式の農家レストランによる地域の加工品発掘を

行った。また、JA管内の子供たちに「地産地消」の大切さを伝える食農教育も積極的にを行い、地元中学校の修学旅行で「商人体験」に挑戦し、JA職員が「鳥根フェア」で培った直売ノウハウを直々に伝授して、都市住民に地域の魅力や特産品をPRする取り組みを後押しした。

消費者と生産者の架け橋となる地産都商の推進

JA雲南は、管内の農産物直売所をネットワーク化することで、農産物の生産から加工に至る生産販売体制を整備。条件不利地を逆手に取り、消費者交流によって少量でも特色ある商品作りを実践するとともに、都市部にも商品を供給する。地産都商にも力を入れてきた。

平成十六年度から兵庫県尼崎市のスーパー・阪急オアシス尼崎潮江店で月二回、定期開催している鳥根フェアの販売実績は、前年比二五％増（二月末）の六千七十万円に上るなど、高いペースで推移している。同フェア開催の朝は、開店前から大勢の買い物客が詰めかけ、開店とともに通路はたちまち身動きがとれなくなる。JAが都会の消費者と生産者を結ぶ架け橋となり、毎回来店者から「おいしい鳥根の農産物をいつも届けられてありがとう」と感謝される。そうした声を今後も生産者に届け、さらなる生産意欲向上を図る。



大型直売所が全国各地に生まれているが、それが本場に少量多品目の生産農家の支援策になっているのか、私は疑問視している。地産地消活動が活発化する中で、直売

所が淘汰される時代がやってきた。雲南管内の直売所は日々、新規加入により生産者が増加しているが、本当に求められる産直野菜を消費者に届けたい。本来、産直直売の姿は家庭菜園でできた農産物を、お裾分けする。スタイルであり、大量生産の裏側にある化学肥料や農薬とは無縁と思っていた。

直売所経営を重視する余り、農家のための店から経営者のための店としての大型直売所は、農産物直売所からスーパーマーケット化していることに疑問を感じる。地元農産物だけでは出荷商品に偏りや数量に限界があり、運営は厳しくなるが、地域の四季や旬の食材を提供することで、「ほんものの食文化」を消費者へ届けることが農産物直売所や農家生産者の役目であり、そうした取り組みをマネージメントすることがJAの役目だと思ふ。

今や「新鮮・安心・安全」は当然であり、今後はそれらを担保できる仕組みづくりが必要とされる。JA雲南は、既存の食品表示シール（バーコードシール）にQRコードを付け、生産者の写真やコメントが携帯電話、パソコンで閲覧でき、一歩進化した「顔の見える農産物」を提供することにより、さらなる「安心できる商品」を消費者へPRしたい。そして、生産者が食品を届ける責任を強く持つシステムを構築し、生産者とJA、行政、関係機関が一体となって「地産地消と地産都商の両輪」を合言葉に、地域の高齢者や女性、新規就農者も巻き込んで生産のすそ野を広げ、販売目標に掲げた十億円の早期達成を目指す。

最後に「町づくりものづくりも人づくりから」だ。そのためには、JAのみならず、県や市町村が一体となった取り組みが必要である。

応援します地産地消

地域活性化センター

全国各地の特産品を紹介Ⅱ 特産品倶楽部Ⅱ

「特産品倶楽部」とは、財団法人地域活性化センターが会員である都道府県市町村の推薦を受けて、全国各地の選りすぐりの特産品を皆様に紹介するサイトである。

老舗の名品から、まだ世に出ていないレア商品、現地でしか手にはらない商品までをそろえている。安心して買いたい物できるように、生産者の顔はもちろん、その生産過程や産地の映像を高画質の動画映像で届けている。

自宅に居ながら、全国各地を巡り、バイヤーさながらの取り寄せを楽しむいただき、南北に長い日本の地形、



特産品倶楽部ホームページ

四季、それぞれの地域の風土を活かした多種多様な特産品との出会いの中で、改めて日本の良さを感じていただけたらと思う。

昨年八月、特産品倶楽部サイトをリニューアルした。生産者の声や地域情報などの新鮮な情報を伝えることができるようにしたほか、サイトデザインを見直し、サイトページを大きくしたので、利用者、生産者の双方にとって利用しやすくなった。

地産地消の講演会利用を

「地域づくり活動をたくさんの人に知ってもらいたい！」と思った時は、専門家を講師に招いて講演会を実施したり、ホームページを作成して活動をPRしたりするのが効果的である。でも、講師に支払う謝金と旅費をなんとかできないものか…

こうした悩みを抱えている方は、地域づくり団体全国協議会の「**地域づくり団体等活動支援事業**」の御利用を（最高で二十万円を助成）。

地域づくり団体等活動支援事業には、二つの事業（メニュー）がある。

講師等派遣事業は、研修会、講習会などへの講師招へいに要する経費に対して助成する。謝金、旅費各十万円、計二十万円が上限。地域づくり団体だけでなく、各都道府県協議会の開催する研修会なども対象になる。地域づくり団体間の交流やスキルアップに御活用を。

地域づくり活動支援事業は、地域づくり団体が行う地域づくり誌やホームページの作成などについてのアドバイザー招へいに係る経費に對



講師等派遣事業を利用した講演会

し助成する。謝金、旅費各十万円、計二十万円が上限。詳しくは、地域づくり団体全国協議会のホームページをご覧ください。お住まいの地域の都道府県協議会にお尋ねを。

（参考ホームページ「地域づくり団体のひろば」）

（<http://www.chiki-dukuri-hyakka.or.jp/dantai/dantai.htm>）

（研修交流課）

地産地消の計画策定や

調査・研究の相談も

地域活性化センターは、地方自治体などの地域づくりに関する調査・研究事業を受託し、会員コンサルタント会社とともにコンサルティングを実施している。

地域づくりに関する様々な課題について、センターのスタッフおよび各界の専門家が地方公共団体の関係者とともに考え、最適な方法をアドバイスする。

また、地域づくりに関する具体的な計画策定や調査・研究を地方公共団体などが実施する際、コンサルタント会社の紹介やあつ旋も行っている。

「地産地消の推進」などに関する地方公共団体の相談もお待ちしておりますので、遠慮なくお申し出を。

（コンサルタント業務課）

わが町の魅力を伝える

都心のステージ

「ふるさと情報プラザ」

自主企画イベントの開催も

ふるさと情報プラザは、平成四年に首都圏における地方の情報発信基地として誕生した。JR有楽町駅から徒歩一分、ビジネス、商業、文化機能を兼ね備えた丸の内中通りの一角に位置する。東京を代表する繁華街・銀座、中央官庁・霞ヶ関にも徒歩五分圏内という東京中心部の好立地に恵まれて、来館者数は一日平均七百人を数える。

プラザ運営における主要な活動は、「パンフレット提供」と「イベント



愛媛ブランドのイベント



常設パンフレット

次に、イベント開催について紹介する。当プラザは、自治体が開催する場合、場所・機材貸し出し、演出アドバイス、パ

開催である。まず、パンフレットコーナーについて紹介する。当プラザには、常設コーナーと特設コーナーがあり、常設コーナーには、四十五道府県と民間団体などのパンフレット約二千八百種類を展示している。

特設コーナーは、約五百種類のパンフレットが展示可能であり、歳時記、アンテナショップ、イベント、ふるさと納税など、トレンドに合わせたテーマを設定し展示している。いずれも、来館者が無料で持ち帰ることができ、平成十九年度は常設コーナーだけで約三十一万部以上のパンフレットを提供した。

ブリシティを無料で行う「地域プロモーション支援事業」を実施している。主に、物販、観光PR、伝統芸能、コンサートなどが行なわれるが、特に地元食品（野菜、地酒、菓子）の販売は人気があり、一日千五百人以上の入館者を集めるイベントもある。平成二十年度のイベント開催実績は、六十一団体、計二百八日間である。そのほかに、プラザが企画し自治体と共同で行なうイベントも実施している。

この自主企画イベントは、地産地消、方言、まち並み、環境などをテーマに、一般参加者を対象として開催している。毎回、夕方から開催され、近隣のサラリーマン、OLを中心に約三十〜五十人の参加がある。

最後に、平成二十年度から自治体のアンテナショップへの支援事業を開始した。同二十二年二月九日には、「第一回自治体アンテナショップ情報交換会」を開催し、実態調査結果報告、有識者による情報発信についての講義を行い、東京二十三区内にある自治体およびアンテナショップ担当者約四十人が参加した。参加者の間で、運営面における課題について、意見交換の場を設け、活発な交流が行なわれた。

プラザには都市住民、外国人、マ

スコミ、旅行エージェンツ、バイヤーなど様々な層の人が訪れる。パンフレットやイベントを通して地方の魅力を発信し、人的ネットワークの形成のためにも、ふるさとが感じられる都心の「場の空間」を、自治体関係者にステージとしてご活用いただければ幸いである。

無料でイベントスペースを提供 「日本橋イベントスペース」

できるだけ多くの地方公共団体などに対して、各地域産品や観光資源、地域イベントなどをPRするため、東京・日本橋にあるイベントスペースを無料で提供している。地域資源へのニーズの把握、首都圏住民の認識を深めてもらい、各地域で行われている特産品開発や観光おこしなどの活動の促進を支援している。

（業務一、二課）



宇土市（熊本県）の出展風景

フランス・スペインの

観光政策と地域振興

アソシアシオンの

市民活動と公共サービス ーイッシー・レ・ムリノー市

実効性のある地方分権を推進するためには、住民が自律的、主体的に行動し、公益増進のために地方公共団体などと連携していくことが必要である。そのためには、様々な専門分野と経験を持つ個人が団体を形成した上で連携していくべきであると考えた。そこで、活発に活動し、行政と補完関係を構築している市民団体であるフランスのアソシアシオンを調査した。

アソシアシオンは、一九〇一年に制定されたアソシアシオン法によって定義された市民団体である。歴史が古く、団体数が多い上、活動範囲が非常に広い。今回の調査では、日本のNPOとは異なる。今回は、市民参加型の行政運営を行い、フランスでも先進地となっているイッシー・レ・ムリノー市を視察調査した。

同市は、市予算の一〇・五%に当たる一千万ユーロ（十五億円）をアソシアシオンに助成し、事務所や活動内容に応じて、体育館などの施設を無償提供するなど、様々な支援を行っている。また、アソシアシオンに関する専門の部署を設置し、その

活動を把握するとともに、市民との関係やアソシアシオン同士の協調、運営や会計のコンサルティング、研修会の開催なども行っている。

同市で活動しているエスバシヨ・イカールは、一九六四年に設立されたアソシアシオンであり、正会員は千五百人。特定の活動に参加する市民を含めると年間三千五百人に上る団体である。年間予算は百万ユーロ（約一億二千万円）であり、そのうち半分を市から、二五%を国や州から助成を受け、残る二五%を会費や寄付で賄っている。

イッシー・レ・ムリノー市にて

この団体の活動は、スポーツなどのレジャー活動と職業訓練、アートや文化的なイベントの開催、若者向けの活動支援の大きく四つに分類される。そのうち、移民を対象としたフランス語の授業やパソコンの技能向上などの職業訓練は、州との共同事業であり、州が受講者を募集し、この団体が授業を担当するという形で行われている。このほか、様々な公共サービスの一端を担ってお

り、行政機関と良好な補完関係を構築していた。

コンサルタント業務課 ● 渡部直輝

満足度の向上による

リピーターの確保 ーバルセロナ市ー

バルセロナ市の観光客は、一九九〇年に約百七十万人だったが、二〇〇七年には約七百万人へと大幅に増加し、観光大国といわれるスペインでも、抜群の人気を誇る都市である。その観光政策は、「ツーリズム・デ・バルセロナ」(TDB)という観光プロモーションを専門に扱う機関により実施されている。この組織は、オリンピック後の一九九三年に市と、商王会議所の折半出資で設立され、観光客やビジネス・国際会議の誘致を目的に事業展開をしている。

TDB創設時の予算額は約四百十萬ユーロ（一九九四年）で、四四%が自主財源だったが、二〇〇八年の予算では約三千七十万ユーロに増加し、その九二%が自主財源となっている。市からの補助金は創設当初から続いているが、二〇〇八年までは同額で推移してきたため、ツーリズム商品などの収入増が予算額の増加分を占めている。これは、TDBのツーリズム商品がいかに優秀なも



バルセロナにて

目標は既に達成されたものと考えている。従って、「より質の高い観光」「ヨーロッパ以外の観光客の誘致」を今後の目標にして、事業展開を図っている。

優れた環境や観光資源を活かしたバルセロナの観光政策は、計算された計画により実施されていると感じた。TDBの活動をそのま

ま日本の自治体の観光政策に取り入れることは難しいが、国際観光都市として確固たる地位を築いたバルセロナの観光政策に触れることができ、貴重な経験を得たと感じている。

コンサルタント業務課 ● 草野達也

フランスで最も美しい村 ーロートレック村

観光大国フランスの地域活性化を学ぶため、「フランスで最も美しい村」運動の視察調査を行なった。

この運動は、同国で生まれ、一九八二年に「フランスで最も美しい村」連合が設立された。三十近くの厳しい条件をクリアしたコミュニティのみが加盟を許され、歴史・文化的な遺産の保全や活用、開発、宣伝、イ

ベント企画などに共同で取り組む。会員は、村の広報・宣伝を目的として連合の呼称とシンボルマークの利用が許される。会員の条件が厳格に規定されていることが、この呼称・シンボルマークのブランド価値を高めている。現に、フランスの約三万六千コミュニティのうち、会員は百五十を超えるに過ぎないにもかかわらず、あのミシュラン社が専用のマップまでを発行している。

今回、連合加盟のコミュニティであるロートレック村を視察した。ここはガリア・ローマ時代から通商で栄えた人口千五百人の小さな村。小高い丘に中世そのままの家が並び、非常に美しい。このロートレックで観光局のGaribai局長から話を聞く機会を得た。

小さな村ゆえ、観光局長の職はボランティア。とはいえ、村の歴史や文化についての知識が豊富で、ロートレックという村を心から愛していることが伝わってきた。村が連合に加盟していることを誇りにしており、それを最大限活用しようという意欲が見て取れた。この郷土愛と誇りが、

「最も美しい村」運動の精神的な支えになっていると感じた。

農村風景の美しさを見て、同国が農業を本当に大事にしていることを痛感した。広告看板など一切立っていない風景を見てみると、都市計画についての厳しい規制も含め、フランス人の景観保持に対する強い意思を感じることができた。「最も美しい村」運動は、欧州を中心に世界へ広がりをを見せており、日本でも二〇〇五年に「日本で最も美しい村」連合が発足した。その活動に注目していきたい。

企画調査課 ● 原田 亮



ロートレック市にて

のかを表しているものであり、同時に半官半民とはいえ、市民主導で事業展開を行い、成功しているケースと考えられる。

TDBの観光戦略の基本的な考え方は、リピーターの確保である。観光客の満足度が高ければ、リピーターとなるため、改めて報道機関にキャンペーンする必要はない。つまりTDBは、満足度の向上こそが、観光プロモーションの成功の鍵と考えている。

TDBは当初、バルセロナを国際観光都市にして、その地位を確立することが目的だったが、現在、その

消費者と生産・小売り現場の橋渡し役

NPO法人「ホールアース研究所沖縄事務所」は、那覇市を中心に、

地産地消の推進や環境保護などの分野で、創意工夫に富んだ独自の活動を展開している。常勤職員が二人の小さな事務所だが、その活動による地元への波及効果は徐々に大きくなりつつある。

同NPOはもともと、富士山麓に本部を置き、自然体験プログラムの提供などを行う「ホールアース自然学校」の沖縄事務所として設立された。今回、この団体にスポットライトを当て、独特な活動展開の状況と、

その活動が地域に与える影響を取材した。

取材に応じたのは、田中啓介事務局長。事務所は、田中さんとホールアース本部から昨年十月に来た二人が常勤で、イベント実施時など特に人手を要する場合は、県内にあるもう一つの拠点や本部に応援をお願いしている。それぐらい小さな団体だが、行っている活動は多岐にわたっており、非常に興味深いものが多い。

その中でも、市の「那覇市ゼロエミッションモデル事業」の一環として取り組んでいる「農家訪問ツアー」と、「スーパーでの環境に優しい買物紹介ツアー」を紹介する。なおゼロエミッションモデル事業は、「地産地消の促進」と「グリーンコンシューマー（環境にやさしい商品を進んで購入する消費者）の育成・増加」の二本を柱としている。

消費者が農産物の生産現場に直接触れる農家訪問ツアー

農家訪問ツアーは、普段農産物の生産現場を見る機会もなく、自分たちが購入している農産物について、あまりにも知らないことが多い消費者に、ぜひその現場を直接見て触れて知ってもらえる機会をつくってみたい。どうか、との考えからスタートした。

消費者が直接、農産物の生産現場を知り、農家と意見交換することで、環境に配慮した無農薬・減農薬の農産物に対する理解が高まり、値段だけで商品を選断するのではなく、環境への配慮や地元産といった点も商品への評価ポイントの一つにしてもらうのが狙いだ。それにより、環境配慮型の農産物の需要が高まり、「安くていいから外国産」ではなく、「体にやさしい地元産」を多少高くても買おうとする消費者が増え、生産者

も安心して無農薬・減農薬農産物を生産できる良い循環が生まれる効果が期待できる。

今年度は三回実施したが、回を重ねるごとに人気が高まり、定員オーバーのために消費者からの申し込みを断わらざるを得ない事態もあった。やはり、消費者の多くは、自分たちが普段食卓で食べるものをあまりにも知らないことを自覚しており、生産現場を直接訪ねてみたい気持ちが高まっていたのが背景にある。

ツアーの内容としては、消費者十〜二十人が那覇近郊の農家を訪ね、無農薬・減農薬の農産物がいかんして作られているかを、農家からの説明を受けながら見学し、かつ農作業



農産物の生産現場に直接触れることができる

★ 団体プロフィール ★

設立年=2002年3月
設立・運営主体=NPO
代表者=広瀬 敏通
<事務局連絡先>
〒900-0013
那覇市牧志3-2-10
那覇市NPO活動センター3F
田中 啓介
(電話) 098-862-3828



NPO ホールアース研究所沖縄事務所 事務局長 田中啓介さん

も体験。その後、農家の人との意見交換で消費者が日ごろ感じている素朴な疑問などを直接ぶつけてもらう。その結果、参加者の多くが、「商品を見る目が変わった」「こんなツアーを待っていた」などと、ツアーは好評を得ている。

消費者の意識改革と生産者の環境配慮の高まり

特に意見交換会では、消費者・生産者双方とも、それまで当たり前と思っていたことに食い違いがあることに気付く。例えば、「曲がったキュウリと真っすぐのキュウリは味が違

う」と思い込んでいた消費者がいたことに、生産者は驚いたというエピソードもある。農業に關しても、生産者は消費者側が思っているほど、営利追求のため安易に使用しているわけではなく、使用には慎重である。このような意見交換会を通じて、双方の思い違いが氷解すれば、流通面において新たな展開が生まれてくるであろう。

実際、このツアーによって、参加した消費者の意識は大きく変わり、消費行動に少なからず影響を与えている。さらに、より多くの消費者にこの活動を伝えるべく、地元メディアと提携し、PRしていくことも忘れていない。

また、農家側も消費者の環境配慮型農産物への需要の高まりを知ること、よりその方向に力を入れるようになっていく。

この流れは今後、他の農家にも普及していくであろう。実際に、平成十九年度の沖縄県内のエコファーマー新規認定者数は百十五件と、例年の二倍程度に増えた。このように、地元農業の成長につながり、地元経済への波及効果が期待できる。ホールアース研究所沖縄事務所は、これらの着実な「地産地消」の動

きを、消費者・生産者両面から生み出すことに成功している。

循環型社会への転換を後押しするスーパーのエコツアー

農家訪問ツアーは、企画自体が難しいものではなく、どこでもやれそうだが、同様の企画を他の地域で実施しているのは、あまり耳にしない。次の「スーパーでのエコツアー」も同様であろう。

今では、様々な種類の商品が売られている「エコ商品・エコグッズ」だが、それを示すマークが付いているにもかかわらず、消費者がその意味を知らなければ、見向きもしない。しかし、そういったエコ商品についての知識を勉強する場がないことに気付く、地元スーパーの協力を得て、このツアーを企画した。

スーパーで田中さんが消費者にエコ商品について解説し、エコ商品を知ってもらうことで、環境にやさしい商品を購入してもらおうという狙いだ。これも消費者・スーパー双方から好評を得ている。消費者が、スーパーに行っても、淡々と買い物をするだけで、店員と突っ込んだコミュニケーションをすることは少ない。

その意味で、このツアーも消費者・

販売者双方の声が開ける貴重な場である。先述の通り、こういう取り組みに着手している団体はまだ少ないであろう。この活動を全国に紹介する価値は、非常に大きいと思う。

このツアーによりスーパー側も実際に、どこまでエコ商品に力点を置けるかというマーケティングができるので、地元小売業にとってもメリットがある。一方、消費者の側にもグリーンコンシューマーの意識が芽生え始めており、この活動は地元の環境啓発に貢献し、自立可能な循環型地域社会への転換を後押ししている。

このように、発展途上の分野での地域活性化に貢献しているのがホールアース研究所沖縄事務所だ。これからの展望を聞いてみると、田中事務局長は、自分たちの活動を地域に発信し、より多くのパートナーと協働していきたいと力説する。NPOに求められているのは自己満足の活動で終わることなく、他の主体と連携しながら、地域に対してどれだけ具体的な効果をもたらすことができるかということだ。今後も、企画力や編集力をテーマに、さらなる活動の飛躍・発展を目指していく姿勢が強く感じられた。

編集委員 ● 島浦佳樹

誰もが楽しめる温泉地づくりを目指す

温泉地の魅力向上のための

イベント開催・支援

嬉野温泉は、佐賀県嬉野市の由緒ある温泉地である。近年の温泉ブームで、九州各地の温泉が人気を集める中、減少傾向にある観光客数に危機感を感じ、満足度の高い温泉地づくりを模索している。その中心的存在であり、イベントの開催や支援、伝統文化の継承を担う市民活動団体「まつり嬉野」を訪ねた。

まつり嬉野は、平成十三年まで嬉

野町（当時）が主催していた秋まつりの存続について、町長から諮問を受けた「まつり検討委員会」を前身としている。市町村合併を見据えた将来において、イベントのみならず地域の文化や伝統を伝えていくために、NPOという組織での存続を町民に答申、同十六年一月にNPOとして発足した。

これ以前に、嬉野において住民と行政が協働してまちづくりを行う、地域リーダー育成塾が一年間にわたる開催され、その修了者たちによるまちづくりグループ「うれしのほん塾」が存在していた。このメンバーであり、また検討委員会に民間から参加した小池良三さんが、まつり嬉野の事務局長として現在、日々活動に励んでいる。

小池さんは、縁あって嬉野にやって来た。一度は離れたものの、嬉野に魅了され居を移して七年目。地元の人が気付いていない嬉野の良さを

伝え、活かし、地域を活性化することを目指している。

小池さんの考えるまつり嬉野は、観光地としての魅力を向上させる役割を担う存在だ。観光客が満足してこそ、旅館や商店街など地域が潤い、住民が豊かになることができる。だからこそ、住民のふれあいや活力を充分に活かして、様々な団体をつなぎ、訪れた人をもてなすことが、地域の活性化につながると考える。

活動の発端となった秋祭りは現在、「うれしの温泉秋まつり」として、産業祭や湯どうふフェスタを併催し、農産物や佐賀牛の直売や湯どうふの振る舞いなど、住民から観光客まで広く楽しめる秋のイベントとなっている

る。

町が主体で行っていたころは、それぞれが別のイベントとして実施され、観光客にとっては分かりにくいものとなっていた。行政、商工会や旅館組合、商店街などの連携を図る上で、まつり嬉野による事務局機能が潤滑油となった。

嬉野町と塩田町との合併を経て、まつり嬉野は組織の見直しを行い、任意団体に移行した。現在、まつり嬉野は塩田町のNPOなども含め様々な主体と連携しながら、秋まつり以外にも冬の「うれしのあったか

★ 団体プロフィール ★

設立年＝平成16年1月
設立・運営主体＝自主的組織
代表者＝小原 健史
会員数＝50人
＜事務局連絡先＞
〒843-0301
嬉野市嬉野町大字下宿乙
2202-55-1
(電話) 0954-42-5126



温泉湯どうふの振る舞い



嬉野温泉秋まつり 大行列

まつり」など、四季のイベントやまちを活性化する活動を行っている。

「うれしのあったかまつり」は、商店街に並べた百基の灯ろうに全国から集まった百句の俳句を張り出し、温泉湯どうふの振る舞いや郷土芸能の披露、地元中学校の美術展や肥前吉田焼の体験教室など、冬の温泉街を楽しむイベントとして定着している。

観光の質向上とバリアフリー まちづくりの取り組み

平成二年の長崎自動車道嬉野インターチェンジ完成により、福岡や長

崎方面からのアクセスは向上した。しかし、この年をピークとして観光客数は減少。空港や鉄道駅からの主な公共交通であるバスは、複数の会社に分かれている。そこで同二十年四月、訪問者の利便性向上を目的として、二カ所に分かれていたバスターミナルを一カ所に統合。バス会社ごとに異なっていた場所や名称が、バスセンターに統一された。

このバスセンターと同じ場所に、総合観光案内所がある。案内所は平成十九年十二月にオープンし、観光協会と旅館組合、そして佐賀嬉野バリアフリーツアーセンターが窓口を一つにしている。各職員が机を並べ、横の連携を取りながら、嬉野観光の質の向上に取り組んでいる。

このバリアフリーツアーセンターは、三重県伊勢志摩に続き平成十九年十二月に国内二例目として開設された。旅行を希望する障がい者や高齢者に対し、情報提供や旅行支援を行ったり、旅館などに対しての助言を行うほか、公衆トイレや横断歩道のバリアフリー化

を推進している。

小池さんはこのセンターの事務局長も兼任。自身の病気の経験からバリアフリーの必要性を実感し、「日本一のバリアフリーのまち」を目指す市や旅館などの事業者と協議をしながら、百人百様のバリアフリーに応えられる嬉野を目指している。

イベント実施を契機としたまつり嬉野のまちを良くする活動が、市内の多様な活動主体をつなぎ、共通の将来像に向けて具体的に動き出しているのである。

将来のまちづくりに向けた 体制整備が課題に

日本三大美肌の湯である温泉と、その温泉の湯で煮込んだとろける温泉湯どうふ、そして嬉野茶で知られる嬉野には、豊富な地域資源と、長い歴史に培われた人をもてなす伝統がある。

平成二十九年に開通予定の九州新幹線西九州ルートには、嬉野温泉（仮称）の新駅ができる予定である。その新幹線を活かしたまちづくりについて研究し、地域産業経済の活性化と住民の利便性の向上を図るため、



小池事務局長

「嬉野市新幹線を活かしたまちづくり協議会」を中心に、活用策や調査・研究、情報発信などを行っている。

このような官民協働による未来へ向けたまちづくり気運が高まる中で、様々な活動主体をつないできたまつり嬉野としては、春夏秋冬四季それぞれのイベントを充実させ、またそれを担うに耐えうる組織づくりを目指す。そのためには、事務局のあり方などに課題があり、ボランティアによって成り立つのではなく、収益を得つつ継続できる組織づくりが求められている。

行政主導のイベントが、まつり嬉野を通して、各種団体が連携する住民主体のイベントへと変わってきた。観光地である嬉野温泉は、住民が楽しみながら観光客も満足する「誰もが楽しめる温泉地」づくりを目指していく。



大賞

第13回 ふるさとイベント大賞

月山志津温泉 雪旅籠の灯り

【自治体名】山形県西川町
 【主催団体】月山志津温泉雪旅籠の灯り実行委員会
 【開催回数】第3回
 【開催日】平成20年2月22日（金）～3月2日（日）
 【開催場所】山形県月山志津温泉街内
 【観客動員数】1,200人
 【イベントの概要】

日本の中でも指折りの豪雪地である月山志津温泉で、自然に降り積もった雪をそのまま掘り込んで旅籠を製作し、昔の宿場町の街並みを再現するイベント。月山志津温泉の冬期の来客増につながっている。

地域活性化センターは、全国各地で開催される地域の活力を生み出す優良イベントを表彰する「第十三回ふるさとイベント大賞」を決定し、三月十一日に東京国際フォーラムで表彰式を行った。全国に紹介することで、ふるさとイベント開催の更なる発展を応援するのが狙いだ。今回は全国から応募のあった二百のイベントを対象に、選考委員会（北山孝雄委員長）の審査の結果、大賞は自然に降り積もった雪を掘り込んで昔の街並み（旅籠）を再現した山形県西川町の「月山志津温泉 雪旅籠の灯り」に決定した。続いて優秀賞に北海道東川町の「全国高等学校写真選手権大会「写真甲子園」と千葉県成田市の「成田太鼓祭」。奨励賞には宮崎県椎葉村の「椎葉平家まつり2008」、愛媛県西予市の「奥地の海のかーにばる」、福岡県田川市の「第三回TAGAWA コールマイン・フェスティバル～炭坑節まつり～」をそれぞれ選んだ。さらに、横浜市の「第三十四回野毛大道芸」が選考委員特別賞に輝いた。

優秀賞



全国高等学校写真選手権大会 「写真甲子園」灯り

【自治体名】北海道東川町
 【主催団体】写真甲子園実行委員会
 【開催回数】第15回
 【開催日】本戦：平成20年7月29日（火）～8月1日（金）
 【開催場所】北海道東川町ほか大雪山国立公園一帯
 【観客動員数】約3,000人
 【イベントの概要】

全国の高校から各校を単位に3人1組のチームで出場。4～8枚の組写真を撮り、その腕を競う。東川町は「写真の町」として知名度を上げており、高校生と地元の人たちとの交流の輪も広がっている。

成田太鼓祭

【自治体名】千葉県成田市
 【主催団体】成田太鼓祭実行委員会
 【開催回数】第20回
 【開催日】平成20年4月12日（土）～13日（日）
 【開催場所】成田山新勝寺及び成田表参道
 【観客動員数】約200,000人
 【イベントの概要】

成田山新勝寺の境内と表参道を舞台に行う和太鼓の祭典。一町内会が試みた町おこしイベントが年々拡大し、現在では春の風物詩として定着。このイベントの成功により、地元でUターンする若者が増えるなど、住民が地域に対する誇りを取り戻しつつある。

優秀賞



椎葉平家まつり2008

【自治体名】宮崎県椎葉村
 【主催団体】椎葉平家まつり実行委員会
 【開催回数】第22回
 【開催日】平成20年11月7日（金）～9日（日）
 【開催場所】椎葉村役場周辺、上椎葉街道
 【観客動員数】16,000人
 【イベントの概要】

椎葉村に昔から語り継がれてきた平家の末裔「鶴富姫」と源氏の武将「那須大八郎」との悲恋物語を題材に、「大和絵巻武者行列」など800年以上前の往時を再現。今や、このイベントの存在価値は高く、村にとって欠かせないイベントである。



奨励賞



奨励賞

奥地の海のかーにばる

【自治体名】愛媛県西予市
 【主催団体】みかめイベント実行委員会
 【開催回数】第25回
 【開催日】平成20年8月13日（水）
 【開催場所】西予市三瓶町朝立港湾埋立地他
 【観客動員数】約12,000人
 【イベントの概要】

養豚業や水産業の盛んな地域特性に着目し、「豚のロデオ」や「ヒラメのつかみ取り」などのユニークなイベントを実施。特に、「豚のロデオ」はイベントの顔で、挑戦者が歯を食いしばってしがみつこうとするダイナミックである。



選考委員特別賞



奨励賞

第34回 野毛大道芸

【自治体名】横浜市
 【主催団体】野毛大道芸実行委員会
 【開催回数】第34回
 【開催日】平成20年4月20日（日）、26日（土）～27日（日）
 【開催場所】神奈川県横浜市野毛地区一帯
 【観客動員数】420,000人
 【イベントの概要】

地域住民が自らの力でまちおこしを意気込み、大道芸のイベントを企画したのが始まり。今や、全国の大道芸イベントのパイオニア的存在に成長した。地元の小学校には全国でも珍しい大道芸クラブがあるなど、大道芸が地域に浸透している。

【自治体名】福岡県田川市
 【主催団体】TAGAWA コールマイン・フェスティバル実行委員会
 【開催回数】第3回
 【開催日】平成20年11月1日（土）～2日（日）
 【開催場所】田川市石炭記念公園ほか
 【観客動員数】約14,000人
 【イベントの概要】

約2千人による「炭坑節総踊り」や地元商店街での「炭坑節パレード」など、「炭坑節のふるさと田川」を全国に発信。特に、炭坑節にも歌われている「二本煙突」、「堅坑櫓」のある田川市石炭記念公園での「炭坑節総踊り」は圧巻。

第3回TAGAWA コールマイン・フェスティバル ～炭坑節まつり～

第二十期全国地域リーダー養成塾修了式
新たに四十人の
地域リーダーが巣立つ



緊張の修了レポート発表



塾生代表謝辞



二十期生一同

第二十期全国地域リーダー養成塾（主催「財地域活性化センター」）の修了式が一月二十九日、東京都中央区のホテル銀座ラフィナートで行われた。大森彌塾長（東京大学名誉教授）をはじめ、五人の主任講師、来賓の総務省の椎川忍地域力創造審議官、そして関係団体や塾生派遣元団体の関係者が出席する中、全国の自治体や地域づくり

団体などから参加した四十人の塾生全員に修了証が授与された。

塾生四十人は、修了式直前まで三日間にわたって、それぞれが作成した研修の集大成「修了レポート」を発表。このレポートは、主任講師の指導の下、地域づくりにかわる多様な分野の講義を受け、先駆的な地域づくりの現場で実践家に話を聞き、ま

た塾生同士のディスカッションを通し、塾生各自が地域課題や地域づくりにについて見詰め直し、課題解決に向けた道筋やこれからの取り組みについてまとめたものだ。塾長と担当主任講師、塾生、また派遣元からの出席者を前に緊張の発表を終え、塾長からそれぞれ講評してもらい、塾生はそれを「励ましのメッセージ」として心に刻んだ。

修了式では、大森塾長が「今後も塾生同士、主任講師の方々をはじめ、ここで培ったネットワークを大切に、地域づくりに励んでほしい」と塾生を激励した。

これに対して、塾生を代表して加藤さきえさん（瀬崎まちづくり市民会議「草加市」）が「先生方のご指導を受けたことで、整理

のつかないままだった活動に整理がつき始め、まちづくりの現場に活かすことができた。これからの日本の地域を変えていくためには、熱い思いを持った行政職員とともに、地域の中にも広い視野を持ったリーダーがいた方が楽しく、やりがいがある。そんな地域を引っ張る民間のコーディネーターが今後も増えることを望む」との謝辞を述べ、修了式は幕を閉じた。

全国地域リーダー養成塾は、「広い視野と深い見識、卓越した想像力と豊かな人間性を備え、常に問題意識と確固たる使命感を持ち、積極的・主体的に行動のできる地域のリーダーを養成する」という理念の下、平成元年に自治省（現総務省）や関係者の協力を得て創設された。これまで輩出した修了者はこの二十期生を合わせ六百五十六人に上り、その活躍ぶりは各界から評価されている。

新たな修了者も、この研修で培った知識やネットワークを活かし、地域で活躍されることを願っている。

第二十期全国地域リーダー養成塾
活動記録集

第二十期全国地域リーダー養成塾の活動概要と、二十期生の修了レポートを収録した記録集。若干の在庫があまりますので、本研修に興味のある方はお問い合わせください。

【問い合わせ先】研修交流課

（03-5202-6134）



さぬき市長 ● 大山茂樹

「ふるさと さぬき」の創造

～合併から七年が経過して～

さぬき市は、今から七年前の平成十四年四月一日に、香川県大川郡の五つの町が合併して誕生した。四国の香川県の東部に位置し、面積約百五十九平方キロ、人口約五万五千人。県都高松市に隣接し、明石海峡大橋を通じて、京阪神への交通の利便性も高く、気候温暖で多彩な自然環境に恵まれ、「さぬきうどん」だけでなく、季節に応じて山の幸、海の幸を楽しむことができる。

また、エレキテルの創案者であり、いくつもの分野で活躍した多彩なパイオニア平賀源内やお遍路文化、四国最大の前方後円墳である茶臼山古墳などの歴史資源、三千本余りのクロマツの松原や花の名所、桐下駄などの地場産業等の地域資源が豊富で、特に、四国四県が協力しながらユネスコの世界文化遺産登録を目指している四国霊場八十八カ所の上がり三カ寺を有する「結願のまち」ということで、近年、遍路文化が再び脚光を浴びつつあるなか、もてなしの心、癒やしの文化の発信基地として注目されている。

平成の大合併としては、全国的にも早い段階であったこと、また、五つの町が比較的短期間に、かつスムーズに合併に至ったことで、当時は、合併のフロントランナーとして衆目を集めた。一方で、住民の多くが合併に対して消極的な賛成であったという面も見受けられ、合併後のまちづくりについて、財政的に裏付けされた具体的な決定が先送りされ、現在、市において重要な課題となっている市民病院の建て替え、ケーブルテレビやコミュニティバスの運営、支所・出張所の統廃合などについて、将来における明確な方針を打ち出さないまままで市政がスタートした。

さらには、長引いた不況や国の三位一体改革による地

方交付税の削減等により、さぬき市の財政は危機的状況となっており、平成十九年末の試算においては、平成二十年度から二十三年度までの四年間における財源不足額は約三十二億円と見込まれ、財政調整基金をすべて取り崩しても、なお七億円程度の不足を生じる見通しとなったことから、人員削減による給与費の抑制や職員給料のカット、補助金・負担金や事務事業の見直し等による経常的経費の計画的削減と、上下水道料金の引き上げ等による歳入の確保などを内容とする財政健全化策を策定し、平成二十年度から、これに基づいて取り組みを進めている。

この健全化策では、四年間で約二十三億円の財政効果を見込んでおり、当面は財政調整基金を活用することで、地域の活性化にも一定配慮しながら、何とか財政運営が可能と考えていたが、昨年秋季からの百年に一度といわれる世界的な景気の急激な悪化などにより、平成二十一年度以降は、さらなる歳出削減と歳入確保策が求められている。

いずれにしても、この難局を乗り切るためには、市民や職員の理解と協力が不可欠であることから、今後ともさらなる情報公開と十分な説明責任をキーワードに、「市政は市民のためにある」という基本理念の下、私も含め職員が一丸となって、自己決定と自己責任による行財政運営に努めなければならない。

現在、国の政情が不安定ということもあり、解決すべき課題は極めて多く、前途多難であるが、まもなく訪れる地方公共団体の大転換期に備えて、一刻も早く体力を回復し、みんなで暮らす「ふるさと さぬき」の創造に全力を尽くしたいと考えている。



ほんとの空

ほんものの旅。福島県。

Fukushima Prefecture



「舞女の瞳(五色沼)」

福島県

都道府県漫遊
POSTER GALLERY

地域つり

2009・4月号 46

二つのアルプスと桜のまち



中央アルプス

南アルプスの仙丈小屋



伊那市は、東は南アルプス、西は中央アルプスと二つの雄大なアルプスに抱かれた、全国的にも類を見ない自然豊かな素晴らしい地域である。高遠城址公園は「天下第一の桜」と称される約1500本のタカトコヒガンザクラが園内を薄紅色に染める。国内有数の桜の名所として、全国から30数万人の観桜客でにぎわう。ほかにも市内各地に桜の名所が数多く点在し、地域の桜としても親しまれている。桜と背景に望む二つのアルプスや、まわりの自然と調和した風景は、見る人の目を楽しませてくれる。

郷土が生んだ誇れる名君保科正之

徳川2代将軍秀忠のご落胤（隠し子）として生まれ、7歳の時に武田信玄の娘見性院の庇護を受けて高遠藩主保科正光の養子となった。成人してから3代将軍家光の異母弟と知られるようになり、高遠藩3万石から最上（山形）藩20万石へ、さらに会津藩23万石へと引き立てられ、幕政にも重用された。3代将軍家光逝去の際に4代将軍家綱の補佐役を命ぜられ、家康以来武力によって諸大名を制圧した体制を文治政治に切り替えた。現在、伊那市では保科正之公のNHK大河ドラマ化を目指して取り組んでいる。



夜も艶やかに（高遠城址公園）



保科正之の肖像画（猪苗代町土津神社蔵）



水面も桜色に染まる（高遠城址公園）



勝間のしだれ桜（樹齢130年）

名物



■ソースかつ井（千切りキャベツと特性ソースのどんかつを盛りつけたボリューム満点のどんぶり）



■ローメン（マトンと蒸した中華麺をキャベツ、キクラゲなどと煮込んだ郷土料理）

通信センター

調査研究報告書 「地域の魅力を発信するご当地検定」の発行

当センターは平成20年度、「ご当地検定」をテーマに、(株)ブランド総合研究所の田中章雄代表取締役社長を指導教官に迎えて、調査を実施しました。ご当地検定は、地域のホスピタリティ向上や観光振興に係る人材育成などを、楽しみながら行えることから注目され、多くのメディアが取り上げブームになっています。

全国各地で実施されているご当地検定をアンケート調査し、アンケート結果から判明したユニークな取り組みなどを行っている6つのご当地検定を取材し、報告書に取りまとめました。会員の皆様には別途配布しますので、ご活用下さい。



受験の様子～はこだて検定～

スポーツ拠点づくり推進事業

4月の承認スポーツ大会 開催のお知らせ

開催日	大会名・会場
4/1 ～7	第10回全国高等学校選抜ラグビーフットボール大会 熊谷スポーツ文化公園熊谷ラグビー場
4/11 ～12	第48回全日本競歩輪島大会 輪島市文化会館周回コース (日本陸連公認競歩コース)

「スポーツ拠点づくり推進事業」は、小・中・高校生が参加する各種スポーツの拠点を全国各地につくことで、「スポーツの振興」と「地域の再生」を進める事業です。硬式野球の「甲子園」のように同じ場所で継続して開催され、青少年の「聖地」となっているスポーツは、全国から注目が集まり、地域間の交流も生まれます。

財団法人地域活性化センターは、平成17年度から「あこがれの拠点づくり」と、大会開催をきっかけにした「地域の活性化」に向けて、それぞれの地域の特性を活かした取り組みを行っている市区町村に助成支援を行っています。

お近くの方はぜひ会場へ！小中高校生の熱戦をご観戦ください。



※大会に関する詳しい内容、その他スポーツ拠点づくり推進事業に関するお問い合わせ先

情報サービス課 TEL 03-5202-6135
FAX 03-5202-0755

「地域づくり」編集委員の皆さん、ご苦労様でした！

昨年一年間、月刊誌「地域づくり」の編集委員として、全国各地の地域づくり団体を取材して回りました。各団体の熱意あふれる活動を取材し、貴重な話を伺うことができました。各編集委員とも、4月には出向元に帰ります。取材先となった地域づくり団体の皆様、本当にありがとうございました！

▼取材を通じて数多くの地域リーダーに出会いました。身近にありながらその価値に気付かずいた地域資源を見直し、様々なスポットのあて方・切り口によって新しい魅力を創造するリーダー達。クリエイティブな彼らの生き様を肌で感じる事ができたことは貴重な財産です(千葉)。▼取材地に向かう道中、相手の方に会うまでの緊張と、お話しを伺った後の感動は、大変貴重な体験でした。自分の視点で文章を構成する難しさと感じる事ができました(白鳥)。▼取材した皆さんの「自分たちの地域」を想い、輝かせようとする姿に、心身ともに暖めていただきました(大井)。▼地域のことを一生懸命考え、取り組む方々と濃密なお話ができたことで、自分の視野を広げることができ、貴重な財産になりました(島浦)。▼私が取材した方のバイタリティには圧倒されるものがありました。失敗も糧にしつつ、周りを巻き込んでいくパワー。そして、何よりも、その活動を楽しんでいること

が素晴らしく、そして感心しました(高橋)。▼書くことを通じて、自分が読み手に対して何を伝えたいのかを意識するようになりました。同時に、自ら見て・聞いて・体験することが最も大切だと気付いたことが、私の最大の収穫であります(伊藤)。▼1年間ありがとうございました。貴重な経験になりました(草野)。▼取材先に向かう途中で道に迷い、よく歩きました。でも、そのお陰で、様々な地域の魅力を感じ、発見できたと思います(渡部)。



4月

★日本橋プラザビルイベントスペース

- 4月14日
藤岡市(群馬県)
- 4月15日～16日
藤まつり実行委員会(静岡県)
- 4月20日～21日
(社)久慈市観光物産協会

★ふるさと情報プラザ

- 4月1日(水)～3日(金)
南魚沼市(新潟県)『直江兼続・上杉景勝の故郷 南魚沼』
- 4月6日(月)～10日(金)
諏訪市(長野県)『～そして、神々は舞い降りる。～平成22年寅年春の御柱際はもうはじまっています。』
- 4月13日(月)～17日(金)
黒部市(富山県)『黒部奥山から富山湾へ、高低差4,000水の恵みの旅を提供』
- 4月20日(月)～24日(金)
長野市『おいでよ 長野～春らんまん・魅力らんまんの長野市へ～』
- 4月27日(月)～28日(火)
津市『美しい郷めぐり～森・水・食のめぐみ～』

(写真)

- 1 石川県 七尾特産品協会(2/18～20)
- 2 福島県白河市(2/25～26)
- 3 群馬県(3/3～6)
- 4 横浜市(3/9～13)



5月

★日本橋プラザビルイベントスペース

- 5月27日～28日
掛川市農業活性化やる気塾東山地域塾(長野県)

★ふるさと情報プラザ

- 5月7日(火)～8日(水)
村山市(山形県)『村山市観光PR展』(仮題)
- 5月11日(月)～15日(金)
福井県『福井県観光PR展』(仮題)
- 5月18日(月)～22日(金)
高島市(滋賀県)『高島市観光PR展』(仮題)
- 5月25日(月)～28日(木)
長崎市『長崎市観光PR展』(仮題)

【編集後記】

▼食の安全に対する意識の高まりから、地産地消の取り組みが再度注目されている。今月号はこうした動きを踏まえ、地産地消の長期にわたる取り組みが地域の活性化に大きく貢献している全国各地の事例などを特集で紹介した。

▼地産地消は、国の食料自給率向上の施策として取り組まれたが、近年は中国産餃子問題をはじめとした食の安全性を背景に、地域産農産物を見直す動きが全国各地で広がっている。いわゆる生産者と消費者の顔が見える農産物の生産と消費の関係である。

▼一方、米国で発生したサブプライムローン問題を契機とした世界同時不況入りを教訓に、その対抗策として地域自立的な経済活性化の必要性論議も熱を帯びている。こうした中で地産地消の推進は、地域経済の自立活性化の点で有益であり、しかも早期に効果が期待できる取り組みでもある。

▼消費者の食への意識が近年、「本物の味」「伝統の食」に向かいつつある。それに伴い、地域産農産物や伝統料理に対する関心が強まっている。こうした農村と都市との関係は、新しい地域づくり、人づくりにつながり、特色ある地域の創造・発展に向かう可能性を秘めている。

▼当誌の編集委員として誌面の企画・立案、取材・編集に携わった千葉清二(青森市)、草野達也(福島県いわき市)、大井武幸(愛知県春日井市)、伊藤武範(三重県桑名市)、島浦佳樹(兵庫県)、白鳥法子(広島県)、渡部直輝(愛媛県)、高橋潤(高知県)の八氏が三月末で帰任した。編集の労に感謝するとともに、新しい職場での活躍を祈念する。
(沢)

【5月号予告】

特集II 廃校施設を活用したまちづくり(仮)

地域づくり4月号

2009年4月1日発行 編集・発行=財団法人地域活性化センター

東京都中央区日本橋2-3-4 日本橋プラザビル13階 電話03-5202-6131(代) <http://www.chiiki-dukuri-hyakka.or.jp/> 印刷・製本/株式会社丸井工文社

法律で許可された場合以外に、本誌からの無断転載を禁止します

落丁・乱丁はお取り替えます。情報サービス課(03-5202-6135)まで、ご連絡下さい。

その想い、忘れないでと応援します。

ただ、ただ純粹に
なにかを追い求める心。
大きな夢を抱いて、その夢を自ら
つかもうとする気持ち。
宝くじは、可能性いっぱいのあなたに
ずっとそばで応えられる
存在でありたいと思っています。

宝くじの収益金は、
身近な街づくりに役立っています。



財団法人 **日本宝くじ協会**

当せんはしっかり調べて、しっかり換金。

<http://www.jla-takarakuji.or.jp>