

.....
明日を開く、地域活性化のための情報誌
.....



特集 食で地域を元気に

本誌は、宝くじの社会貢献広報事業として助成を受け作成されたものです



1 首長の思い／「しあわせの島」への挑戦

安田壮平（鹿児島県奄美市長）

特集

食で地域を元気に

「食」は今や、地域の魅力発信において重要な役割を果たすアイコンである。食のブランド化やガストロノミーツーリズム、食育などを通じて、持続可能な地域づくりにつながる各地の取り組みを紹介する。

2	基調論文	食を核に、地域の未来をつくる	金丸弘美（食環境ジャーナリスト・食総合プロデューサー）
6	Ark館ヶ森（岩手県一関市）	何にもない山の上からの挑戦	橋本志津
8	岩手県遠野市	官民連携で挑む日本産ホップの産地再生	田村淳一
10	新潟県長岡市	日本酒を核とした観光まちづくり	岩本 操
12	福井県坂井市	美食のまち・さかいが描く地域の未来	伊藤俊輔
14	三重県	挑戦が望まれるコミュニティ形成	奥田大登
16	奈良県	「食」と「農」の架け橋を育てる	大石朝子
18	鳥取県	地域の恵みを未来へつなぐ挑戦	岸本 幸
20	広島県尾道市	「規格外」を地域の誇りに変える	山岡由明
22	福岡県宗像市	変化を恐れず、チャレンジを続ける	中野和久
24	大分県臼杵市	伝統を守り未来を見据えた食のまちづくり	山本達二
26	副基調論文	食資源を活用したガストロノミーツーリズム推進に向けて	観光庁観光地域振興部観光資源課自然資源活用推進室

レギュラーレポート

- 30 連携団体の取り組み 一般社団法人エコシステム社会機構
ごみを資源に、自然を地域の力に 木村智洋
- 32 地方創生実践塾 鳥取県日南町
中山間地域の未来を切り拓く実践の場 荒金太郎

- 34 地域づくりは人づくり
人が育つ場から、地域の未来が動き出す 上田洋平
- 36 全国地域リーダー養成塾

グラビア

手前みそですが…

【沖縄県豊見城市】

オンライン情報

地域活性化センターの最新情報はコチラ!!

地域づくりデジタル版

デジタル版誌面が
オンラインで閲覧
できます。



研修の開催情報

地域づくりを担う人材の育成
や交流のための各種セミナー・
研修などを開催しています。



助成金に関する情報

まちづくりなどへの各種助成金
の交付、人材育成や人口・
地域経済分析の支援などを実
施しています。



秋の奥入瀬渓流

問い合わせ先 十和田奥入瀬観光機構
電話 0176 (24) 3006
(写真提供 十和田奥入瀬観光機構)

問ひあけください。

秋の十和田を五感で味わえる奥入瀬渓流へ、ぜひお出かけください。

この季節には、自然環境に配慮しながら奥入瀬を楽しむことができます。マイカー規制やシャトルバスの利用を通じて、混雑を避けながら自然に寄り添う旅を体験できるのも、この時期ならではの楽しみです。

苔むした岩、白く流れ落ちる滝、色づく森が織りなす風景は、写真撮影にも散策にも最適です。朝は空気がひんやりと澄み、昼には木漏れ日が水面を輝かせます。歩くほどに表情を変える景色は何度訪れても新しい発見があります。秋の十和田を五感で味わえる奥入瀬渓流へ、ぜひお出かけください。

表紙
秋の奥入瀬渓流
(青森県十和田市)



鹿兒島県奄美市長 安田 壮平

「しあわせの島」への挑戦

鹿兒島県奄美市が位置する奄美大島は、県本土と沖縄本島とのほぼ中間に位置し、国内の離島振興法等適用地域において、面積が佐渡島に次いで第2位、人口が約5万6千人と全国第1位を誇る島です。（令和8年7月現在）

奄美市は、5市町村が所在する奄美大島の中心都市であり、また、有人8島を有する奄美群島の郡都として、行政・経済等の中心的な役割を担っております。

平成18年に3市町村が合併して、本年3月で20周年を迎えました。空港や美しい砂浜を有する笠利地区、人口が最も多く中核となる名瀬地区、世界自然遺産の森に抱かれる住用地区、それぞれが独自性を最大限に生かした特色ある発展を目指して、官民連携の地域づくりに取り組んでいます。

本年7月に世界自然遺産登録から5周年を迎えました。国内の同遺産5地域の中で唯一「市」という行政区分でコアゾーンやバッファゾーンを有しており、便利な都市機能と豊かな自然環境が隣り合わせの地域です。また、羽田・成田両空港から直行便もあり、首都圏から最も短い時間で訪れることができる世界自然遺産地域でもあります。

近年では環境省等の取り組みにより特定外来生物であるフイリマングースが根絶され、同省によるアマミヤマシギとオオトラツグミ（いずれも奄美群島固有の鳥類）の希少種保護増殖事業が完了した全国初の事例となりました。アマミノクロウサギ等の希少種の個体数も順調に回復しており、生物多様性の保全やネイチャーポジティブ（自然再興）の推進も図られつつあると感じます。その一方で、野生動物のロードキル（交通事故死）や農作物被害の増加、希少動植物の密猟・盗採の増加等、自然との共生に向けたさらなる課題への対応も官民挙げて取り組むべきテーマです。

本市の主な産業は、観光・交流や農業（砂糖キビ・畜産・果樹・野菜等）、伝統工芸品である本場奄美大島紬

や奄美黒糖焼酎等の製造業であり、近年は情報通信産業等の振興にも力を入れています。郡都として商店街や飲食街の活力維持にも努めております。

とはいえ、昭和60年頃から続く人口減少、労働力や地域の担い手の不足、割高な離島物価に加え、近年の物価高騰や中東情勢に伴う各種資材不足、公共施設の老朽化や人件費・建設コストの増加等、市民の生活を守り維持していくための課題は大きいと感じております。

本市は令和5年度に官民連携して新たな総合計画「未来の奄美市づくり計画」を策定し、おおむね20年度に「しあわせの島」を実現することを目指して、各種政策に取り組んでいます。また、6年度に新たな総合戦略を策定し、最優先課題として「人口減少対策」を明記。子育て世代の転入増による出生数の増加を目指して、関係人口・交流人口・定住人口の増加に向けてアプローチしていくための「関係人口拡大戦略（案）」にも着手する予定です。その具体例としては、政府が提唱する「ふるさと住民登録制度」の活用や本土在住の本市出身者との関係づくり、本市に拠点をもつ大学との連携等を考えています。

また、それでも人口が減る傾向にあることを考えて、活力を失わない地域づくりを目指すために、企業や地域におけるデジタルの活用や地域運営組織の導入・育成にも取り組んでまいります。今後は公共施設の再編を含めて、持続可能な地域経営に官民挙げて取り組む所存です。

多くの市民に共通する幸せの条件として「健康・経済的ゆとり・人と人とのつながり」があり、特に本市においては、そのつながりが育んできた地域の伝統行事や風習、暮らしぶりを大事にしたいと考えております。そのためにも、これらを守っている町内会や集落会の活気を維持していくことが根本としつつ、若い世代をはじめあらゆる世代の皆さまが、さまざまなことに挑戦しやすい環境づくりを行い、活力あふれる「しあわせの島」を目指してまいります。

食を核に、地域の未来をつくる

―農・環境・文化・観光を結ぶ「地域力」の現場から―



食環境ジャーナリスト・食総合プロデューサー

● 金丸 弘美

地域資源としての「食」

食は、単なる商品ではない。その土地の気候、土水、風景、農林漁業、歴史、祭り、暮らしの知恵、そして人の記憶が重なって生まれる、地域そのものである。野菜や米、肉、魚、酒、醤油などの背後には、それを育て、加工し、調理し、食べ継いできた人びとの営みがある。だから食を入口にすると、農業だけでなく、環境、教育、福祉、文化、観光、エネルギーまでを一つの物語として結び直すことができる。

私は全国各地を歩き、『月刊NOSAI』（全国農業共済協会）の連載「農と食で高める地域の力」などで、地域の現場取材してきた。人口減少、高齢化、担い手不足、耕作放棄地、空き家、伝統文化の衰退という課題は深刻である。一方で、地

域にあるものを丹念に調べ、食を核に新しい価値をつくり、地域の経済と誇りを取り戻している人たちがいる。

食をめぐる環境も大きく変わっている。農業者の減少と高齢化が進み、気候変動による高温、豪雨、干ばつは生産を不安定にしている。肥料、飼料、燃料などの価格上昇も経営を圧迫する。食文化を支えてきた小規模な加工業者や料理の担い手も減っている。地域の味は、記録しておけば残るものではない。農地があり、原料を作る人がいて、加工する技術があり、日常的に食べる人がいて初めて継承される。食文化の継承は、農業政策、産業政策、教育政策、文化政策を横断する課題なのである。

同時に、消費者の関心は、安さや便利さだけでなく、生産者の顔、環境への配慮、地域固有の物語、現地でしか得られない体験へと広がっている。

筆者プロフィール

金丸 弘美 氏（かなまる・ひろみ）

1952年佐賀県唐津市生まれ。食環境ジャーナリスト、食総合プロデューサー。総務省地域力創造アドバイザー、内閣官房地域活性化伝道師を務める。全国各地取材し、食や農業を核とした地域づくり、食育、ブランド化、持続可能な社会をテーマに執筆・講演・地域支援に取り組む。『田舎力』『創造的な食育ワークショップ』『里山産業論』『ニッポンはおいしい!』など著書多数。「月刊NOSAI」「味の味」などで連載中。

農林水産省の「みどりの食料システム戦略」は、有機農業の拡大や化学農薬・化学肥料の使用低減を掲げる。こうした政策を現場の所得と結び付けるには、環境に配慮して作られた農産物を、給食、

飲食、観光、加工、直売などの安定した需要へつなく必要がある。

近年は、特産品開発や6次産業化だけでなく、生産現場や景観、食文化を丸ごと体験するガストロノミーツーリズムへの関心が高まっている。観光庁も、ガストロノミーツーリズムを「その土地の気候風土が生んだ食材・習慣・伝統・歴史などによって育まれた食を楽しみ、食文化に触れることを目的としたツーリズム」と位置づけ、地域ぐるみでの取り組みを進めている。大切なのは、高価な料理をやることではない。畑や漁港、加工場、発酵蔵、農家の台所を訪ね、なぜこの土地にこの味が生まれたのかを伝えることである。

◆◆◆ 廃校と農業を交流の拠点に

その先駆的な例が、和歌山県田辺市上秋津の地域交流施設「秋津野ガルテン」である。地域住民が出資し、閉校した小学校の木造校舎を活用して、農家レストラン、宿泊、菓子加工、農業体験、視察研修を組み合わせた。地域には約90種類もの相橋^{かんまつ}がある。従来は農産物として出荷されていたものが、ジュースや菓子、料理、体験プログラムになり、地域を訪れる理由になった。運営を行政任せにせず、住民が出資者であり担い手である



1953年建築の小学校が宿泊交流施設としてよみがえった「秋津野ガルテン」



景観に配慮された「道の駅川場田園プラザ」



地元食でにぎわう「道の駅おがわまち」

点が強い。校舎は保存された建物ではなく、人が集い、学び、働き、地域経済を動かす「現役の地域拠点」となった。

岩手県一関市の「Ark 館ヶ森」は、農業生産から加工、販売、レストラン、通販、観光、福祉との連携までを一体化した農業公園である。広い牧草地や畑、放牧地、花畑の風景そのものが価値を持ち、年間約20万人が訪れる。養豚を出発点に、肉の加工、料理、贈答品、農業体験へと事業を広げた。ここでは農業が、原料供給部門ではなく、雇用、交流、景観、教育を生み出す地域産業として組み立てられている。

群馬県川場村の「道の駅川場田園プラザ」も、農業に観光を加えた集大成である。人口約2600人の村に年間約300万人が訪れ、農産物直売

所、飲食、乳製品、パン、ビール、チーズ工房、体験施設などが集まる。重要なのは、来訪者数の多さだけではない。地域の農産物を地域で加工し、地域の施設で販売し、雇用と所得を生む仕組みが積み重ねられていることである。農家の所得向上という明確な目的が、道の駅を単なる休憩施設ではなく、地域経営の拠点にした。

栃木県益子町の「道の駅ましこ」は、農産物と食、益子焼、土地のデザインを結び、町全体の魅力を編集して発信する。埼玉県小川町の「道の駅おがわまち」は、ユネスコ無形文化遺産に登録されている細川紙の手漉き体験と農産物、食を組み合わせる。道の駅は、物を並べるだけでは地域の顔にならない。何を守り、誰に伝え、どこへ案内するのかという編集力が問われている。

◆◆◆ 伝統産業を「体験」と「物語」で 継ぐ

食文化の継承には、製品を売るだけでなく、作る現場を開くことが欠かせない。埼玉県坂戸市の弓削多醤油は、木桶仕込みの醤油蔵を見学できるようにし、発酵の香りや時間、職人の仕事を伝えている。日常品として価格だけで比べられがちな醤油を、原料、製法、熟成、料理との相性を楽しむ「嗜好品」へと再編集した。消費者が現場を知れば、1本の醤油の価格の理由を理解し、伝統を支える買い手になる。

新潟県佐渡市の尾畑酒造は、酒造りを島の農業、棚田、自然環境、文化と一体で発信している。廃校を第2の酒蔵として活用する「学校蔵」では、酒造りだけでなく、学びと交流、新しい挑戦の場を生み出した。山形県鶴岡市の井上農場は、庄内の在来作物や食文化が根付く土地で、土作りを重ね、最上の米を作り、その価値を直接伝える。農産物のブランド化とは、名前や包装を変えることではない。風土、技術、作り手の哲学を明確にし、品質を裏付ける生産を続け、食べ手との信頼を築くことである。

山梨県北杜市のファーマン・井上農場は、有機農業を1軒の農家だけで完結させず、生産者、加工・流通、消費者、学校や企業の農業体験との連携へ広げている。和歌山県田辺市の日向屋は、果樹栽培と獣害対策から生まれるジビエの加工・販売を結び付ける。規格外果実や捕獲鳥獣を「厄介なもの」で終わらせず、加工技術と販路によって価値へ変える。この発想は、地域課題の解決と所

得の創出を同時に実現する。

◆◆◆ 農を福祉・環境・エネルギーへ 広げる

都市にも農の力はある。さいたま市では、有機農業者を中心に「さいたまオーガニックビレッジ」の動きが生まれ、行政、生産者、市民が連携し、マルシェ、食育、共同販売、都市住民との交流を進めている。新規就農した女性たちも加わり、農業や化学肥料に頼らない農業を、個人の実践から都市政策へつなごうとしている。消費地に近い都市農業は、鮮度のよい農産物を供給するだけでなく、子どもが畑と食卓のつながりを学び、市民が農地の環境的価値を知る場になる。

横浜市では、都市農業と福祉事業所を結ぶ農福連携が進む。福祉事業所の利用者が、農作業、選別、袋詰めなどを担い、農家の人手不足を支える。同時に、障害のある人に仕事、収入、役割、生きがいを生み出す。農福連携を一時的な「お手伝い」にせず、作業の切り出し、適正な対価、支援者と農家の調整、年間を通じた仕事づくりまで設計することが持続の条件となる。

千葉県匝瑺市の営農型太陽光発電（ソーラーシェアリング）は、農地の上で発電し、その下で作物を育てる。売電収入の一部を農業や地域に戻し、市民出資や地域事業者との連携によって、耕作放棄地の再生や新規就農を支える。食とエネルギーを別々の政策にせず、農地を守りながら地域に収益を残す仕組みとして考えることが重要である。

埼玉県三芳町の石坂産業「三富今昔村」は、産業廃棄物の減量・資源化と里山再生を進め、その



「さいたまオーガニックビレッジ宣言」のメンバー

環境を学びと食、交流の場として開いている。落ち葉堆肥を用いる三富新田の循環型農業文化を伝え、里山の手入れ、環境教育、地域の食を結ぶ。環境保全を費用としてだけ捉えず、企業価値、教育、観光、地域雇用へつなげた点に、新しい地域経営の姿がある。

◆◆◆ 食育は地域の未来への投資

食育も、栄養知識を教えるだけでは十分ではない。子どもたちが地域の畑を訪ね、生産者の話を聞き、旬の食材を観察し、調理し、味わう。学校給食で地元農産物を食べ、その背景を学ぶ。この体験によって、農業、環境、健康、文化への理解が一つにつながる。地域の食材を使った味覚ワークショップでは、参加者が色、香り、食感、味を

言葉にし、生産者への聞き取りをもとに「食のテキスト」を作る。学びの成果は、商品開発、メニュー、観光案内、販売促進にも活用できる。食育は子どものためだけでなく、地域資源を調べ直し、住民自身が地域の価値を発見する場なのである。

地産地消も、単に地元産品の使用率を上げればよいのではない。生産者、学校給食、飲食店、宿泊施設、直売所、加工業者が、年間の生産計画や必要量、規格、価格を共有し、安定した取引をつくる必要がある。生産者だけに供給責任や価格負担を任せず、地域全体で支える仕組みが必要だ。6次産業化についても、加工品を作れば成功するわけではない。誰が買うのか、どこで売するのか、原価と適正価格はどうか、誰が製造と品質管理を担うのかを、最初から設計しなければならない。

私は各地の食のワークショップで、まず地域の農林水産物を一覧にし、旬、量、価格、生産者、食べ方、歴史、課題を調べることから始めてきた。農家や料理人、栄養士、観光関係者、行政職員が同じテーブルに着き、食材を味わい、言葉にし、料理を試作する。すると、関係者には当たり前だった食材や家庭料理が、外から見れば魅力ある資源だと分かる。商品開発を急ぐ前に、地域の食の全体像を共有することが重要である。そこで生まれたレシピや物語は、学校給食、直売所の販促、農家レストラン、宿泊施設の朝食、農村観光へと展開できる。

◆◆◆ 持続可能な地域づくりへ 五つの条件

これまでの活力ある現場には、共通する五つの

条件がある。

第一は、地域資源を徹底して調べ、価値を再編集すること。特産品だけでなく、在来作物、家庭料理、発酵、農村景観、学校、空き家、里山、職人の技までを資源として捉える。

第二は、農業を核に、加工、販売、観光、教育、福祉、文化、エネルギーをつなぐこと。一つの産業だけでは小さな市場でも、複数の分野を結びこ

とで、仕事と所得を重ねることができ。第三は、住民が学び、担い手となること。外部専門家はきっかけをつくれるが、地域を動かし続けるのは地域の人である。視察、対話、試作、失敗を重ね、人材と組織を育てなければならない。女性、若者、移住者、福祉事業所の関係者など、多様な人が意思決定に参加することも欠かせない。

第四は、環境を守ることを経済価値に変えること。有機農業、資源循環、里山保全、再生可能エネルギー、獣害対策を、負担で終わらせず、商品、体験、教育、雇用につなぐ。

第五は、地域全体を一つの経営体として捉えること。行政、農林漁業者、商工業者、観光事業者、学校、福祉、金融機関、大学、市民が目的を共有し、利益が地域に循環する仕組みをつくる。来訪者数や売り上げだけでなく、農家所得、雇用、担い手、耕作地、環境、文化の継承までを成果として見る必要がある。

今後の課題は、事業を牽引する人材の育成、部局を越えた行政の連携、適正価格と販路の確保、地域内での利益循環、そして成果を測る指標づくりである。観光客が増えても、食材が地域外から入り、利益が地域外へ流れれば、食による地域活

性化とはいえない。反対に、小さな取り組みでも、農家の所得が増え、若者の仕事生まれ、農地と食文化が次世代へ継がれるなら、それは確かな地域再生である。

もう一つ重要なのは、補助事業が終わった後も続く経営をつくることだ。初期の調査、施設整備、商品開発には公的支援が有効だが、最終的には売り上げ、会費、出資、利用料など、地域自らが確保できる収入が必要になる。そのためには、事業ごとの採算だけでなく、直売所が農家所得を増やす、レストランが地域食材を買う、観光が宿泊と雇用を生むといった波及効果を把握する必要がある。地域金融機関や大学も加わり、資金、人材、調査、評価を支える「産官学金」の連携が求められる。

情報発信にも課題がある。「おいしい」「自然が豊か」という言葉だけでは、他地域との違いは伝わらない。品種、土壌、気候、栽培法、加工技術、歴史、料理、作り手を丁寧に取材し、写真、文章、映像、多言語で伝えることが必要だ。そして発信する内容と、現地で提供される食や体験の質を一致させなければならない。ブランドとは広告ではなく、地域が守る価値についての約束である。

食は、誰もが関わることでできる地域資源である。食卓から畑へ、畑から環境へ、環境から文化と観光へと視野を広げれば、地域の課題は互いに結び付き、解決の糸口が見えてくる。地域にあるものを見つけ、人を育て、地域内外をつなぎ、農を核に経済を循環させ、環境と共生すること。それが、食で地域を元気にする「地域力創造」の本質である。

何にもない山の上からの挑戦



株式会社アーク会長 ● 橋本 志津

Ark館ヶ森の原点

「館ヶ森の大地に安心して豊かな食と心癒される美しい風景の世界を創る!」。これが、Ark館ヶ森の原点です。

弊社は、埼玉県深谷市で養豚を事業として開業しました。事業規模拡大の土地を求めて、岩手県最南端、藤沢町の山の上に来たのは1975年のことでした。

1980年代、北上山系国営農地開発事業へ参入することになりました。荒涼と広がる岩石だらけの土地。山を削って平斜面にし、農地とは名ばかりの風景の中に立ち、まずは土作りからと手を付け始めた時に、「全く新しい大地は、農薬や化学肥料を一度も使っていないきれいな土なのだ」と気付きました。これはすぐに有機農業を始められるということの意味します。農地法による多くの厳格な制約がある中で、それはただ一つのメリットでした。そこから私たちの有機栽培が始まり

ました。

100ヘクタール余という広大な開発農地利用は、畑としての作物生産に限定されています。しかし、当時でも農業は衰退の方向でした。そこで、今は創業者と呼ばれる橋本輝雄は、独自の「ファームマーケット構想」を打ち出しました。ヨーロッパに倣い、農場（生産地）をそのままマーケット（市場）にするという構想です。

誰も知らず、アクセス道路もなく、地図にも載っていない山の上。その荒野をいかにしてマーケット市場として展開していくのか。そこから挑戦が始まりました。

従来の農業生産物は、生産地（者）↓流通市場↓消費地（者）へという一方的な流れが一般的でした。それを変えて、逆の流れをつくる。つまり、消費者を生産地へ足を運んでもらう流れをつくる、というものです。そのためには消費者、特に女性の心を引きつけることが大事と考え、魅力のある牧場造りのコンセプトとしたのが、「動物と花と緑と食と土」です。



循環型農業のイメージ図

かわいい動物たちと美しい花々と緑、おいしくて安全な食べ物、その基となる大切な土。それに加えて、目の前に広がる広大な農場風景と山の上の大きな空、遠くには白い雪を頂く奥羽山脈が見える美しい風景。これらを基にして牧場造りが始まりました。

まずは、私が取り組んでいたハーブを主役にして、ハーブガーデン造りから始めたのです。

「食はいのち」の理念の下に

「生きることとは食をすること。食は「いのち（生命）」の源です。健やかな体は、おいしくて安心・安全で、健やかな食べ物を食べることで育まれます。健康であるからこそ、心も健やかでいられると思います。さらに、家族と共に楽しく食卓を囲むことの喜びが、幸せで豊かな心を育みます。

大切に育てた「いのち」をいただき、親の世代から子どもの世代へ、さらには孫の世代へと健やかな食が受け継がれていくことで、「いのち」の

リレーは続いていきます。まさに「食はいのち」。これが弊社の経営理念です。

私たちの生産物をご紹介しますと、畜産部門では豚肉（館ヶ森高原豚）、放し飼いの精卵（昔たまご）、肉用羊。耕作部門では有機小麦（約30ヘクタール）、農薬・化学肥料不使用野菜約50種などがあります。

今、農業では6次産業型と言われるようになりましたが、私たちは当初から「食はいのち」の理念の下に自らの生産物を自ら加工・販売するというファームマーケット構想を具現化してきました。

その軸となるものは、「自分の愛する家族に安心して食べさせられるものだけを作る」との考えです。食品添加物を使わずに作るハムソーセージなどの豚肉加工品、有機小麦使用のパン・豚まん・スイーツ、放し飼いの鶏が生む「昔たまご」の加工品を製造・販売しています。

現在、Ark館ヶ森には、手づくりハム工房、ファームマーケット、自然食レストラン、プラントショップ（花屋）、フラワーカーデン、お花畑などの施設のほか、たまご拾いをはじめさまざまな農業体験プログラムがあります。

私たちが目指してきたのは、農業の本来の姿で



有機栽培の小麦畑



無添加の手づくりハム

あると考える循環型農業です。有機肥料センター「若葉」が要となつて自社の家畜排泄物や食物残渣を発酵熟成して有機肥料を作り、地域農家の方々と共に自社と地域農業への利用という循環型の仕組みが出来上がり、有機農業への取り組みも広がっています。

地域と共に

「地域に必要とされる企業になる」「地域と共に生きる」。このことは私たちが当初からとても大切にしてきたことです。そのための努力も惜しまなかったつもりです。

その一例として、地元の藤沢町国際交流協会（現在は「関市国際交流協会」）への支援がありま

す。地元の中学生、オーストラリアとベトナムの高校生・大学生の教育交流事業として、多くの方々のご賛同とご協力によって40年以上にわたって続けてきました。両国の人たちとの温かな草の根交流はこれからもなくなることはいけません。

また、この館ヶ森地域の6事業所の方々と協働の取り組みは、17年間に及びます。中でも、寒さが最も厳しい真冬に開催するイベント「館ヶ森風祭り」は、雪のない地域の冬のにぎわいを創出しています。2月に実施する「館ヶ森ごっこおマラソン大会」と「館ヶ森ごっこお駅伝大会」も、風物詩として定着してきました。

今後の課題と夢

有機農業を営む上での最大の障害は雑草です。これには手を焼いています。毎年いろいろな方法で対策しますが、40年以上たつていまだにこれといった対策が見つかりません。また、私たちの位置する北上山系は、奥羽山系と違って地下水が豊富ではありません。養豚事業経営にとって大きな障壁であり、行政の強い後押しが欲しいところです。

ただ、私たちの夢はこれからも多様な形となつて続いていきます。農業にはやり方によって、大きな可能性があると信じています。

最後に申し添えたいことがあります。「食はいのち」。これは人だけでなく、国家にも当てはまります。日本国民の命は日本の農業で守る。これは国際標準でもあると思っています。

官民連携で挑む日本産ホップの産地再生

―遠野で育ててきた「ビールの里づくり」―



株式会社Brew Good 代表取締役 ・ 田村 淳一

◆◆◆ ホップ産地の危機から始まった

ビールの香りや苦味を左右する重要な原材料、ホップ。岩手県遠野市では、キリンビールの契約栽培地として1963年から本格的な栽培が始まり、最盛期には200軒を超える農家が日本産ホップの供給を支えていました。しかし、高齢化や後継者不足などにより生産者は減少し、現在では農家数は最盛期の約10分の1、生産面積も約7分の1となっています。全国でもホップ農家は100名に満たないと言われ、日本産ホップは存続の岐路に立っています。

こうした状況の中、遠野市では2015年から、持続可能なホップ栽培と、ホップとビールによる地域活性化を目指す「ビールの里プロジェクト」が始まりました。当初は遠野市、ホップ農家、キリンビールが中心でしたが、その後、地域事業者や市民、地域外の企業などへと参加の輪が広がりました。

遠野市では2015年頃から地域おこし協力隊制度を活用し、プロジェクトに関わる人材を地域外から受け入れてきました。私自身も2016年に地域おこし協力隊として移住し、中心市街地にクラフトビール醸造所を立ち上げるプロジェクトに携わりました。2018年に「遠野醸造」を開業しましたが、一つの醸造所を造るだけでは、ホップ産地を再生するという大きなビジョンは実現できないと考えるようになりました。そこで、分野を越えて関係者をつなぎ、この構想を具現化していくプロデュース組織として、同年に株式会社Brew Goodを設立しました。

ビールの里づくりには、行政、農家、大手企業、地域事業者など、多くの人や組織が関わっています。立場や考え方が異なるため、官民連携のプロジェクトを続けることは簡単ではありません。それでも続けてこられた背景には、行政の高いコミットメントと、関係者の間に立って調整し、企画を実行につなげるプロデュース機能があります。「ホップ産地の再興と地域活性化」という共通の

ビジョンを持ち、それぞれの立場や強みを生かして実現に向けて動く。そうした官民連携のチームが、少しずつ形作られてきました。

◆◆◆ 収穫祭から広がった全国の応援の輪

その象徴的な取り組みが「遠野ホップ収穫祭」です。2015年の初開催では2500人だった来場者は、2025年には3日間で1万6500人が訪れるまでに成長しました。人口約2万3000人のまちに、全国や海外から、遠野のホップ産地を応援する人が集まります。運営するチームは1年をかけて準備し、前年の課題を振り返りながら、次はどう進化させるかを議論し、実行に移します。こうした試行錯誤の積み重ねが、チームの結束を強くしてきました。収穫祭は、全国に遠野のホップの応援者を増やすだけでなく、官民連携のチームを育てる場としても大きな役割を果たしています。

全国に応援者を増やしてきたことは、産地が抱える課題の解決にもつながっています。その一例が、収穫したホップを加工する乾燥施設の老朽化への対応です。乾燥施設が使えなくなれば、ホップ栽培を続けられませんが、一方、改修や修繕には多額の費用がかかり、農家だけで負担することも現実的ではありません。

そこで遠野市と連携し、2019年からふるさと納税の寄付先指定制度を活用しました。使い道に「ビールの里プロジェクト」を指定した寄付を、産地の課題解決に活用する仕組みです。2025年度までに累計約1万件、2億円を超える寄付が



遠野ホップ収穫祭



ホップとクラフトビール (GOOD HOPS)

集まり、約1億円の財源が生まれました。この寄付金を財源に、2023年から乾燥施設の改修を進めています。

このほか、ホップ棚を新設する際の遠野市独自の補助制度や、遠野ホップ収穫祭の開催費用などにも活用されています。全国に応援者を増やし、その応援を地域に還元して、農業の課題解決につなげる。こうした流れも少しずつ生まれています。



ホップの乾燥施設



研修中の地域おこし協力隊

◆◆◆ 増え始めた担い手と新たな挑戦

もう一つの大きな変化が、ホップ農業の担い手の増加です。近年、「遠野でホップ農家になりたい」という問い合わせが増えています。現在、市内には20名のホップ農家があり、そのうち6名が移住して新規就農した生産者です。さらに2026年4月時点では、10名が地域おこし協力隊として就農に向けた研修を行っています。長く減少してきた生産者数も、少しずつ増加に転じ始めている。

産地の未来に向けた取り組みも始めています。私が経営するBrew Goodでは2025年4月、市内で3カ所目となる醸造所「GOOD HOPS」を立ち上げました。ここでは醸造だけでなく、ホップの栽培管理から関わり、自社で新

品種の開発や加工技術の研究も行っています。元麒麟ビールのホップ研究者も参画し、日本産ホップの価値を高める研究開発を進めています。これまでとは違う角度から人や資金を呼び込み、産地の新たな成長につなげていくための重要な取り組みです。

◆◆◆ 産地を次の世代につなぐチーム

一方で、課題はまだあります。生産量を増やすためには、圃場の確保や集約を進め、より効率的に栽培できる環境を整えていかなければなりません。また、これから栽培を続けていく中で、今は想定していない課題が出てくることもあると思います。

今見えている課題については、一つずつ解決策を考えていくことができます。しかし、想定していない課題が起きたときに重要なのは、解決策をあらかじめ持っていることではなく、その課題に対して知恵を出し、一緒に考え、実行できるチームがあることだと感じています。

振り返ってみると、私たちがこれまで向き合ってきたのは、個々の課題だけではなく、この官民連携のチームをどう維持し、進化させていくかということだったのかもしれない。これからもこのチームで課題に向き合いながら、日本産ホップの産地を次の世代につないでいきたいと考えています。

日本酒を核とした観光まちづくり ―「酒の陣」から広がる長岡の食と文化―



「越後長岡」観光振興委員会事務局長 ● 岩本 操

食資源に恵まれたまち

長岡市は、新潟県のほぼ中央に位置し、日本一の大河・信濃川が市域を縦断するまちです。東京駅から上越新幹線で約90分、関越自動車道と北陸自動車道の結節点でもあり、首都圏からのアクセスにも恵まれています。

豪雪がもたらす豊かな水、信濃川流域の肥沃な田畑、寺泊の海から山古志の山々へと続く豊かな自然環境、城下町や北前船の寄港地として栄えた歴史を背景に、長岡には固有の食文化が受け継がれてきました。枝豆などの農産物、栃尾のあぶらしょうゆ、醤油赤飯、生姜醤油ラーメンなど、特色ある食資源も豊富です。

中でも米は長岡を代表する資源であり、作付面積は全国第2位（令和7年）を誇ります。さらに、長岡市はコシヒカリ誕生のきっかけとなる交配が行われた地でもあります。これらは食資源であるだけでなく、長岡の自然、歴史、暮らしを伝える

観光資源でもあり、花火だけに頼らない通年型観光の大きな可能性を秘めています。

花火だけではない通年型観光へ

長岡市の観光資源として全国的に知られているのは、長岡まつり大花火大会です。しかし、長岡の花火は1年のうち2日間しか開催されないため、花火の時期以外にも訪れてもらう仕掛けが必要でした。

そこで、通年型観光を実現する地域資源として注目したのが日本酒です。市内には、1548年創業の県内最古の蔵をはじめ、16の酒蔵があり、その数は、市区町村別では京都市に次ぐ全国第2位です。また、雪解け水由来の冷涼な軟水や良質な米に恵まれた長岡では、冬季の出稼ぎ文化の中で培われた日本三大杜氏のひとつである越後杜氏の技により、新潟ならではの味と高い品質の酒造りが受け継がれてきました。

日本酒は長岡の自然、歴史、文化が凝縮された

地域資源です。市では、日本酒を酒蔵、飲食店、来訪者をつなぐ観光資源として位置付け、地域振興に取り組んできました。その象徴的な取り組みが「越後長岡酒の陣」です。

地域で育んだ「越後長岡酒の陣」

「越後長岡酒の陣」は、市内の酒蔵が集い、約60種類の日本酒を味わうことができる市内最大の日本酒イベントです。来場者は、蔵人との交流を通じて酒に込められた思いや造りの特徴を知り、長岡の食とのマリアージュも楽しめます。

このイベントは、長岡市や市内の観光協会、商工会議所、観光事業者などで構成される「越後長岡」観光振興委員会（事務局・長岡市観光・交流部観光課）の取り組みの一つとして開催しています。平成23年の初開催時は、まだ観光客向けのイベントではありませんでした。まずは、市民自身が価値を理解し、地域全体で盛り上げること、いわゆる「インナーブランディング」が必要でした。そのため、入場自由の市民向けイベントとして開催していました。

こうした機運の高まりの中で、平成26年には「長岡市日本酒で乾杯を推進する条例」が制定され、日本酒による乾杯の習慣を広め、その文化を後世に伝える意識が共有されました。

観光コンテンツとしての成長

その後、酒の陣は認知度の向上とともに来場者数を伸ばしていましたが、コロナ禍により一時休



若い世代も乾杯！にぎわう越後長岡酒の陣



蔵人と語らいながら楽しむ長岡の酒



令和2年に摂田屋地域に開設した観光交流拠点施設「米蔵」

止となりました。再開にあたっては、従来の入場自由形式を改め、全席指定の入場券形式を導入することで、混雑を抑制し、より安全で快適に楽しめる運営体制へと見直しました。

この見直しは、着席して酒を味わえる環境を整え、長岡の酒や食をより深く楽しんでもらう機会にもなりました。近年は、イベント参加と酒蔵見学を組み合わせた宿泊ツアーや、過去参加者へのSNS発信にも取り組んでいます。来場者アンケートでは、県外来場者の割合は令和5年の25%から令和7年には43%へ増加し、日本酒が新たな来訪の入口となっています。

酒の陣からまちなかへ

酒の陣をきっかけに生まれた関心を、市内の酒蔵やまちなかでの体験へつなげる取り組みも進め

ています。その重要な受け皿が、長岡駅から南へ約3・5キロメートルの摂田屋・宮内地区です。摂田屋は旧三国街道沿いに栄えた地で、旅人などの休息や宿泊のための「接待屋」が地名の由来とされています。江戸時代に上野寛永寺の御領地であったことから、酒、味噌、醤油の醸造業が発展してきました。現在も六つの蔵が残る、麴の香り漂うまちです。

市では、摂田屋地内にある国登録有形文化財の旧機那サフラン酒製造本舗を活用し、観光交流拠点として「米蔵」を整備しました。これに加え、地域住民や事業者等で構成する摂田屋・宮内エリア観光まちづくり協議会が、歴史的建造物や醸造文化などの地域資源を活用し、その魅力を高めるとともに広く発信することで、観光誘客を図り、地域の活性化に取り組んでいます。

また、市内各地でも年間を通じて日本酒と食を

楽しめる場づくりが進められています。各酒蔵では観光客を意識した蔵見学や蔵開きの実施、宿泊施設や飲食店での地酒提供など、まちなかや宿泊先で長岡の酒と食に触れられる機会が増えています。

長岡の玄関口である長岡駅や道の駅ながおか花火館には、長岡市内だけでなく県内各地の日本酒を気軽に味わえる啤酒コーナーも常設されています。このように、酒の陣を長岡の酒と出会う入口として位置づけ、摂田屋や酒蔵、宿泊施設、飲食店など、来訪者の関心を深め、さらに広げる場を官民一体で整備することで、一過性の来訪を周遊や滞在、再訪へと広げる観光地域づくりを進めています。

「この土地でしか味わえない価値」へ

今後は、日本酒を出発点に、米、発酵食品、郷土料理、農水産物などを組み合わせた「テロワールツーリズム」へと展開していきたいと考えています。長岡の豊かな自然と歴史・文化、風土に育まれた多彩な食資源を結び付け、滞在型観光として提供することで、持続的な地域活性化につなげていきます。

そのためには、「なぜ長岡でしか味わえないのか」というストーリーを整理・言語化し、ターゲットに応じた情報発信を的確に行うことが必要と考えています。また、滞在がより充実するように、体験コンテンツの造成や磨き上げ、多言語化、バリアフリー化などの受け入れ体制の整備を進めていきます。

美食のまち・さかいが描く地域の未来



うららの極味プロジェクト推進委員会委員長

・伊藤 俊輔

「食」の力に気付く

福井県坂井市には、越前がにや甘えび、丸岡在来そば、竹田の油あげなど、全国に誇る多彩な食材と、長い歴史の中で育まれてきた豊かな食文化があります。日本海の豊かな恵みと農村部の生産力が共存するこのまちは、まさに「美食の宝庫」ともいえる地域です。



越前がに



甘えび



丸岡在来そば

政が力を合わせ、坂井市の食の魅力を地域の誇りとして磨き上げる「美食のまち・さかい」の取り組みが始まりました。

「美食都市アワード」受賞で変化

しかし、魅力ある資源が存在する一方で、それぞれの食材や店舗、生産者の活動は個別に評価されることが多く、「食」という共通の視点で地域全体が一体となり、その価値を発信する仕組みは十分とは言えません。また、人口減少や少子高齢化が進み、地域間競争も激しくなる中、地域の強みを活かした持続可能なまちづくりが求められています。そうした中で改めて注目されたのが、「食」が持つ力でした。

坂井市は全国46の候補都市・エリアの中から選出され、「美食都市アワード2025」を受賞しました。福井県内では初の受賞であり、地域にとって大きな転機となりました。この受賞は、地域の食資源だけでなく、食育や地産地消、生産者と飲食店の連携など、食を活かした地域づくりが総合的に認められました。坂井市は、豊かな食資源

を活かしながら、多様な主体が連携して地域の価値向上に取り組んでいる点が高く評価されました。

受賞後、行政、観光地域づくり法人（DMO）、商工会、生産者、飲食店など、多様な関係者の間で大きな意識の変化が生まれました。それまで個別に進められてきた取り組みが、「美食のまち」という共通のビジョンのもとで結び付き始めたのです。

その中で、私たち「うららの極味プロジェクト推進委員会」も改めて原点を見つめ直しています。12年前、全国的なB級グルメやご当地グルメブームを背景に、「食に恵まれた坂井市の魅力を発信し、地域を盛り上げよう」という思いから立ち上がりました。「うらら（わたしたち）」の極上の味」という意味を込め、各店舗が渾身の一品を登録し、最盛期には50店舗以上の飲食店が参画する取り組みへと成長しました。

一方で、年月の経過とともに活動を支える組織的な運営体制の維持が難しくなり、次第にその勢いは弱まってきました。しかし、食を通じて地域を元気にしたいという理念そのものは、今も地域の中に息づいています。

私自身、このたびの美食都市アワード受賞は、その志を次の時代へつなぐ絶好の機会だと感じています。うららの極味が目指していた「食で地域を元気にする」という想いを、今改めて坂井市全体の取り組みへと広げていきたいと考えています。「美食都市」の称号はゴールではありません。むしろ、先人たちが築いてきた歩みを受け継ぎながら、地域が再び同じ方向を向き、新たな挑戦を

新たな挑戦を具体化する取り組みとして構想しているのが、「さかい美食レストラン（仮称）」です。

私たちが目指しているのは、単に観光客が訪れる「おいしいまち」ではありません。地域の食材や食文化を通じて、多様な関係者がつながり、地域経済を支えるとともに、市民一人ひとりが自分たちのまちに誇りと愛着を持てる地域づくりです。その実現に向けては、食に関わる事業者同士が連携し、ともに学びながら地域全体の価値を高めていく仕組みづくりが重要になると考えています。

始めるためのスタートラインなのです。

「食のプレーヤー」が新たな連携



美食都市アワード受賞を記念して、東京都内でイベント開催



さかい美食レストラン（仮称）構想イメージ

この構想は単なる認定制度ではありません。「美食のまち」を担う仲間として飲食店同士が学び合い、切磋琢磨しながら地域全体の魅力向上につなげていくことを目指しています。

また、この構想を核として、地域内消費の促進や情報発信、生産者と飲食店の連携強化など、さまざまな取り組みを展開していく予定です。

外側への発信と内側で育てる誇り

坂井市では、「さかい美食レストラン」構想を核として、多様な取り組みを段階的に進めていく予定です。具体的には、市内消費を促進する美食チケット事業、地域の食資源や店舗の魅力を見える化する美食マップの整備、生産者と飲食店をつなぐ美食カレンダー構想、さらには地域の食に携わる人々や店舗の取り組みを広く発信する表彰制度の検討などを進めています。

また、市民自身が地域の食の魅力を再発見し、その価値を共有していくことも重要です。それが持続的な地域ブランドの土台になります。外へ向けた発信と、内側で育てる誇り。その両

輪で進めることが、「美食のまち・さかい」の大きな特徴です。

持続可能な地域文化へ

私たちが目指しているのは、地域の食文化を未来へ受け継ぎ、次世代へつないでいくことです。生産者や飲食店だけでなく、市民や子どもたちも地域の食の魅力に触れ、その価値を理解しながら、自らのまちへの誇りや愛着を育める環境をつくっていきたいと考えています。

そのためには、この流れを一過性のものにせず、地域に根付く持続可能な仕組みとして定着させていくことが重要です。生産者と飲食店のさらなる連携強化はもちろん、生産者、飲食店、消費者がそれぞれの立場で地域の食の価値を共有し、ともに育てていく意識が欠かせません。一人ひとりの小さな取り組みの積み重ねが、地域全体の魅力向上につながり、持続可能な食のまちづくりを支える力になると考えています。

また、市民が日常的に地域の食文化に親しめる環境づくりも重要です。学校や家庭、地域イベントなどさまざまな場面で食文化に触れ、次世代へ継承していくことで、「食」は単なる観光資源ではなく、地域に根付く文化としてさらに発展していきます。

スペインのサン・セバスティアンのように、食が地域文化として根付く都市を一つの理想に据えながら、先人たちが築いてきた「うららの極味」の志を受け継ぎ、坂井市らしい食の魅力を地域のみなさんとともに育てていきたいと考えています。

挑戦が望まれる「コミュニティ形成」 ―異業種連携による三重の食の未来―



三重県フードイノベーション課
イノベーション促進班主事

・奥田 大登

「フードプロジェクト」の経緯

三重県では、豊かな自然環境が育む県産農林水産物の付加価値向上を目指し、これまでの6次産業化やブランド化の推進に注力してきた。

特に、みえフードイノベーションプロジェクト（以下、プロジェクト）と称する取り組みでは、2012年度から「みえフードイノベーション・ネットワーク」を設置し、農林漁業者・食品等事業者・研究機関・行政などが参画してお互いの技術やノウハウを融合させることで、新たな商品やサービスの創出につなげてきた。2020年にはDX（デジタルトランスフォーメーション）の推進により新しい時代に対応していくため、新たなオンラインコミュニティ「みえフードイノベーションプラットフォーム」を開設し、現在、約400の登録会員に対し、情報発信や事業者間の交流をサポートしている。

三重発の取り組みが国の事業へ

さまざまな業種の事業者が連携し、県産農林水産物の新たな価値を創造するプロジェクト。本県の長年の取り組みを踏まえ、農林水産省では、多様な課題意識を持つ事業者のニーズを共有し新たなビジネスを模索する「地域食品産業連携プロジェクト（LFP）事業」を2021年度に創設した。本県でも、プロジェクトの一環としてLFP事業を実施し、2025年度からは後継事業である「地域型食品企業等連携促進事業」へ取り組みの場を移している。

LFPの仕組み

LFP（ローカル・フード・プロジェクト）事業は、「プラットフォーム形成」「アイデア出し」「ビジネス化」のプロセスをたどりながら、地域に根ざした新たな食品ビジネスを創出する仕組み

みとなっている。

まず、プラットフォームを形成し、「研修会」を通じて地域資源の洗い出しや磨き上げを行い、新しいビジネスアイデアを創出。次に「戦略会議」において、そのアイデアをベースにした基本構想の策定や、事業を担うパートナーのマッチングを実施する。その後、「新商品・新サービスの開発」や、クラウドファンディング等を活用した「テストマーケティング」を経てビジネス化を実現し、その成果を次年度へとつなげていく。

さらに、新たな食品ビジネスの創出に挑む事業者を対象にした相談会を開催し、事業展開や課題解決に向けたきめ細やかなサポートを通じて、異業種連携によるマッチングを支援している。

こうした取り組みを通じて、本県では2021年度に認知度向上に向けた「長島産オリブ」、2022年度は健康食品分野への進出に向けた「そばの実」、2023年度はオール三重産というブランド化に向けた「酒粕^{かす}」を活用した新商品をそれぞれ開発し、新たな食品ビジネスを創出することに成功した。

プラットフォームが生む食品ビジネス

プロジェクトをはじめとする一連の事業の最大の特徴は、多様な業種の事業者がプラットフォームという場を介して、お互いの技術やノウハウを融合させる点にある。この場で活発な交流を生み出すためには、意欲的かつ積極的な事業者の参画が不可欠であり、こうしたコミュニティの形成こそが、新たな食品ビジネスを創出するための最大

交流から得た気づきを原動力に仲間と課題解決 「みえフードイノベーション・プロジェクト」

県内の農林水産資源を活用し、生産者、各種事業者等及び県が連携することにより、新たな商品やサービスの開発に関する取組を進めています。

連携、商品開発・販売までの流れ

01 「みえフードイノベーション・ネットワーク」に入会

「会員登録はこちら」から必要事項を入力の上、登録してください。
ご登録いただくと、プロジェクトの推進に必要な情報や、
国・県の支援制度に関する情報などをメールマガジンで配信します。

会員登録はこちら



02 プロジェクトの提案・設置

会員間同士の交流を通して、商品開発や技術の実用化に向けたプロジェクトを立ち上げます。
活用したい（活用してほしい）素材や技術、プロジェクトプランがありましたら、事務局までご連絡ください。



03 プロジェクト参加者（連携者）募集

プロジェクト設置後、当プラットフォームを通じて、プロジェクト参加者の募集を行います。

04 プロジェクト実施（商品開発等）

プロジェクト参加者の連携により商品化、実用化に向けた取組を進めていきます。



05 プロジェクト商品等の販売

プロジェクトから生まれた商品・サービスは、県があらゆる機会を通じ情報発信します。



様々な事業者や産学官で構成される「みえフードイノベーション・ネットワーク」に参加し、情報交換や連携などを進めることにより、新しいプロジェクトが生まれ、新たな商品やサービスの開発につながっていきます。

みえフードイノベーション・プロジェクト図



そばの実を使用したおかゆ



酒粕を使用したスイーツ



長島産オリーブオイルを使用したフレーバーオイル

の推進力となる。

そのメリットの一つに、自前のネットワークではつながりのなかった事業者同士の関係を構築できることが挙げられる。また、プラットフォーム全体にとっても、構成主体が多様であることは、イノベーションな活動のポテンシャルを高める大きな原動力となる。

こうしたプラットフォームでは、研修会等を通じて地域課題や個々の課題解決に向けた意見交換やアイデア出しが行われている。さまざまなバックグラウンドを持つ事業者が検討を重ねることで、単独では得られなかった新たな着眼点や、これまでにない価値を生み出す素地が整えられていく成果が生まれている。

そこで築かれた事業者間の強固なつながりは、新商品の開発へと直結しており、参画事業者にとって新たなビジネスチャンスをつかむための重要な仕組みとして機能している。さらに、異業種間の交流から生まれるアイデアは、単なる商品開発の枠を超え、地域の食の魅力を再発見し、持続可能な食品ビジネスへと発展させる大きな可能性を秘めている。

◆ ◆ ◆ ネットワーク拡大が力ギ

2026年度も本県では後継事業の「地域型食品企業等連携促進事業」を推進し、2025年度の参画事業者から寄せられたアイデアを基

に、県全体の農林水産物の魅力を発信できる食品・メニューの開発を見据え、研修会等を開催する予定だ。一方、本事業の運営における課題は「参画者ネットワーク」の固定化。一次産業の高齢化、温暖化等の気候変動、コスト高騰などの構造的な課題を解決するには、より多様な視点が不可欠である。

今後は、あらゆる機会を通じて広く情報発信することで、新たにプラットフォーム会員となる事業者の掘り起こしを進め、多様な関係者が積極的に参画できるような好循環を目指し、絶えず変化する地域課題や外部環境を適切に捉えたうえで新たな食品ビジネスの創出に取り組んでいきたい。

「食」と「農」の架け橋を育てる

—全国初の人材育成拠点・NAFIC—

奈良県食農部豊かな食と農の振興課課長補佐

・大石 朝子

なら食と農の魅力創造国際大学校（Nara Agriculture and Food International College 通称・NAFIC）は、農業や農業経営の技術を学ぶ「アグリマネジメント学科」と、農業を理解した料理人を育成する「フードクリエイティブ学科」の2学科からなる県立の大学校です。

県産食材を活かす人材育成を目指して

奈良県では、地域振興、観光振興には「おいしい食」が大きな役割を果たすと考え、農業振興に加えて食の振興にも注力してきました。おいしい奈良の食づくり（食の振興）を行う中で、県内の飲食店の料理人には「県産農産物を積極的に活用したい」、農家には「西洋野菜や奈良の伝統野菜などレストランがどのような食材を求めているかを知り生産したい」との思いがあり、奈良県の「食」と「農」の振興には、食材のことを理解した料理人＝「農に強い食の担い手」が必要不可欠であると気付きました。

そこで、食材のことを理解した料理人「農に強い食の担い手」を育成するため、従来からある奈良県立農業大学校を再編し、アグリマネジメント学科とフードクリエイティブ学科からなる、全国で初めて「食」と「農」が連携した人材育成施設として、「なら食と農の魅力創造国際大学校」を平成28年4月に開校しました。

現場で生きる力を育む学び

「食」と「農」の学科を連携させることで、各分野の専門知識はもちろん、分野の垣根を越えた幅広い学びと実践の現場で役立つ技術やノウハウを学べるのがNAFIC教育の大きな特長であり、魅力です。

具体的には、次の五つの力を身に付けることを目指します。経験に裏打ちされた「技術力」、経営センスに優れた「経営・マネジメント力」、消費者ニーズを基本に据えた「マーケティング力」、満足と感動を与える「もてなし力」、奈良らしさ

を活かした「地域活用力」を持った、「食」と「農」のトップランナーを育成しています。

そして、充実した学びが実践できるよう、学科ごとにキャンパスを整備し、高度な実践力を培える施設、設備、環境を備えています。

フードクリエイティブ学科での学び

高度な調理技術と食材の知識、マネジメント力などを持った「食の担い手」を育成するため、深く幅広い知識を修得します。学びの特長は次の三つです。

ヨーロッパの調理学校で主流とされている1人1ストープ（コンロ）方式により、調理の全工程を1人でこなす高い調理技術を磨きます。

校内にあるオーベルジュ（宿泊施設を備えたレストラン）での実習により、実際のお客様への料理提供や接客サービスを体験することで、料理人としてのセンスともてなしの心を磨きます。

校内の実習農場で農作物を栽培する農業実習により、農業の知識を修得し、食材を知り、その良さを活かす力を磨きます。

アグリマネジメント学科での学び

高度な農業技術と優れた経営センスを持った「農の担い手」を育成するため、生産から流通販売までの実践力を学びます。特長は次の四つです。

充実した実習を通して、高品質かつ幅広い品目を生産できる技術力を修得します。

1人1ほ場の実習や先進農家での実践実習の選



生産技術の基礎を実践で学ぶ様子



NAFIC安倍校舎（フードクリエイティブ学科）



1人1ストーブ方式の調理実習



調理専門学校の講師による少人数制での指導



柿を使用したメニューを考案②



柿を使用したメニューを考案①

制限実習により、就農に必要な実践力を身に付けます。

農業経営者に必要な、流通から販売までの知識や経営センスを身に付けます。

敷地内には、奈良県農業総合研究センターがあり、常に農業の最先端技術に触れることができます。

きます。

◆ ◆ ◆
学科を超えて広がる人のつながり

学生の年齢層は、18歳から60歳代まで、高校・大学卒業生、社会人経験者など幅広く、一流の料

理人、レストランの開業、農業経営者など、それぞれの目標を持って学んでいます。

両学科の学生が共に、地元の農産物の特長やそれを活かす調理法を学ぶ授業を通じて、学科を超えた関係、つながりを築くことができます。NAFICで培った、料理人と農業生産者とのネットワークにより、卒業後、地元農産物を活用した食産業の振興に大きく寄与しています。

◆ ◆ ◆ 地域の未来を支える人材を輩出

卒業生は、農業に精通した料理人、おいしい地元野菜を生産する農業者となり、県内の食と農を盛り上げていくことで、豊かな地域社会の創造に貢献してまいります。

NAFICでは、地域の食と農の発展のために、確かな技術とマインドを持つ人材を育成してまいります。

また、敷地内では、学生の実習施設でもあるオーベルジュ「オーベルジュ・ドウ・サンヴィ」やセミナーハウス「ホテル奈良さくらの郷」を営業しており、奈良の食材を活かしたおいしい料理や宿泊を提供しています。

NAFIC周辺には、令和8年7月に世界遺産に登録された「飛鳥・藤原の宮都とその関連資産群」もあり、引き続き、県の中南部・東部地域の活性化に向け、周遊観光の中継地となる施設として本県の観光振興や地域の活性化につながるよう、さらに取り組みを充実してまいります。

どうぞ、皆さまのお越しをお待ちしております。

地域の恵みを未来へつなぐ挑戦 ―食パラダイス鳥取県の取り組み―



鳥取県市場開拓局食パラダイス推進課課長

● 岸本 幸

食の宝庫

鳥取県は、北は鳥取砂丘をはじめとする白砂青松の海岸線が続く日本海に面し、南は中国地方最高峰である大山を中心とした山々が連なる豊かな自然に恵まれています。こうした自然環境の下、鳥取砂丘の気候を生かした砂丘らっきょう、全国的に知られる二十世紀梨、大山の伏流水が育む乳製品や野菜など、四季折々の恵みを受けた多様な食材が生産される「食の宝庫」と言える地域です。

「食のみやこ」からのステージアップ

豊かな自然環境と食文化を背景に、鳥取県ではかねて地産地消を推進し、平成19（2007）年度からは「食のみやこ鳥取県」を掲げ、県民が食の豊かさを実感し、誇りを持てる風土づくりを進めてきました。これらの取り組みを基盤に、さらに食の魅力を磨き上げ、より広く、戦略的に発信

するため、令和5（2023）年度に「食パラダイス鳥取県」としてステージアップを図ることにしました。

「食パラダイス鳥取県」は、食材のPRにとどまらず、食を通じて地域の魅力を伝え、持続可能な地域づくりを目指す総合的なコンセプトです。県産農林水産物を国内外に発信し、販路開拓や輸出拡大を図るとともに、幅広い層の誘客促進、地域産業の発展につなげることを目的としています。また、県民自身が地域の食の魅力を再認識し、主体的に発信する機運を高めることも重要な柱としていきます。

鳥取県は人口最少県です。人口だけでなく、大都市に比べて不足しているように見える点もありますが、その代わり、豊かな自然の恵みを享受しながら「あるものを活かす」、また、さまざまな関係先を巻き込んで「一緒にやろう」とする多主体連携の機運に富んだ地域です。今回は、そうした視点が顕著な「食パラダイス鳥取県」の推進における象徴的な一事例として、鳥取県のジビエ振

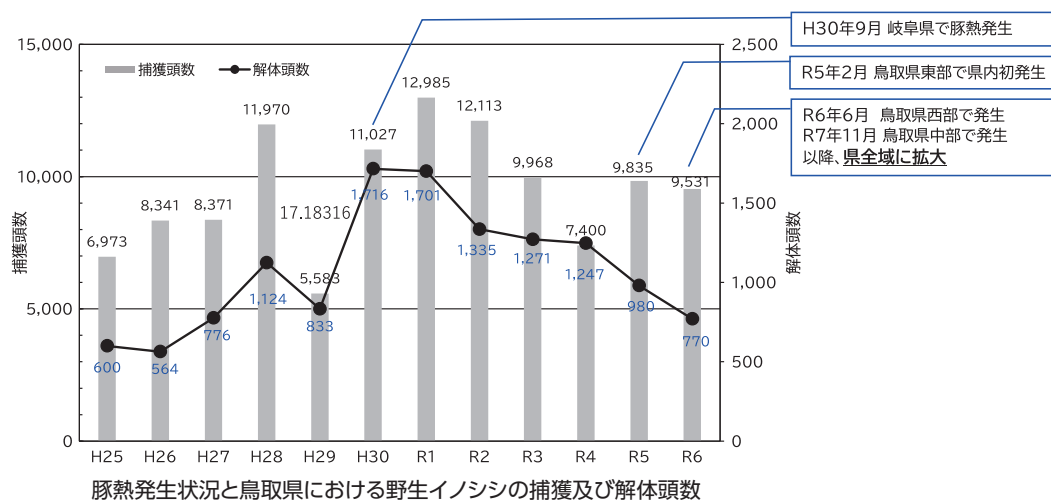
興についてご紹介します。

ジビエ推進協議会の存在

近年の野生有害鳥獣による農作物被害の深刻化は、多くの自治体において大きな課題です。鳥取県においても同様ですが、実は、本県では、平成21（2009）年頃から、捕獲したシカやイノシシを地域資源として捉え、「ジビエ」への活用を始めました。この推進力となったのが、地域や飲食店等関係者による協議会でした。まず、平成24（2012）年に、県東部で「いなばのジビエ推進協議会」が設立されました。これは、川上（狩猟者・解体処理事業者）から川下（飲食店）まで、行政、商工会なども含めたジビエ関係者が連携した全国初の組織です。これに続いて、平成30（2018）年には、県中西部のジビエ関係者による「ほうきのジビエ推進協議会」も発足しました。以来、この両協議会が本県のジビエ振興の核となり、ジビエ肉の質の向上、安全性の確保など管理・供給体制の確立のほか、県内外におけるジビエレストランフェアや、県民向け料理教室などさまざまなジビエ振興の取り組みを展開しています。

信頼につながる県版HACCP導入

ブランドの根幹は「信頼」であり、必然的にブランド化には質が担保されていることが不可欠です。県産ジビエの展開においても「質」を保つため、令和5（2023）年5月には、鳥取県版HACCP（ハサップ、食品の安全性を確保するた



豚熱発生状況と鳥取県における野生イノシシの捕獲及び解体頭数



解体処理では高い技術が必要



鹿肉と梨を網脂で包んで焼き上げたジビエ料理

めの衛生管理手法」認定を取得した解体処理施設が処理したジビエを「とっとりジビエ」と定めました。最初に食べた印象によっては、苦手意識を持つお客様が多いと言われているジビエですが、「とっとりジビエ」は、「これはジビエです」と言われないとわからないくらい食べやすいと、首都圏などのレストランシェフからも高い評価をいた

だいています。もちろん、そのおいしさは、捕獲後の迅速かつ適切な解体処理技術が裏付けとなつて実現されているものです。こうした解体技術の高さにより、シェフのもとに届いた肉は、「しなやかで、香りがよく、きれい」「状態が良く、すぐに調理に取りかかることができる」と好評をいただいています。

地域資源の定着と次世代への継承

質の高いジビエの提供が増えるに伴い、県内のジビエ利用量も順調に伸び、近年は全国トップ10に入る水準を維持しています。一方で、今後の持続的なジビエ振興には若い世代の関心や地元で喫食する機会も重要です。令和6（2024）年度は、県内小学校の15・4％が給食にジビエを提供しており、中四国管内ではトップの利用率を誇っています。中には、年間を通じて定期的に提供している小中学校もあり、給食に合わせてジビエの背景を学ぶ授業も行われるなど、児童生徒にとって自然環境や命の尊さを学ぶ機会にもなっています。

す。このほか、地産地消を推進する地元スーパー「サンマート」全店舗では、「とっとりジビエ」が常設販売されています。

こうした現状を振り返ると、県民にとってジビエは、「日常の食材」に近い存在になりつつあると自負しています。この根底にあるのは、「被害を減らすための捕獲」に終わらせず、利活用率を上げて、鳥取という食の宝庫の一角にジビエを定着させようという一貫した考え方です。

近年の豚熱感染拡大では、鳥取県でも一時的にイノシシの捕獲、利用ともに減少しましたが、感染下にあってもジビエ利用が止まることがないよう、令和6（2024）年度に国のガイドラインを踏まえた鳥取県版の「豚熱感染確認区域における野生イノシシジビエ利用マニュアル」を策定して出荷体制を整えたことにより、利用率は令和5（2023）年度の豚熱発生前水準に戻っています。このような外的要因があっても、「とっとりジビエ」ファンの皆さまの期待に応えるジビエを提供する体制を維持することが、ジビエの定着とブランドを持続させるカギであると考えています。

未来を描くプラットフォーム

「食パラダイス鳥取県」は、食材の魅力を伝えるだけでなく、地域の人々が食を通じてつながり、鳥取の未来とともに描くためのプラットフォームです。「とっとりジビエ」をはじめ、県民の誇りを育み、県外の方に鳥取の魅力を伝え、次世代へ食文化を継承する取り組みとして、今後とも期待いただきたいと思います。

「規格外」を地域の誇りに変える

―「怪獣レモン」がっなぐ農家・企業・次世代―



株式会社瀬戸内百姓代表取締役 ・ 山岡 由明

大阪から尾道へ、地域で仕事をつくる

私は広島県尾道市で生まれ育ち、大学卒業後は会社員を経て、大阪で人材派遣会社を起業しました。事業は順調でしたが、稼ぐことだけを追いかけるうちに、「自分はどこで、誰のために働きたいのか」と考えるようになりました。新型コロナウイルスの流行を機に2020年に尾道へUターンし、2021年に株式会社瀬戸内百姓を創業しました。当初から主力品をレモンに決めていたわけではありません。農業に関わる仕事がしたいと考え、生口島^{いぐち}を中心多くの農家を訪ね、現場の声を聞きました。そこで気づいたのが、広島県が全国有数のレモン産地であり、需要も高いにもかかわらず、生産者が必ずしも十分な収益を得られていないという現実でした。

見た目の弱点を個性に



怪獣レモンのロゴ

レモンは、黒点や傷、形のゆがみ、大きさなど外観によって評価が大きく変わります。味や香りに問題がなくても、見た目だけで規格外となり、安い価格で取引されるものがあります。私はそこに強い違和感を持ちました。

そこで、ゴツゴツした姿を欠点として隠すのではなく、「怪獣みたいで面白い」と捉え直し、「怪獣レモン」と名付けました。掲げたフレーズは「見た目は怪獣、味は本物」です。規格外品を安く売



怪獣レモンのメインビジュアル

るのではなく、その不ぞろいさ自体に物語を与え、消費者が面白がり、覚え、誰かに話したくなる商品へ変える。日本が得意とするキャラクターやエンターテインメントの力を農産物に持ち込む発想です。

子どもからお年寄りまで覚えられる名前にしたのも意図があります。農産物を一時的な商品ではなく、世代を超えて語られる地域の知的財産（IPコンテンツ）に育てたいと考えています。

ここで大切なのは、怪獣レモンを単なるフードロス対策にしないことです。「捨てられるから助ける」という発想だけでは、消費者からは商品として長く選ばれません。味や品質を前提に、デザ

インやストーリーも含めて「欲しい」と思ってもらう。社会課題への共感だけに頼らず、商売として成立させることを重視しています。

◆◆◆ 農家はつくる、私たちは価値をつくる

瀬戸内百姓は農地も大規模な自社工場も持っていません。生産は農家、加工や保管はグループの専門企業、私たちは企画・デザイン・営業・マーケティングと、それぞれの強みに役割を分ける「ファブレス×コンソーシアム型」の事業モデルを取っています。

象徴的なのがKATAOKA FARMとの関係です。生産者には栽培に力を注いでもらい、私たちはそのレモンが少しでも高く、長く、多くの場所が必要とされるための出口をつくる。さらに尾道発祥の老舗企業である広川グループとの連携によって加工・品質管理・保管体制を整え、大手企業とも取引できる基盤をつくってきました。



KATAOKA FARMでのレモン栽培

自社ですべてを抱え込むのではなく、地域の農家、加工会社、食品メーカー、小売り、外食などをつなぐことが私たちの役割です。このような分業体制だからこそ、小さな地域企業でも全国の市場に挑戦できると考えています。

◆◆◆ 企業とのコトバが農家の誇りに

創業当初は自ら店を回り、「商品を置いてください」とお願いするところから始まりました。その後、菓子や飲料、パンなどさまざまな企業との商品開発が進み、「ぶつちょ」や「キャラメルコロン」、映画「ゴジラ」とのタイアップなど、農業の枠を越えた展開が生まれました。

もちろん、最初から順調だったわけではありません。福井県立恐竜博物館で怪獣レモンを販売した際には、期待に反して一つも売れなかった経験もあります。しかし売れ残ったレモンを地元の料理人や飲食店へ持ち込むと、香りや酸味を評価してもらい、別の販路につながりました。この経験から、「売れなかった」「価値がない」ではなく、商品と売る場所、伝え方の組み合わせが重要だと学びました。

こうした取り組みの価値は、売り上げだけではありません。自分たちの地域で育てたレモンが、誰もが知る商品になって全国の店頭に並ぶ。それを見た生産者や家族、地域の子どもたちが喜ぶ姿に何度も出会いました。農家が単なる原料の供給者ではなく、「プラ

ンドと一緒に作る仲間」になる。規格外品の価値を上げることが、農家の所得だけでなく、仕事への誇りにもつながると感じています。

◆◆◆ 「農業をやりたい」と思える地域へ

これからの課題は、怪獣レモンを大きくすることだけではありません。ブランドが全国へ広がるほど、地域性や生産者との距離をどう守るかが重要になります。また、個人の営業力や発信力に依存せず、仕組みとして継続できる事業にしている必要があります。

私が目指しているのは、「地域のためだから我慢して働く」会社ではありません。地方でも事業としてきちんと利益を生み、働く人が安定して生活することができ、生産者にも利益が還元される。その姿を次の世代に見せることが、本当の意味で地域を持続させることにつながると考えています。

KATAOKA FARMの子どもたちが、いつか「畑を継ぎたい」と思える環境をつくりたい。そして地域の若者が、都会へ出なければ面白い仕事はできないと思うのではなく、「ここでも挑戦できる」と感じられる地域にしたい。

怪獣レモンは、規格外レモンを救うためのだけのブランドではありません。地域にすでにあるものを見つめ直し、見方や伝え方を変え、人と企業をつなぐことで、新しい価値と仕事を生み出す挑戦です。「売れない理由」を「選ばれる理由」に変える。その積み重ねを、瀬戸内の農業の未来にかなげていきたいと思っています。

変化を恐れず、チャレンジを続ける
—食を通じた産業振興、地域活性化を目指して—



● 株式会社道の駅むなかた代表取締役 中野和久 氏

市町村合併から「道の駅」誕生

ベッドタウンとして発展してきた旧宗像市と歴史や自然に恵まれた旧玄海町が合併し、新制の宗像市が生まれたのが2003年。一方にはないものが他方にはある。そうしたまち同士が合併したことにより、まちづくりの可能性が大きく広がりました。旧玄海町が持つ海や山などの豊かな自然、そして自然の恵みがもたらす食資源を生かし、産業の振興、地域経済の活性化を目指す施設として、08年に「道の駅むなかた」（以下「道の駅」）は誕生しました。福岡市と北九州市の中間に位置し、両市から車で1時間程度という立地環境の良いところに「道の駅」があります。近くには全国白砂青松百選に選ばれたさつき松原や、ユネスコ世界文化遺産に登録された宗像大社などがあり、観光資源にも恵まれています。

施設は、「観光物産館」、花卉園芸・工芸雑貨の店「ひごろ」、米粉パン工房「姫の穂」、おふくろ

食堂「はまゆう」、スモージースタンド「フラット」、芝生広場、多目的広場などから成ります。多くの人たちに支えられ、九州では売上第1位の道の駅です。「じゃらん全国道の駅グランプリ2025」では2位に選ばれました。年間200万人が訪れる道の駅です。

人気の理由は「品揃えと商品鮮度」

宗像市は豊かな食資源に恵まれたまちで、60名以上の地元事業者の方が「道の駅」に出品されています。特に「道の駅」を牽引^{けんいん}しているのは、鮮魚です。地元漁業者が自ら取った魚をパッケージし、ラベルを貼り売場に並べます。海産物や農産物から、弁当・惣菜やスイーツなどの加工品まで品揃えが充実していることも、買い物客から人氣を集めています。

「道の駅」の生命線は、新鮮で安全・安心な商品の品質です。スタッフが商品の状態、包装、表示等の品質チェックを毎日行い、問題のある商品

は、売り場から下げるようにしています。これからも、地元の新鮮で安全安心な商品を、こだわりのもって守り続けていきます。

一方で売場のリニューアルやキャッシュレスの推進、セミセルフレジの導入など売り方は、お客さまのニーズやその時の環境を踏まえ、積極的に変えていきたいと考えています。守っていくべきもの、変えていくべきものを明確にして、施設経営に取り組んでいます。

見える化・共有化を推進

会社全体を一つのチームに見立て、チームとしての力を発揮しながら、施設運営や事業を実施していくため、「V字回復3カ年プラン」(第1次物産館販売戦略)、「挑戦と成長3カ年プラン」(第2次物産館販売戦略)を策定。売上目標額と目標を達成するための主要な取り組みをまとめ、60名以上いるスタッフと、目標や取り組みの見える化と共有化を図りました。



買い物をより楽しんでいたため、創業祭、魚祭り、秋の収穫祭、感謝祭など、大小含め年間30件以上の販売イベントを開催しています。

買い物ばかりでなく、遊びに来て楽しい道の駅を目指し、芝生広場などでファミリーフェスティバル、子どもハロウィンフェスティバルなどの「賑わいイベント」を開催しています。イベントの来場者は年間5万人を超えています。

宗像の食材を活用し、PB（プライベートブランド）商品の開発・販売にも取り組んでいます。そのアイテム数は現在70を超えています。「わかめドレッシング」、「わかめ入りのり佃煮」など、年間2万本を売り上げる人気商品もあります。

併せて「道の駅」出品者の方を対象とした商品開発助成制度を設けています。出品者の商品開発に要する経費支援なども行っています。

プロモーションと地域連携

良い商品を揃えることと、プロモーションは、売り上げを伸ばすための両輪であると思っています。プロモーション専任スタッフを配置し、メディアの積極的な活用ときめ細かな取材対応、SNSの効果的な活用、民間企業等外部PR媒体の活用などを柱に、戦略的なプロモーションを進めています。

SNSでは、商品の入荷情報、旬の商品・新商品などの情報を発信しています。またLINEも活用し、来店スタンプを付与したり、抽選による商品割引クーポンを配布したりしています。

「道の駅」だけで考えるのではなく、エリアマ

❖（1）TVなどメディアの活用（TV局の積極的な活用ときめ細かな対応）
・TV放映の売上額への影響の大きさ ・客観性のある外部機関の情報の信頼性

⇒メディアDBの活用、市プレスリリースの活用、メディアへの季刊誌「MY道」の送付
⇒積極的な取材協力、取材の事前確認ときめ細かな対応、取材内容の提案

❖（2）SNSによる効果的な情報発信
・欠かせない重要な情報発信媒体 ・タイムリーな情報発信
・長く情報の拡散が期待できる

⇒Instagram、X、Facebook、YouTubeなどは、新商品、旬の商品、おススメの商品情報、販売イベント、賑わいイベントなどの情報発信
⇒LINEは、来店スタンプ、商品クーポンの抽選配布、その他お得な情報の発信

❖（3）外部媒体の積極的な活用
・多くのユーザーや読者を抱える効果的な民間媒体の活用による情報発信

⇒民間企業と連携しWIN・WINの関係による販売イベントや商品情報の発信
⇒企業等の優待施設への登録、民間媒体ユーザーや読者向けプレゼント企画の提案

プロモーション基本方針（抜粋）



道の駅むなかたECサイト

ECサイトは道の駅むなかたECサイトの他、楽天市場、Amazonなどの民間企業サイトにも商品を出品しています。ふるさと納税では宗像市の登録事業者となり、返礼品として商品を出品しています。

さらに他店舗販売として、現在約15店舗に「道の駅」の商品を取り扱ってもらっています。

開発部3カ年戦略を策定し、計画的・戦略的に外販事業の強化を図っていく予定です。「道の駅」のPB商品に限らず、出品者の方の取扱商品も増やしていきたいと考えています。

「チャレンジを忘れない」

これからも多くのお客様に親しまれ、愛される「道の駅」であり続けるため、お客様の信頼と期待に応え続けていきたいと考えています。「1番のミスはチャレンジしないこと」と肝に命じ、いろいろなことにチャレンジする「道の駅」でいたいと思います。

販売の2チャネル化に挑戦

地域事業者の皆さんの売り上げ向上・所得向上と（株）道の駅むなかたの経営の安定化を目指し、販売チャネルの2チャネル化に挑戦しています。宗像市から運営委託を受けている観光物産館での販売とともに、（株）道の駅むなかたの自主事業として、ECサイト、ふるさと寄付返礼品、他店舗での販売など外販事業に力を入れています。

伝統を守り未来を見据えた食のまちづくり — 循環型社会とユネスコ創造都市としての挑戦 —



臼杵市産業観光課クリエティブシティ推進室長

・ 山本 達二

豊かな自然と歴史が息づくまち

大分県臼杵市は、九州地方の東部に位置し、人口約3・3万人、面積291・1平方キロメートルを有しています。東は豊後水道に面し、西には比較的険しい山稜が連なる地形の恩恵により、ミネラルバランスに優れたおいしい水が豊富に湧出しています。市内には、17世紀の町並みが残る風情豊かな城下町や、国宝に指定されている「臼杵



豊後水道を望む臼杵市街

石仏」など、歴史的・文化的な資源が数多く点在しています。臼杵市は、この豊かな自然と歴史的背景を基盤に、「食」を中心とした持続可能なまちづくりを推進しています。行政と市民が一体とな

り、地域資源の保全と活用を通じて、新たな価値を生み出そうと取り組んでいるのです。

水と歴史が育む発酵食文化

臼杵市の食文化を語る上で欠かせないのが、豊富で良質な水を用いた「発酵食品」です。その歴史は古く、1600年頃から味噌や醤油といった麹菌を用いた調味料の生産が始まり、現在でも日本屈指の生産規模を誇っています。

市内の味噌・醤油メーカーは、協業組合を組織して生産を臼杵に集約し、競争力を高めて全国へ製品を出荷してきました。伝統の継承にとどまらず、発酵技術の革新にも挑戦しており、大学と連携したハラル対応醤油の開発など、海外市場への展開も進めています。これらの取り組みは、市の重要な産業を未来へとつなぐ原動力となっています。

さらに、醸造酒の日本酒と蒸留酒の焼酎の両方を相応の規模で生産している点も特徴です。市で

は2015年に地酒の普及を図る条例を制定し、宴会の乾杯は地酒で行う習慣が根付いています。こうした豊かな発酵食品の存在は、伝統的な臼杵の料理文化を根底から支え続けているのです。

始まりは土づくりから

発酵の技術は、食品加工のみならず、農業の基盤である土づくりにも応用されています。市では良質な農産物を育むための土づくりを重視し、2010年に「臼杵市土づくりセンター」を開設しました。ここで製造される完熟堆肥「うすき夢堆肥」は、草木類8割、豚ふん2割を主原料とし、約6カ月かけて発酵熟成されます。通気性・排水性・保水性を高めるための土壌改良型堆肥として、年間約1600トンを生産し、農家や市民へ供給しています。

この堆肥の原材料は、主に市内で伐採された草木を利用しています。これらを産業廃棄物ではなく貴重な地域資源として位置づけ、登録事業者から購入することで、地域内で循環する持続可能な仕組みを構築しています。

また、市では、完熟堆肥で土づくりを行い、化学肥料や化学合成農薬の使用を避けた、いわゆる有機栽培を実践する圃場を臼杵市長が認証する「臼杵市ほんまもん農産物認証制度」を2011年に創設しました。認証を受けた圃場で生産される農産物は「ほんまもん農産物」としてブランド化され、地元スーパーでの販売をはじめ、小中学校や認定こども園、許可保育所の給食でも多く利用されています。



6 カ月をかけて完成した堆肥からは蒸気が立ち上る



にんじんの収穫体験



市内外から集められた草木が資源に変わる

こうした環境保全型農業への挑戦は、ドキュメンタリー映画「100年ごはん」でも描かれ、各地での上映会を通じて白杵の食の魅力が広く発信され、市外からの関心も高まりを見せています。

食育と市民協働の「白杵スタイル」

豊かな食文化を次世代へ継承するため、市は食育にも力を注いできました。

学校給食では、児童生徒が地域の食文化や旬の農産物に関心を持てるよう、伝統的な郷土料理やほんまもん農産物をふんだんに使用した献立を提供し、食を通じた郷土愛の醸成に努めています。

さらに、小学生等を対象に、収穫体験を通じた食農教育を実施しており、自ら収穫した農産物を給食や家庭で味わう機会を創出しています。

また、市民や事業者が食の新たな価値を創造す

る場として、2016年に「白六オープンラボ」が開業しました。農林漁業者をはじめ、誰もが食品の加工開発を行える施設であり、これまでフードロス削減に貢献する様々な商品が生み出されてきました。

国際的評価を力に変えて

これらの実績が評価され、本市は2021年11月にユネスコ創造都市ネットワークの食文化分野に加盟しました。その後、「白杵食文化創造都市推進協議会」を中心に事業を進め、2025年4月に「第2次白杵食文化創造都市推進プラン（2025～2029年度）」を新たに策定し、官民一体となって食文化を軸とした持続可能なまちづくりを推進しています。

第2次プランでは、「人も環境も健康のもとで、

食を楽しみ、次世代につながるまち」を基本目標に掲げました。重要なキーワードとなるのが「プラネタリーヘルス」の概念です。人の健康は地球や環境システムと深くつながっているという考え方に基づき、水源涵養の森づくり、有機農業、海洋環境保全を統合的に進め、「白杵スタイルの循環型社会」の価値をさらに高めていきます。

また、まちに対する市民の誇りである「シビツクプライド」の醸成も大きな柱です。次世代を担う子どもへの教育に注力し、自らが育ったまちに心から誇りを感じ、まちのために自分ができることを考えることのできる人材として育成していきます。産業面では、ガストロノミーツーリズムの推進によって関係人口の創出を目指すほか、第1次産業から第3次産業までの関係者が広く交流し、新たな事業展開や商品開発につながるような仕組みづくりにも取り組んでいます。

持続可能なまちづくりの未来へ

白杵市は、古くから受け継がれてきた発酵食文化と、環境と健康が両立する環境保全型農業という強みを掛け合わせ、ユネスコ創造都市としての役割を果たしていきます。国内外の創造都市との連携を深めながら、先人たちが培った資産を磨き、次世代へと継承する持続可能な地域づくりのモデルとして、新たな挑戦を続けていきます。食の豊かさがもたらす喜びを市民と共有し、世界に向けて誇れる「白杵の食文化」をこれからも守り育ててまいります。

食資源を活用した ガストロノミーツーリズム推進に向けて

・観光庁観光地域振興部観光資源課自然資源活用推進室

はじめに

近年、日本を訪れる旅行者の数や経済波及効果が拡大し、観光は地域経済や日本経済の発展を牽引する産業となっています。観光を日本の経済成長の切り札とし、一層、消費額の向上や地方誘客を進めていくとともに、各地域においては、地域の資源を観光に活用しつつ、持続可能な地域づくりへつなげていく取り組みが重要となっています。

こうした中で、「食」は、訪日外国人旅行者にとって旅行の主要な目的の一つであり、旅行先の満足度向上や滞在中の消費拡大に大きく寄与する重要な観光資源です。そして、日本各地には自然や歴史、暮らしの中で育まれた、固有の魅力的な食文化が存在しています。

令和8年3月に閣議決定された「観光立国推進基本計画」では、地方誘客の推進による観光需要の分散や地域経済の活性化を図るため、高い誘客効果と消費拡大効果が期待できる観光コンテンツ

の充実に取り組むことが掲げられています。その中でも、地域の食文化を体験価値として提供する「ガストロノミーツーリズム」の推進が施策の一つとして位置付けられています。

本稿では、わが国の観光を取り巻く現状と課題の概要、ガストロノミーツーリズムに寄せる期待と、令和5年度から3年間にわたり実施してきたガストロノミーツーリズム推進事業における地域の取り組み事例などをご紹介します。

観光立国推進基本計画について

本年3月には、観光立国推進基本法（平成19年1月施行）に基づく、わが国の観光立国の実現に関する基本的な計画として、令和8年から令和12年を計画期間とする、新たな「観光立国推進基本計画」が閣議決定されました。

令和7年の訪日外国人旅行消費額は9・5兆円、そして、その経済波及効果は約19兆円に及んでおり、この基本計画においては、観光が地域経済・

日本経済の発展をリードする戦略産業であると位置付けています。

他方で、混雑・マナー違反等の個別課題への対応、特定の都市・地域への集中是正など、オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策の強化に加え、深刻な人材不足への対応、観光の高付加価値化、国内交流の拡大、災害や国際情勢等のさまざまなリスクに対する強靱性の確保などの課題への対応が不可欠となっています。

基本計画においては、こうした課題も踏まえ、日本の魅力・活力を次世代にも持続的に継承・発展させていく観光の実現に向けて、「観光の持続的な発展」「消費額拡大」「地方誘客促進」「観光と交通・まちづくりとの連携強化」「新技術の活用・本格展開」を施策の方向性として、観光政策を推進することとしています。

この計画においては、令和12年の訪日外国人旅行者数6000万人、訪日外国人旅行消費額15兆円等という目標を前計画から引き続き設定しつつ、地方誘客をより一層進めるため、地方部への訪問意欲の高いリピーターや、地方部における延べ宿泊者数に関する目標も定めている点は、観光を通じた地域づくりという観点から注目される点として挙げられます。観光需要の分散、そして、観光を通じた持続可能な地域づくりに向けて、地方誘客の推進の重要性が増しています。こうした中で、地方誘客及び消費拡大に効果の高い観光コンテンツの充実に向けた取り組みの一環として、食の観光活用、ガストロノミーツーリズムの推進が計画的に講ずべき施策として位置付けられています。

◆◆◆ ガストロノミーツーリズムと その効果

「ガストロノミー」と聞くと、単に高級な料理や美食を楽しむことをイメージされる方も多いかもしれませんが。しかし、ガストロノミーツーリズムは、そのような美食体験だけを指すものではありません。

ガストロノミーツーリズムとは、「その土地の気候風土が育んだ食材や食習慣、伝統、歴史などを背景とする食を楽しむ、その地域ならではの食文化に触れることを目的としたツーリズム」のことです。地域に存在する食資源（食材、料理、調理方法など）と、その背景にある伝統、歴史、文化、自然、暮らしの習慣等といった要素とのつながりを整理し、一貫したストーリーを感じられるような体験として提供することで、旅行者に、地域の食文化とその魅力や価値を伝える旅行形態です。

世界的にも、SDGsへの意識の高まりも相まって、ビーガン対応や食品ロス削減など食分野における持続可能な取り組みへの注目が集まる中、持続可能なガストロノミーツーリズムへの関心が高まっていることを、UN Tourism（旧UNWTO、世界観光機関。持続可能な責任ある観光の促進を責務とする国連専門機関）も指摘しており、令和元年にガストロノミーツーリズムに関するガイドラインを公表しています。

日本は、豊かな食文化と多様な食材に恵まれた「食の宝庫」であり、ガストロノミーツーリズムの資源が豊富に存在します。また、令和6年の訪

日外国人消費動向調査において、「訪日前に最も期待していたこと」として「日本食を食べること」を挙げた回答が33・3%と最多であり、訪日旅行者における食への関心の高さがうかがえます。旅行者の関心が高い日本の食を起点として地域の魅力や価値を伝えていくことは、地方誘客の取り組みとしても効果が期待されます。

さらに、ガストロノミーツーリズムに取り組むことで、食を提供する飲食サービス業だけでなく、食材を供給する農林水産業や、食品加工、さらには食器など食文化に関わるさまざまな地域の産業にも経済効果を波及させ、産業の活性化、所得向上につながる事が期待されます。また、食だけでなく、その背景にある自然や歴史・伝統、暮らしの習慣など幅広い地域の魅力を再発見する機会となり、地域住民のシビックプライドの醸成などにもつながり得る取り組みです。

他方で、こうしたガストロノミーツーリズムによる地域全体への波及効果を高めるためには、地方公共団体や観光地域づくり法人（DMO）、食材を提供する農林水産業、食品事業者、飲食事業者、宿泊事業者など多様な関係者が連携して取り組むことが重要であり、そうした多様な関係者とガストロノミーツーリズムをどのように進めるべきなのか、試行錯誤している地域は少なくありません。

◆◆◆ ガストロノミーツーリズムの 取り組み事例

観光庁では、地域の幅広い関係者の連携によるガストロノミーツーリズムの事例を創出すると

もに、取り組みの推進に当たって必要な知見を得ることを目的として、令和5、6年度の「地域一身体型ガストロノミーツーリズムの推進事業」及び令和7年度の「『食』の力を最大活用したガストロノミーツーリズム推進事業」において、全国25地域で調査事業に取り組んできました。ここでは、その事例として山口県下関市と北海道平取町の取り組みを紹介します。

（1）山口県下関市における取り組み

下関市では、「FUKU」（フグ）をテーマに、これまでにない新たな料理メニューの開発と、下関ならではの歴史や文化を体感できるコンテンツを組み合わせたガストロノミーツアーの造成に取り組みました。

この地域の課題は、日本国内では「下関のフグ」が全国的なブランドとして広く認知されている一方で、外国人旅行者にとって、フグ料理は東京や大阪などでは人気はあるものの、下関が「フグ料理を食べるための目的地」として十分な認知を獲得できていなかったことでした。

そこでまず、下関ならではの歴史や文化など、フグにまつわる地域固有のストーリーを掘り起こし、フグ自体は日本のほかの地域でも漁獲はあるものの、禁食と解禁の歴史や日本唯一の専門市場、100年以上続く料理文化などは、下関ならではの資源であり、物語性を有していることに着目しました。さらに、「このままでは下関のフグ文化が衰退しかねない」という危機感を共有し、課題解決に向けて取り組みを推進していくために、世界に日本のフグ食を広める活動を行っている一般



フグのメニュー試食会の様子



フグ除毒見学の様子



アイヌ民族が狩猟などの際、臨時で建てる
狩小屋（クチャチセ）作り体験の様子



アイヌの伝統的なお団子であるシト作り体験の様子

社団法人国際ふぐ協会が中心となりつつ、下関市と連携してシンポジウムを開催するなど、地域事業者のほか、DMOや旅行会社を巻き込んだ推進体制の構築に向けて取り組みました。

旅行者に提供する体験の設計に当たっては、外国人旅行者が抱きがちな「フグの毒への不安」に着目し、通常は一般公開されていない加工場の見学や、フグの除毒（身欠き）作業、伝統的な「袋競り」の見学等を観光コンテンツとして組み込むことで対策しました。また、東京のイタリアンレストランのシェフを招聘し、地域の料理人たちとの議論を重ねながら、和食の枠にとらわれない新たなフグ料理を開発するなど、地域の文化を大切にしながらも、旅行者に求められる食の提供に向けて取り組みました。そして、実際に海外メディアやインフルエンサーを招いたファミツアーを実施し、ツアー内で得られた意見を踏まえ改善・磨き上げを行いました。こうした一連の取り組みを通して、地域の事業者間の連携が進み、新たな協

業が生まれるなど地域一体で取り組む機運・ネットワークが生まれています。そして、現在もデジタルを活用したガイドシステム導入等の受け入れ体制の強化を行うなど、地域のフグ文化の継承に向けた観光の取り組みが続けられています。

（2）北海道平取町における取り組み

北海道平取町二風谷地域は、先住民民族アイヌの人々が多く暮らし、アイヌ伝統文化を形作る「伝統工芸」「伝統舞踊」「伝統儀礼」が根付いた地域です。本事業では、アイヌ文化を伝えるツアー等を提供している株式会社NEPKIが事業主体となり、沙流川流域を基盤として発展してきた地域の食文化の根幹をなすアイヌの伝統食材・料理と現代技術を掛け合わせたアレンジ料理の開発と、食文化担い手の育成、並びに食の提供方法の改善や、アイヌ文化を体感するコンテンツ造成に取り組みました。

この地域においては、旅行者にはアイヌ食文化に対する関心やニーズが存在することを認識しながらも、伝統食材や食文化の伝承に関わる人々の魅力を、どのように発信すれば最も伝わるのかという点が、以前から課題となっていました。

そこで、まず、関係者（アイヌ伝統食材の生産事業者や地元の料理人等）がこれまで培ってきた人脈を活かしつつ、地域外からも北海道の食材やイノベーティブな調理を専門とするシェフや郷土料理の専門家等を招き、「食」を核とした連携の土台作り、そして、地域の食を通して伝えたいコンセプトや地域の食資源の洗い出しからスタートしました。

アイヌ食文化やアイヌ伝統食材に精通した専門家シェフを地域外から招き、アイヌ文化の本質を伝えつつも、旅行者にとって魅力的な食とするため、食材の検討や新たなアレンジレシピの開発に取り組みました。また、地域の持続可能性の観点からは地域における担い手を発掘・育成していくことが重要であるため、地域内出身の若手を対象

に、専門家シェフからの講義等を実施しました。その結果、地域の若者の「やる気」に火が付き、4人の料理人候補の育成につながっています。

また、アイヌの伝統的な狩小屋（クチャチセ）作りと食文化に関連する体験（シト作りなど）や、アイヌの伝統家屋で開発した料理の提供を組み込んだツアーを造成し、インバウンド専門旅行会社を対象としたファムトリップや、一般参加者を対象としたモニターツアーを実施し、ストーリーの磨き上げを行いました。

事業終了後も引き続き、地域にある宝物の潜在力を活用し、レシピ開発、人材育成、官民連携での情報発信など、地域のアイヌガストロノミーの普及啓発にとどまらず、アイヌ食文化としてのさらなる裾野の拡大に取り組んでいます。

◆◆◆ 持続可能な観光地域づくりへの展望

観光庁では、ご紹介したこれらの2地域の事例のほか、令和5～7年度の3カ年における全地域の取り組みを事例集として公表しています。また、これらの調査事業で得られた知見を基に、「はじめよう！地域で取り組むガストロノミーリズム実践ガイド」を作成し、いずれも、観光庁ホームページで公開しています。



観光庁・ガストロノミーリズムページのQRコード

実践ガイドでは、ガストロノミーリズムに初めて取り組む地域をはじめ、取り組みを検討・推進する地方公共団体、DMO、事業者などの関係者の皆さまに、今後の検討の参考としていただ

ガストロノミーリズムナレッジ集のご紹介

観光庁では、ガストロノミーリズム推進に取り組むためのSTEP・取組事例を、「地域で取り組むガストロノミーリズム実践ガイド」として観光庁HPで公開しています！

ガストロノミーリズムの効果

- 多様な関係者連携による、地域全体への経済効果の波及！
- 地域住民自身が地域の魅力を再発見することによる、シビックプライドの醸成！
- 旅行者の増加や連携事業者の広域化による関係人口の拡大！

こんな方へ！

- 観光まちづくりに初めて取り組むけれど、まず何から始めればいいのか？
- ガストロノミーってよく聞けれど、何をすればいいの？
- 取り組みはしているけれど、思うように推進していかない...

初心者でも気軽に手に取れるよう、ガストロノミーリズムの基礎からわかりやすく掲載！



くべく、ガストロノミーリズムの基本的な考え方や推進のプロセス、実践に当たってのポイントに加え、取り組みのステップごとに地域が抱えるがちな課題、実際に取り組んだ地域の声や具体的な事例を紹介しています。

ガストロノミーリズムの推進は、地域においては、それ自体が目的なのではなく、持続可能な観光まちづくりに向けた手段の一つです。そして、その推進には、地域のストーリーや魅力を体現した食と体験コンテンツを整理し、旅行者を引き付けるとともに、それを支える地域の体制づく



りを併せて進めていくことが不可欠です。ご紹介した地域がそうであるように、地域の資源や魅力を洗い出し、関係者間で再確認をすること、取り組みを通じてどのような地域を目指したいのか関係者で共有すること、そのうえで外部の視点やデータも取り込みながら実践していくということが、まずは取り組み自体を持続的なものにしていくためにも重要な点と考えています。

ご関心のある方は、ぜひ、事例集や実践ガイドもご覧いただければ幸いです。

さいごに

日本各地には、その土地ならではの食文化や食材、その背景にある自然や歴史・文化資源が数多く存在しています。観光のために何か新しく作り出すということではなく、改めて地域に存在している資源や価値に光を当て、こうした地域資源を活かしたガストロノミーリズムの取り組みを通して、地域経済やさまざまな産業の活性化や文化継承、シビックプライドの醸成といった持続可能な地域づくりにつながっていくことを期待しています。

観光庁としても、地域の多様な関係者の協働による質の高い観光コンテンツの造成等を支援し、取り組みを推進していきたいと考えています。

「食」は地域の歴史・文化・自然が凝縮された、最も身近な地域資源の一つです。本稿が、各地域におけるガストロノミーリズムの推進、ひいては持続可能な観光地域づくりへの一助となれば幸いです。

一般社団法人エコシステム社会機構

地域活性化センターは、地域づくりに取り組む団体のうち、「地域づくりは人づくり」というセンターの理念に共鳴する団体と連携協定を締結し、相互の職員交流や共同事業等を実施しています。今回は一般社団法人エコシステム社会機構の取り組みについて、サーキュラーエコノミー推進チームの木村智洋さんにご紹介いただきました。

（企画・人材育成グループ）

ごみを資源に、自然を地域の力に

―公民共創で進める地域づくり―



一般社団法人エコシステム社会機構
サーキュラーエコノミー推進チーム
アマタホールディングス株式会社

● 木村 智洋

資源循環と自然共生を テーマに

人口減少や財政制約が進む中、自治体にはごみの減量、資源循環、自然環境の保全・活用など、地域の持続性に関わる課題への対応が求められています。一方で、自治体だけで仕組みをつくり、継続的な事業に育めることは容易ではありません。一般社団法人エコシステム社会機構（ESAイーサ）は、「サーキュラーエコノミー（資源の回収・再資源化・活用を通じた循環の仕組み）」と「ネイチャーポジティブ（自然資本・生物多様性の保全・回復を通じて共生の仕組み）」をテーマに、自

自治体の課題と企業の活動をつなぐことで、地域で実装可能な事業づくりに取り組んでいます。

資源回収を地域づくりの 接点に

ごみ処理は、自治体にとって最も重い行政サービスの一つです。処理費用は年々増え続け、焼却施設の更新にも大きなコストがかかります。地域の集団回収を支えてきた自治会も高齢化が進み、資源化を進めたくても分別・回収に係る負担は増すばかりです。人口減少で税収も限られる中、今の仕組みをこのまま続けられるのか、多くの自治体が抱える悩みと言えるのではないのでしょうか。

しかも、これはごみ処理だけに限った課題ではありません。地域では、活動の担い手不足、住民同士のつながりの希薄化、高齢化に伴う健康・福祉に係る負担の増加など、さまざまな変化が同時に進んでいます。個別の施策や予算を投じ続けることが難しくなる中、複数の課題を地域の中で相互に関係するものとして捉え直す視点が問われています。

企業の側にも変化が起きています。サステナビリティ（持続可能性）情報の開示や再生材利用を求める制度設計が進み、企業は原材料の調達を含むサプライチェーン全体の見直しを迫られています。とりわけプラスチックの再生材は、工場から出る端材の活用が進んでいますが、本来的には端材の発生自体を抑制していくことが求められます。地域住民に限らず、地域で働く人・訪れる人など、広く資源回収に関わる「生活者」の暮らしから出る資源を、いかに回収し活用するかは、企業にとって社会貢献活動にとどまらず、事業の持続性に関わるテーマへと変わりつつあるのです。

ここに、自治体と企業がともに向き合うべき接点があります。資源は地域の暮らしの中にあり、その回収には生活者の理解と参加が欠かせません。資源回収の仕組みづくりは、単なる回収効率の問題ではなく、生

活者の行動変容、地域コミュニティ、企業連携を重ね合わせる地域の接点になり得ます。そのためには、各主体が何を担い、何を受け取るのかを整理することも欠かせません。

ESAのサーキュラーエコノミー分野では、2025年度から「協力回収モデル」を活動の柱に据えています。協力回収モデルとは、生活者・自治体・企業の三者がそれぞれの役割を持ち寄り、資源回収を地域の新たな接点として組み立て直す取り組みです。日本が培ってきた「分け、洗い、拠点に持ち込む」という分別の文化を活かせば、少量でも質の高い資源が集まり、従来は採算に乗りにくかった循環が動き出す可能性があります。また、回収拠点が生活者の交流・活動の場となり、資源循環と地域づくりが重なり合う例も生まれています。

現在、協力回収モデルを推進するために五つのワーキンググループが活動しています。具体的には、先駆的な取り組みを他地域で活かせる形に整理する先行事例研究、資源回収量を予測するためのシミュレーション開発、行動心理学に沿って分別行動の変化を促す生活者行動デザイン、創出される価値を企業・自治体・生活者の立場から整理するインパクト評価、そして少量・多品目という拠点回収の特性に合った再生プロセスを検討する循環スキームの構築に取り

組んでいます。

協力回収モデルは、一律の完成した仕組みではありません。地域ごとに課題は異なるため、生活者・自治体・企業がそれぞれの立場を持ち寄り、現場に合った形をつくっていく必要があります。ごみ処理や資源循環をきっかけにしながら、地域コミュニティ、健康・福祉、企業連携へと視野を広げていく。その先に、協力回収モデルの大きな可能性があると考えています。

自然共生の最前線を知る プログラム



神戸市の資源回収ステーション「エコノバ」。企業と連携し資源を回収



エコノバで回収したペットボトルキャップを原料に、企業が爪切りホルダーやプチプチ®の試作品を製作



資源回収拠点が地域交流の場にも



イノベーションプラットフォーム会議

ネイチャーポジティブとは、生物多様性の損失を止め、自然を回復軌道に乗せていく考え方です。自治体にとっても、自然環境は保全の対象であるだけでなく、産業、防災、観光、教育、暮らしの質を支える地域資源でもあります。一方で、自然資本をどのように政策や事業に結びつけるのか、企業や研究者とどのように連携するのは、多くの自治体にとってもまだ手探りの状況です。

ESAは2026年2月、東北大学と連携協定を締結し、ネイチャーポジティブの共催プログラムを始動しました。2026年度は6回程

度の開催を予定しており、今年熊本で開催されたGLOBAL NATURE POSITIVE SUMMITの登壇者による世界の潮流に関するインプットから、地域でのフィールドワークまで、ネイチャーポジティブを「知る」「現場で体感する」「事業仮説につなげる」ための機会を提供していきます。

事業創出の基盤づくり

ESAでは、共創のコーディネーターにも取り組んでいます。ESAイノベーションプラットフォーム会議は、2025年度以降に計3回開催

され、延べ230名が参加しました。会員自治体・企業が一堂に会し、地域課題や企業の技術・構想を共有することで、自治体×企業の実証プロジェクトやマッチングにつながっています。参加した自治体職員からは「企業や大学関係者と意見交換ができて有意義」との声が寄せられました。

ESAの活動には、複数部門の参加が可能で、企画政策、環境、福祉・地域共生など、庁内連携の機会としてもご利用いただけます。「まずは話を聞いてみたい」という方も、ぜひお気軽にご相談ください。

中山間地域の未来を切り拓く 実践の場

―森林に新たな価値を創造する―

鳥取県日南町まち未来創造課参事 ● 荒金 太郎

地域活性化センターは、地方創生の担い手となる人材の養成を目的に「地方創生実践塾」を実施している。6月25日（木）～26日（金）に鳥取県日南町で開催された実践塾について、主任講師の荒金太郎氏にご報告をいただいた。

（企画・人材育成グループ）

日本の30年後を見据える 中山間地域・日南町

鳥取県日南町は、中国山地のほぼ中央、鳥取県南西部に位置する人口約3800人、高齢化率53%を超える典型的な中山間地域です。全国でも人口減少や少子高齢化が最も進む地域の一つであり、私たちは日ごろから「日本の30年後の姿」を見据え、まちづくりに挑戦しています。

町の面積の約9割を森林が占め、農林業を基幹産業とする本町では、森林を単なる自然資源としてではなく、「地域の未来を支える資産」と位置付けています。森林組合や木材加工企業、金融機関、教育機関など多様な主体と連携し、「伐って、使っ

て、植えて、育てる」循環型林業を推進するとともに、全国初となる町立林業アカデミーによる人材育成や、Jークレジット制度を活用した脱炭素の取り組みなどを通じて、森林資源を核とした持続可能な地域経営を進めています。

私たちが目指しているのは、人口減少を嘆く地域ではなく、地域資源に新たな価値を見だし、未来を創造する地域です。その実践を全国の自治体職員の皆さんと共有する場として開催したのが、今回の地方創生実践塾となります。

「現場から学ぶ」

令和8年度地方創生実践塾in鳥取県日南町は、「森林に新たな価値を

創造する」持続可能なまちづくりの実践」をテーマに開催しました。

地域の現場には、それぞれの歴史や文化、産業、そして挑戦の積み重ねがあります。本実践塾では座学だけでなく、現場を歩き、人と語り、実際に見て、触れて学ぶことを重視したプログラムとしました。全国各地から参加された自治体職員の皆さんとともに、「森林が地域の未来を支える資源となるためには何が必要なのか」を考える2日間となりました。

森林を地域経営の資源へ

初日は、日南町が進める森林資源を核とした「循環型林業」の取り組みについて講義しました。森林を「守る」だけではなく、「使うことが森林を守る」という考え方の下、森林資源を産業、人材、環境へと循環さ



実践塾で講義する荒金主任講師

せる地域経営について紹介しました。日南町森林組合からは「伐って、使って、植えて、育てる」という循環型林業の実践について説明し、森林の適正な管理と再造林を両立させる持続可能な森林経営について解説しました。

さらに、山陰合同銀行からは、Jークレジットを活用した地域企業との連携や、金融機関だからこそ果たせる役割について紹介いただきました。森林と金融が結びつくことで、新たな地域経済の循環が生まれることを実感していただけたのではないかと思います。

また、LVL（単板積層材）製造を行う株式会社オロチでは、町内で生産された木材が高品質な住宅用建材として加工され、全国へ供給される工程を見学してもらい、森林資源



株式会社オロチの見学風景



白谷工房でのフィールドワーク

地方創生実践塾 in 鳥取県日南町の概要

テーマ：森林に新たな価値を創造する ～持続可能なまちづくり～

1日目：6月25日（木）

①講義

講師：日南町役場まち未来創造課参事 荒金太郎氏
日南町森林組合組合長 木村実次氏
株式会社山陰合同銀行地域振興部シニアフェロー 永井康之氏

②フィールドワーク：株式会社オロチ

講師：株式会社オロチ代表取締役 相見晴久氏

2日目：6月26日（金）

①講義

講師：にちなん中国山地林業アカデミー教育運営科長 小菅良豪氏

②フィールドワーク：白谷工房

講師：白谷工房代表 中村建治氏

③振り返りグループワーク

講師：日南町役場まち未来創造課参事 荒金太郎氏

に付加価値を与える製造現場を体感していただきました。

人を育てることが森林を育てる

2日目は、全国初の町立林業アカデミーを舞台に、人材育成について学びました。

森林を未来へつないでいくためには、森林そのものだけではなく、それを支える「人」を育てることが欠かせません。全国初の「町立」林業アカデミーの教育運営科長とアカデミー卒業生による講義・トークセッション

ションを通じて、地域で学び、全国へ羽ばたく人材育成の仕組みや、現場で働く若手林業従事者の率直な思いを共有いただきました。地域課題を解決するのは制度ではなく人であり、「ひとづくりは、まちづくり」であることを改めて感じてもらう時間となりました。

また、白谷工房でのフィールドワークでは、木材加工で生じる端材や廃材を活用した寄せ木細工づくりを体験しました。従来であれば価値がなく廃棄されていた木材が、新た

な商品へと生まれ変わる姿は、「地域資源は見方を変えれば価値に変わる」という地方創生の本質を参加者と共有しました。

全国の仲間とともに未来を描く

2日間の講義を振り返るグループワークでは、参加者同士の学びを共有し、森林資源を産業として活かす方法、人材育成の仕組み、地域金融との連携、教育や環境との結び付きといった課題をそれぞれの地域へ持ち帰り、「明日から実践できること」

を参加者で共有しました。

地方創生に正解はありません。しかし、地域には必ず活かすことのできる資源があります。その価値を見だし、多様な主体と連携しながら挑戦を続けることこそが地域の未来を切り拓く力になると考えています。

今回の実践塾が、参加された皆さんにとって、自らの地域を改めて見つめ直すきっかけとなり、それぞれの地域で新たな一歩を踏み出す原動力となれば幸いです。

人が育つ場から、地域の未来が動きだす

◎ 上田 洋平

1976年京都府生まれ。滋賀県立大学人間文化学部地域文化学科卒業。専門は地域文化学・地域学。滋賀県立大学地域共生センター特任講師として、学生と地域が学び合う地域共育プログラムの開発・運営や、自治体が主催する社会人向け育成プログラムに携わる。米原市「ルッチまちづくり大学」チーフコーディネーター。心象図法・ふるさと絵屏風を活用した地域づくりなど、地域に人が育つ場づくりに取り組んでいる。

滋賀県立大学地域共生センター特任講師

上田 洋平 氏

学ぶ力を引き出す環境づくり

「上田さんが地域づくりや人づくりに関心を持つようになったきっかけを教えてください。」

人づくり、地域づくりといっても、私は「人を育てる」という意識はあまり持っていません。大きく影響を受けたのは、滋賀県立大学の初代学長である日高敏隆先生の考え方です。先生は動物行動学の研究を基に、生き物にはもともと「学ぶ」という行為が備わっていると話されていました。

つまり、教育とは粘土をこねるように人を形づくることではなく、その人が本来持っている学ぶ力が発揮される環境やきっかけを整えることです。滋賀県立大学は「人が育つ大学」を掲げていますが、私自身も、教員になってからずっと「人が育つ場をどう育てるか」を意識してきました。キャリア形成では「計画された偶発性」という考え方があります。人生の転機は偶然によるものが多い一方で、良い偶然に出会う人には、好奇心や持続性、楽観性、柔軟性、冒険心がある。だからこそ、学生や地域の人が良い偶然に出会える場

や機会をつくることで、人づくりであり、地域づくりなのだと思います。

学び合い、出会い直す場を地域に

「自治体が主催する社会人向けの育成プログラムでは、どのようなことを大切にされていますか。」

地域づくりというと、課題を見つけて解決するための知識や手法を学ぶ場だと考えられがちです。もちろんそれも大切ですが、その前に、多様な人が普段着で出会える「斜交場」のようなものが地域にあることが大事だと思います。

地域の中では、どうしても同じ人同士、近い関係の中で情報が回りがちです。そこに学生や外から来た人が関わることで、別の領域と地域をつなぐ「斜めの関係」が生まれます。新しい情報や関係を持ち込む媒介として、学生や受講生の存在は、地域にとって大きな力になります。

「ルッチまちづくり大学」も、まちの中で多様な人が出会い、学び合い、互いに刺激を受ける場の一つです。制度としての学びだけでなく、偶然の出会いや、そこで生まれる小さな動きを大切にしています。

知るだけで終わらせない

「学びを実践につなげるために、どのような仕掛けや関わり方を意識されていますか。」

大切なのは、こちらが答えを与え過ぎないことです。地域に入ると、学生や受講生は「なぜ自分はこの活動に関わっているのか」「なぜこの地域や人に魅力を感じるのか」と考え始めます。その



「政所茶レン茶ー」の学生活動の様子



地域で学ぶ滋賀県立大学の学生たち



ルッチまちづくり大学の講義風景

葛藤する時間を奪わないことが大事です。

知識を得るだけでなく、地域の人と出会い、話を聞き、現場に身を置く。その中で、自分の中から「やってみたい」という思いが生まれることがあります。教員やコーディネーターの役割は、先回りして動かすことではなく、場を整え、いざという時に支えることです。

一人の変化が地域の風景を変える

一人が育つことで地域が変わっていったと感じる、印象的な事例はありますか。

東近江市政所町^{まんじょう}で活動する「政所茶レン茶ー」は、その象徴的な事例です。きっかけは、滋賀県立大学の授業で学生たちが政所町を訪れたことでした。地域の方から、茶畑に手が回らなくなっているという話を聞いた学生が、「私たちに手伝わせてもらっていいですか」と声を掛けたところから活動が始まりました。

ただし、地域との関わりは一度きりでは終わりません。私たちは学生に、「また来ます」という小さな約束をきちんと守るよう伝えました。学生たちは1年を通して茶畑に通い、茶摘みや販売、産地の魅力発信に取り組みました。

その活動をきっかけに、卒業後に東近江市の地域

おこし協力隊となった人や、政所茶縁の会の設立、政所茶生産振興会での活動へとつながる人も出てきました。1人の学生の行動が、地域の人の意識を変え、地域の未来を考える動きにつながったのです。

必要なのは「共に育つ」関係

「これからの地域づくりや人づくりに必要なことは何だとお考えですか。」

地域の方はよく「ここには何もない」と言います。しかし、私は「何もない」のではなく、そこには10年、100年と無事を続けてきた力があるのだと思っています。自然に応答しながら暮らしを続け、文化を育ててきた。その営みこそが地域の底力です。

私は、それを「ビジネス」と呼んでいます。ビジネスが利益や競争の世界だとすれば、ビジネスは「無事」を続けるための営みです。「ここで、ともに、ぶじに生きる」。その願いを実現するために、人と自然、人と人、過去と未来のつながりをもう一度つくり直す必要があります。

地域づくりとは、外から人を呼び込むことだけではありません。そこにいる人が「ここで生きていける!」と思える風景をつくることです。そのためには、学生も地域の人も教員も、互いに学び合い、共に育つ関係をつくっていくことが大切だと思います。

地域活性化センター副参事

● 吉田 綾音（長崎県諫早市から派遣）

“誰かがやる”を、“自分がやる”に
—まちを動かす力を学ぶ—

全国地域リーダー養成塾


修了生
1,255名
全国から多くの方が
学びに参加しています


首長
14名輩出
本研修の修了生から
首長が誕生しています

**受講費
無料**
(交通費別途)



こんなお悩みありませんか？

将来の組織を担う職員に
地域づくりの体系的な研修を
行っていない

前例踏襲主義から
脱却できない

新しい課題は山積みなのに
企画力と推進力のある職員がいない



全国地域リーダー養成塾は、既存概念にとらわれない広い視野と深い見識、想像力が豊かな人間性、常に問題意識を持ち、積極的・主体的に行動できる地域のリーダーを養成します。

受講して身につく四つの強み

- **1 地域を見る視点**
客観的な視点で地域を分析し、課題の本質を見抜く力が身につきます。
- **2 政策・企画の実践力**
現地での調査・検討を通じて、政策立案や企画推進に必要な力を磨けます。
- **3 全国の人脈**
全国の自治体職員や専門家とのつながりが今後の財産になります。
- **4 派遣元への還元**
得た知見や人脈を持ち帰り、地域の政策や事業に活かします。

対象

- 地方公共団体の職員
 - NPO 等で地域づくり活動をしている方
 - 農協、商工会、第三セクター等の職員
- ※いずれも県または市町村の推薦が必要です。

経費

参加・教材費は**無料**です。
※研修場所（東京都内、研究調査地等）への往復交通費および宿泊費、飲食費は各自ご負担いただきます。

募集期間

令和8年11月から令和9年1月末まで募集を受け付けます。
詳細は地域活性化センター公式サイトをご覧ください。

研修概要

- 5月 開講式**
多彩な講師陣からの講義とゼミナール形式の講座で調査・研究を行います。
▶ 研修時期
5・6・7・8・9・12・2月
各3～4日間（年7回）
- 10月 修了者研修会**
修了者や講師など、世代を超えたネットワークで情報交換を行います。
- 11月 先駆的地域づくり現地調査**
地域づくりの先駆地を訪問し、現地で実践を学びます。
- 1月 修了レポート提出**
- 2月 修了式**



【お問い合わせ先】

一般財団法人地域活性化センター 企画・人材育成グループ 地域リーダー養成課
〒103-0027 東京都中央区日本橋 2-3-4 日本橋プラザビル 13 階

TEL : 03-5202-6135
MAIL : leader2@jcrd.jp

詳細はこちら▶



手前みそ
ですが…

沖縄県

豊見城市

332

豊見城市は沖縄本島南部に位置し、那覇空港から車で約15分と立地に優れ、観光客が訪れやすいまちです。瀬長島には、飛行機の離発着を間近で眺められる温泉があるほか、「瀬長島ウミカジテラス」でグルメやショッピングを楽しむことができます。

豊崎にある豊崎海浜公園には、全長が県内最大級の「豊崎美らSUNビーチ」や、フォトスポットとして人気を集めている「ヤシの木ロード」があります。

市内には豊見城城址をはじめとした歴史や文化を感じられる史跡も点在しています。約600年前、古琉球の国王として豊見城グスクを築いた汪^{おう}應^{おう}祖^そが、中国から沖縄に初めてハーリー（爬^{はり}竜^{りゅう}船）を伝えたとも言われており、現在では毎年、豊見城ハーリー大会が開催されています。また、農産物のマンゴーやトマトは、沖縄県内有数の生産量を誇っています。

訪れる人に感動を、暮らす人に誇りをもたらし、新たな交流と活力、そして未来につながる「新たな富を生み出すまち豊見城」を目指しています。

新たな富を生み出すまち 豊見城

■ 瀬長島ウミカジテラス

日本の“アマルフィ”とも呼ばれ、年間来島者数 330 万人を超える観光・ショッピングスポットです



■ 豊崎美ら SUN ビーチ

全長が約 700 メートルに及ぶ沖縄県内最大級の人工ビーチ。バーベキューやマリナクティビティも充実しています



■ 豊見城城址

現在豊見城グスクの建築物跡はありませんが、御獄^{うたぎ}や戦争遺構が残っており、遊歩道を散策できます



■ DMM かりゆし水族館

字豊崎にある「生きものたちとのゼロ距離の感動と非日常の幻想体験を提供」するエンタテインメント水族館です



■ ヤシの木ロード

豊崎海浜公園にあるヤシの並木道。沖縄出身のロックバンド「かりゆし 58」の宣材写真にも使用されました



■ ハーリー

竜頭・竜尾を備えた爬竜船をこぎ、競い合います。毎年 7 月には豊見城ハーリー大会が開催されています



■ マンゴー

平成 12 年に沖縄県内で初めて拠点産地の認定を受け、平成 21 年に「マンゴーの里」宣言を行っています



■ ウージ染め

サトウキビの葉と穂を利用した染め物・織物で、若草色、黄金色、ピンクなどさまざまな色を楽しめます

地域づくり 10 月号

2026 年 10 月 1 日発行 編集・発行＝一般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)

<https://www.jcrd.jp/> 印刷・製本／株式会社太平印刷社

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・乱丁はお取り替えします。編集担当 (03-5202-6139) E-mail: hensyuu6139@jcrd.jp まで、ご連絡下さい。



地域活性化
センターからの
メールマガジン
登録はこちら

宝くじは、 みんなの暮らしに 役立っています。



移動採血車



ピクニックテーブル



宝くじドリームジャンボ絵本



宝くじ桜



消防団防災学習・災害活動車両



一輪車



パブリックアート



フラワープランター



検診車

宝くじは、少子高齢化対策、災害対策、公園整備、教育及び
社会福祉施設の建設改修などに使われています。

