

## 7 「風土」分科会 要旨

San-En-Nanshin Summit 2012 in Higashimikawa

「風土」分科会では、「ご当地グルメを通じた三遠南信地域ファンづくり」をテーマに意見交換がなされた。

|          |             |     |       |
|----------|-------------|-----|-------|
| コーディネーター | 財団法人 阿智開発公社 | 理事長 | 羽場 睦美 |
| 報告者      | 豊川市観光協会     | 副会長 | 笠原 盛泰 |
| 行政       | 浜松市         | 市長  | 鈴木 康友 |
|          | 豊川市         | 市長  | 山脇 実  |
|          | 高森町         | 町長  | 熊谷 元尋 |
|          | 天龍村         | 村長  | 大平 巖  |
|          | 愛知県         | 副知事 | 永田 清  |
| 経済       | 掛川商工会議所     | 会頭  | 川合 和雄 |
|          | 磐田市商工会      | 会長  | 野寄 宏之 |
|          | 浅羽町商工会      | 会長  | 大石 重樹 |
|          | 音羽商工会       | 会長  | 石川 豊久 |
|          | 渥美商工会       | 会長  | 石本 健一 |
|          | 作手商工会       | 会長  | 権田 淳男 |
| 住民       | 天龍村柚餅子生産者組合 | 組合長 | 関 京子  |
|          | 愛知大学総合郷土研究所 | 研究員 | 平川 雄一 |

(敬称略)

### はじめに 事務局

本分科会の運営は、コーディネーター財団法人阿智開発公社 羽場理事長を財団法人阿智開発公社理事長の羽場睦美様にお願いして進めてまいります。それでは、羽場様、よろしくお願いいたします。

### コーディネーター/ 財団法人阿智開発公社 羽場理事長

皆様、こんにちは。羽場でございます。風土の分科会は、今回グルメ、食を中心としたわかりやすいテーマで進めさせていただきます。どうぞよろしくお願いいたします。最初に、昨年度の風土分科会のまとめ、今回への経緯をご説明いただきながら進め

させていただきますと思います。事務局、よろしくお願いいたします。

### 事務局

それでは、前年度の議論のまとめと今回のテーマについて、ご説明します。

まず、前年度のまとめについてですが、前年度の風土分科会では、第1期の重点プロジェクトを総括し、第2期に向けての方向性が議論されたところがございます。まとめると次の2点ということになります。

1点目は、地域社会は少子高齢化の中でも人が地域に入ってきてくれる多くの仕掛けをつくる必要があるということです。祭りや地域食材等の活用による各種イベントの実施、人材バンクの設置、伝統芸

能の継承などが事例として挙げられました。

2点目は、行政、経済界、地域住民、NPO、NGOの団体といったさまざまなセクターが仕掛けづくりを自主的に進めていくことが重要であるということでした。行政は行政で、経済界は経済界で、民間は民間でと、それぞれのセクターで、またはセクターの枠を超えてイベント等を企画して、外から人を呼び込むことなどが挙げられました。

それを踏まえ今回の議論のテーマですが、さらに具体的、発展的な意見交換を行うため、地域支援の中でもとりわけ注目を集めるご当地グルメをテーマとします。そして、ご当地グルメを活用し、観光客等を呼び込む工夫について議論したいと思います。また、呼び込んだ観光客を持続的な三遠南信地域のファンとするために、ご当地グルメの三遠地域全体でのネットワーク化について意見交換をするという意味で、「ご当地グルメを通じた三遠南信地域ファンづくり」という今回のテーマを設定させていただきました。

## コーディネーター /

### 財団法人阿智開発公社 羽場理事長

ありがとうございました。食を通じて地域を活性化させていくか。そして、それをネットワーク化していくかということで、皆様のご議論いただきます。

ちなみに、今日、私、ここへ着きまして、豊川稲荷のほうに行ってみまして、門前でおいなりさんをちょっとつまませていただいて来たところでございます。

それでは、早速に豊川市観光協会副会長の笠原盛泰様にご報告をお願いします。

## 報告

### 豊川市観光協会 笠原盛泰副会長



皆さん、こんにちは。ご紹介いただきました豊川市観光協会の副会長、そして、「いなり寿司で豊川市を盛りあげ隊」の隊長という立場なのですが、もともとは民間の中小企業の経営をしております笠原と申します。今日は貴重な機会をいただき、ありがとうございます。

「豊川といえばいなり寿司」、そして来年のB-1グランプリ全国大会と、今日お招きにあずかった理由は、豊川はいなり寿司で盛り上がっているようだ、その内容は一体どういうことなんだ、ということだと思っております。ですが、B級ご当地グルメ、いなり寿司を外から見ていると、なぜそれらがマスコミに取りざたされるようになったのか、ひょっとしたらちょっと思っていることと違うこともあるのではと思います。そのあたりをお伝えできればなと思っております。まず「いなり寿司で豊川市を盛りあげ隊」の沿革をお話して、そしてB-1グランプリの本旨というか、中身をお話して、それに伴って考えられることを報告したいと思います。

「いなり寿司で豊川市を盛りあげ隊」ですけれども、当初、平成16年頃から始まりまして、豊川商工会議所で豊川いなり寿司のブランド化を始めました。当初は寿司商組合で豊川名物いなり寿司などを販売し、農協のグリーンセンターなども協力して販売をしていきました。ここまでは、特にブームというところまでは行っていなかった

のですが、地元に基づいて、豊川いなり寿司の形が始まったというところです。

その後、山脇市長が就任されるときに、マニフェストでいなり寿司のブランドの全国展開を掲げて当選されたことが大きなきっかけになりました。

それを受けて平成20年に豊川市の中でブランドの研究会が発足し、平成21年3月に第1回の豊川いなり寿司ブランド推進委員会で、私が委員長をお引き受けする形になりました。正直に申し上げて最初話が来たときに、すんなりオーケーしたわけではなく、非常に懐疑的で、豊川いなり寿司といっても、そんなにいなり寿司を市内で食べている人が多いわけではないし、確かにいなり寿司屋さんはあるのだけれどもまだ根づいていないということで、非常に懐疑的な物言いをしたところでありました。ただ、民間人、市民を中心にやってほしいということもありましたので、ではお受けしますと、全くのボランティアで委員会を立ち上げたと。その中で事業者の方、我々のような民間ボランティア、行政のメンバーなどが入って、「いなり寿司で豊川市をもりあげ隊」が7月に設立されました。

その年の11月に豊川いなり寿司の寿司フェスタをやろうと。そこから豊川いなり寿司の定義を始めたのですが、実はこれが豊川いなり寿司だ、というのがなかなか決められないと。既に色々ないなり寿司が豊川稲荷の門前にありまして、その段階でお米はこれ、いなりの揚げはこれ、ということを決めても、乗ってくる人がいないものですから、困った挙句に、色々あるのが豊川いなり寿司でいいじゃないか、ということになりました。既に数十種類あったいなり寿司を逆手にとって、豊川といえばおいしくて楽しいいなり寿司がたくさんあるんだということで豊川いなり寿司という定義づけにしました。

そして、いなり寿司フェスタですが、この段階ではまだ6,000人しか来ておりませんでした。公認のマークも決めました。いなり寿司のマイスター制度として、2日間事業者への講習を行いまして、衛生的なこと、販売、マーケティングなどを講義して、結果として公認のマークを持つのぼりを渡して進めていきました。

この時点で中日本愛Bリーグの正会員への昇格申請をしまして、B 1グランプリ全国大会の厚木に初出場が出たところ6位に入賞して、ブレイクしたと。その後、歌をつくったり、それから今年の夏に東日本大震災の支援活動を行ったりしています。この厚木の大会に行った段階で、市長や会議所の皆さんも含め、全国大会を豊川に持ってこられたら素晴らしいな、という思いが膨らんでおりまして、その誘致活動しながら昨年はまずは中日本大会という支部の大会を主管することができました。この段階でも20万人以上の人出がありました。それが大成功したこともありまして、今年の1月に来年の第8回B 1グランプリ、豊川の開催が決定したと。記者発表からここまで、一気に盛り上がってきている感じです。

平成22年度のもりあげ隊活動における愛知県内の経済波及効果が約40億円と試算されています。23年度のテレビの本数が71本、もりあげ隊によって出されています。新聞については237回の掲載と、大きなPR効果もあると。昨年調べたところ、新聞などで、いわゆるお寺の「豊川稲荷」よりも、「豊川いなり寿司」という言葉の掲載数が増えたということもあって、B 1グランプリをきっかけに大きく盛り上がった形です。

最初に商工会議所などによるグルメの掘り起こしがあって、行政のブランド研究があったのですが、ここで市民参加の任意団体を設立し、愛Bリーグに加盟して

活動を精査し、B 1グランプリでブレイクしたと。昨日、NPO法人の設立総会をやらせていただいたところもありまして、商標登録を申請しているところです。B 1グランプリへの参加と、入賞などによって活動がブラッシュアップされてきたということです。

B 1グランプリは、グルメイベントではなく町おこしイベントであると言っています。

B 1グランプリは、今年10月に北九州で大会を行います。第1回目は八戸で行われまして、その段階ではまだ10団体でありました。第1回の25万人から、第5回の厚木大会で46団体の43万人、そして、昨年が姫路で50万人以上、今年の北九州も63団体の参加ですので、豊川の参加予測団体数も60から70ぐらいで、50万人以上の人出が予想されます。

誤解の無い様に強調したいのですが、B 1グランプリはグルメ大会ではないと。本部でもかなり強く言うのですが、本当に違う形でありまして、まず60団体が飲食店の出店ではないと。これはまさに我々もそうですが、市民の町おこし団体の出展にこだわっています。それから、全国で誘致しよう、自分たちが出ようと思っても、愛Bリーグの正会員にならなければ参加できないという会員制の組織であるということです。

グルメイベントではなくご当地のPRイベントですから、参加しているボランティアたちは、ほとんどがイベントに出て赤字です。赤字でも行くということは、その目的は、そこに出てPRして、地元を集客を呼び起こすために来ているわけです。その仕掛けとなっていることが、単なるグルメイベントと大きく違います。特に当日の集客ではなく、後日の各地集客が目的で広報しています。お金を使って、当日へ向かっ

て宣伝することができません。したがって、報道で取り上げてもらうのに、非常に四苦八苦するわけです。

また、パフォーマンスやイベントが盛りだくさんです。特に中心市街地で分散開催することが決まっております、町おこしをベースにしています。厚木では町に人があふれて、靴屋さんの靴が売り切れたという話もあったということです。順位を決めますが、それ以上の出展効果が目標であると。業者には委託せず、全出展者が主催であるということもあって、グルメ大会ではなくて、町おこし団体が発表して、開催地だけではなく出展者の地元の継続集客に大きく貢献するツールです。

特に、愛Bリーグに加盟する団体は、異業種の住民が集う町おこし団体で、行政や会議所がサポートし、代表飲食店事業者ではなく、事業者は認定店などというのが義務づけられています。その活動組織の主体は、町おこしのボランティア団体です。豊川もそうですが、行政、観光協会は、事務局や予算などでフォローして、会議所や商工会もフォローしてくれている。飲食店はあくまでもサポートで、この距離感にある関係が重要だと思います。

愛Bリーグでは、正会員になる段階で日常的な町おこしの実態を精査されます。入会審査があって、ちゃんと町おこしで活動している、B 1グランプリに出るためだけにつくられた団体は基本的には正会員になれないということで、かなり厳しく精査されます。しかし、入会すると、B 1グランプリ知名度で、非常に注目されると。その後、商標登録などによってタイアップ商品が出てきます。豊川いなり寿司もタイアップ商品が幾つか開発されていまして、基本的に商品の2%がロイヤリティーと決められています。2%のうちの1%は愛Bの本部、1%は各出展団体で、多いところ

では1,000万円を超すロイヤリティーが入っている団体もあると聞いています。我々はまだそこまで行かないのですが、確かによくできたストーリーだと思います。

私の考える町おこしのポイントということで、今までも地域でボランティア活動などをやってきた中で、欧米などの中心市街地の活性化の事例などもお話を聞いたときに、そもそもはダウンタウンの荒廃などによって、治安の不安に対して住民運動が先にあったと。そして、NPO団体が組織されて、ニューヨークなどでは州法で固定資産税の何パーセントかを団体に渡すというような法律ができ上がっていると。運動があって団体ができて法律ができる形が相応しい中で、今までのやり方は、先に法律ができて、団体ができて、なかなか運動までいかないという。その実態を見ると、やはり市民の企画や市民主体の運動が先に必要なのではないかと。そして、行政や他機関の協力が得られる。私もNPOを幾つか作っているのですが、ボランティア活動でありながら自主財源というのが、非常に難しい。楽しみや話題性がある、市民活動としてモチベーションが上がる必要があると。そして、地場企業の参会、協力が得やすい。誰もが分かりやすい。そして、効果、影響が実感できる。人が成長できる。それが、町おこしの継続的な運動のポイントだと思うのです。愛Bリーグの理念とB1グランプリの活動は、このポイントをよく押さえているな、と感じて、私なり関わっているところです。

注意しなくてはならないのは、観光客向けの商品は、逆に受けなくなってしまうことです。今回の愛Bもまず自分たちの地元を受けられるかどうか、というのが重要な点と考えています。そして、地元が盛り上がって、その後、遠くから来てもらうことで継続される。B1の正会員の精査の一

番大きいのは、運動の継続性です。補助金ある段階までその運動ができて、そこが途切れた途端に終息してしまうというケースがたくさんある中で、どうやって運動を継続していけるか、ということが重要です。その中で、やはり活動する市民側が主体、あるいは民間が主体ということはどう出すかということ、今回、各団体60団体の姿を見ていて思うところがあります。

最後に、私が思う地域の力は、行政の力と市民の力と地元の企業の力が掛け算になることだと思っています。私は地元の経済人ですが、市民として、ライフワークとして今後もかかわっていきたくと思っています。以上で報告とさせていただきます。ありがとうございました。

#### コーディネーター /

#### 財団法人阿智開発公社 羽場理事長

ありがとうございました。何かご意見、ご質問等がございましたらお受けしたいと思います。

#### 豊川市 山脇市長

今、全国でもそうだと思いますけれど、門前町が大分疲弊をしております。参拝客も大分減っている状況で、何とか元気づけられたらなという思いがございました。いなり寿司の研究会があるということで、ぜひブランド化しよう声をかけまして、行政主導ではなく民間の人たちが頑張ると、行政はそれをお手伝いするというスタンスで来ました。

一番いい効果が出たなと思っていますのは、もりあげ隊の隊長の笠原さんと、それから観光協会の事務局長に公募で就任していただいて、そのお二人の動き、観光協会の会長さん初め、そういう方の動きが大変素晴らしいもので、本当に盛り上がってきたと、次は全国大会というところまで来た

ということですが。

最初に豊川の門前町を何とか、参拝客が増える方策はないかなという思いが最初であり、それがうまく連携ができたかなと思っているところです。

## コーディネーター /

### 財団法人阿智開発公社 羽場理事長

ありがとうございました。それでは、ご当地グルメを通じた地域おこしの取り組み、そういった活動のプロモーション、について具体的なお話を賜りたいと思います。

## 意見交換



### 浜松市 鈴木市長

「浜松といえばウナギ」と言われますが、今、さまざまな食材、あるいは地のものを生かした試みが行われております。笠原さんのお話にあったように、やはり民から上がってくる力を我々がいかに支えていくかということですが。

一番目に紹介するのは、最近ブームになっている「浜松餃子」でして、「いなり寿司で豊川市をもりあげ隊」に相当する「浜松餃子学会」があります。市長に就任をした直後に、浜松市の餃子消費量が日本一だという情報が入りました。若い人たちが浜松餃子学会というのを立ち上げ、これで浜松を盛り上げようと、第2回の富士宮のB-1グランプリに出展すると。そのときに「市長、ちょっと一緒に行って盛り上げよう」

と言うので、市長になって最初の仕事で行き、浜松餃子の宣伝をしてきました。そこからスタートして、全国的に有名になってまいりました。B級グルメブームにも乗り、最近では宇都宮との餃子バトルを行いました。浜松餃子まつり2012にも全国各地から出展があり、初めて宇都宮が参加してくれました。これがまたいい宣伝になり、今、テレビでも取り上げられています。これからは宇都宮と連携して餃子文化発信をしていきたいなど。こういう都市間の連携というのもとても大事になってくると思います。

二つ目に、最近地元の人たちが頑張っているのは、「牡蠣カバ井」というのをつくりまして、要はウナギのたれ、浜名湖の牡蠣を使って、浜松特産の玉ネギをあしらっているのですけれども、これが日本テレビの全国新・ご当地グルメ選手権で準優勝をとりました。これをベースに、浜名湖観光圏事業として牡蠣カバ井も入れた、浜名湖どんぶり自慢ラリーコンテストをこの10月から開始する予定です。

三つ目は、もうブランドになっていますけれども、「三ヶ日みかん」。ミカンで売っているのではなくて、六次産業化の中で色々加工していこうと、「JAみっかびとサントリー」が共同開発した「三ヶ日みかんハイボール」が今ブームになっています。三ヶ日みかんのエキスをを使って色々なスイーツを作ったり、輸出商品として国外へ輸出していこうという取り組みもしています。

最後に、ちょっと毛色の違う取り組みを紹介します。浜松の地域、特に山の方のお茶は非常に品質のいいものがとれます。カナタ太田園というのがありまして、ここが、全国トップクラスの産地である静岡において、県内でナンバー1のお茶の認定をもらいまして、洞爺湖サミットでこのお茶が使われたのですけれども、それをもとに神奈川の会社が高級お茶飲料というのをつく

りました。「M A S A(マーサ)」とって、独特の製法から水出しで新しい飲料をつくるのですけれども、1本2万円ぐらいするのです。これが、高級レストランとかで、アルコールの飲めない方にいいということで、広がっています。私もこれは応援しなければと、この前も環境大臣会合で、使ってもらいました。国際会議ではアルコールの飲めない方が大勢来ますから、そういう人たちにはぴったりの飲み物であります。民間の力で開発したものを我々がサポートして広げていくということで、まさに民の力と官の力を掛け合わせて浜松も取り組んでいるということでございます。

#### **高森町 熊谷町長**

高森町長の熊谷です。よろしくお願ひいたします。高森町は飯田市の北隣にあります。1万3,500人の小さな町です。昭和32年に二つの村が合併して高森町になりました。その二つの村の一つの名前が「市田村」という村でした。いま、南信州全体の地域ブランドとして「市田柿」が知名度を向上してきているのですけれども、その市田柿の発祥の町として、市田柿を使って農業、産業振興を図っていきたくと力を入れています。市田柿は毎年暮れに高島屋ですとか伊勢丹で年末のギフト商品に扱っていただいております。近隣ではグルメ丼が有名になってきているのですが、高森も何かできないかなと、民間の皆さんにも知恵を借りながら、外から持ってくるのではなく、地元にある市田柿を使って何かできないかと考えましたが、市田柿そのものを召し上がってもらったほうが、加工するよりはおいしいと、なかなか実現しませんでした。

そういう中で、ニジマス的一种でアルプ

スサーモンというお魚がありまして、切り身が市田柿を切ったときと同じようなピンク色をしているものですから、この魚を使って何かつくるかとなりました。民間の皆さんが「アルプスサーモン丼」という丼をつくってくれました。今、このアルプスサーモン丼を町内のお店で1,000円以内で提供する、のぼり旗を掲げて一生懸命取り組みをしております。また、町のホームページに載せたり、広報紙でPRしています。毎年2月に子ども議会というのがあるのですけれども、子供たちからは「町はアルプスサーモン丼と騒いでいるけれども、私たちは食べたこともない」と言って痛いところを突かれました。子供たちの給食にでも出して食べてもらおう、そんな計画もしていますが、調理が難しいというようなことで、子供の口にはなかなか入りません。子供が行ったときには安く提供してほしい、そんなお願いもしています。また、子どもたちからは15年先のリニア中央新幹線の駅弁に使ったらどうかといった提案ももらっております。

知名度不足ですけれども、まずは町内で、あるいはまた飯田下伊那で知名度を上げて、そのことがまた元気なまちづくりにつながればいいなと考えております。

#### **掛川商工会議所 川合会頭**

掛川商工会議所会頭の川合でございます。掛川は何といてもお茶が主力で、郊外はお茶畑ばかりなのですが、やはりちょっと売り上げが低迷しています。何とか価値のあるお茶を高い値段で買っていただく努力をするわけですが、昨年1月にNHKの「た

めしてガッテン」で、掛川の深蒸し茶を飲むとガンに効果があると取り上げられました。そうしましたら、ものすごい勢いで売れました。こんなにも売れるものかと。各お茶屋さんのお店の在庫が空になるほどよく売れたのですが、3月11日の東北の大震災で、放射能の問題があるではないかと発表されましたら、ぱたっと止まってしまいました。今もって、なかなか回復できません。そういう中でも、やはりいいお茶をつくらなければと、掛川を代表する高級茶として天葉(あまね)というブランド名で「やぶきた」「さえみどり」「つゆひかり」の3品種を茶商さんたちが選りすぐりによって、少ないですけど何キロかを用意しました。飲んでみると非常においしいと、今それを売り出しております。

また、茶商さんの呼びかけで「わらびもち」を市内のお菓子屋さん7店舗で販売しています。これは、徳川家康公が掛川を訪れたときに、掛川の城主でありました山内一豊公がお茶とわらびもちでおもてなしをしたと言い伝えられております。わらびもちとお茶とセットで販売されているのが最近の特徴でございます。

グルメとしては、掛川では「自然薯」という山芋です。これを各飲食店がダシはサバのダシでやるんだと統一して、16店舗で始めております。

また、昨年11月にB級グルメコンテストを商工会議所が主催して開催しました。掛川産のお米でつくったお米のパンに、掛川の牛肉と豚肉でつくったハンバーグを合わせた「掛川夢 Dog」が最優秀になりました。今年もそれを拡大してやっていきたいと思っております。

### 音羽商工会 石川会長

旧宝飯郡音羽町の商工会です。豊川市音羽地区は、東海道の36番目の赤坂宿として

知られているのですけれども、昔ほどの活気はなくなってしまう、商店街ももうなくなってしまったような状態です。とはいえ、御油町から赤坂、そして宮路山、そういった歴史ある観光資源があるということで、何とか東海道を中心に盛り上げていきたいと考えています。

そこで、音羽、赤坂では「みそめし」というのが昔からありまして、御飯とおみそ、ネギ、油揚げを混ぜまして、即席で昔駕籠かきであった雲助に食べさせたと言い伝えられています。特に宮路山のもみじ祭りのときに音羽商工会で20年ほど前「雲助めし」と名付けまして振舞ってきたわけですが、そのみそ飯、雲助めしを、さらに発展させまして、「雲助いなり」と、そういう名前を考えました。秘伝の方法でみそ風味のおいしい雲助いなりをつくる方法を編み出しまして、10月13日、「愛知を食べにおいでん祭」で打って出ようと考えております。

また、地元産で「音羽米」というお米があります。生産者と消費者が提携して減農薬のお米づくりを目指しております。20年以上この提携が続いておりまして、おいしい、ブランド化されたお米ですが、そのお米を利用して「雲助いなり」をつくって出品していきたいと思っております。

音羽、赤坂は今でこそ商店街もなくなってしまうましたが、ウォーキングなどで観光客も見えます。まずは観光客に来てもらい、その上で食べることを楽しんでいただけるような、そういった何かを考えていけたらなと思っております。

### 渥美商工会 石本会長

平成19年度全国展開支援事業として補助金を申請し、貝づくし事業委員会「貝づくし渥美」を立ち上げました。当初は伊良湖岬の特産である大アサリをPRしておりま



したが、大アサリでは当たり前過ぎてイメージが弱いとして、渥美に古くからある郷土料理「渥美あさりの押し寿司」を特産品として開発し、全国的にPRすることを決定いたしました。あさりの押し寿司はお祭り、特に秋祭りの日に家庭料理として振る舞われてきました。また、現在も一部の地域ではつくっておられます。

平成19年10月から東京ビッグサイトや地元イベントで試食会を実施しまして、その後1年間、パッケージや見た目等を検討し、平成21年2月から渥美あさりの押し寿司を特産品として販売しました。22年より期間限定、1月中旬から5月末までの土曜、日曜、祝日で販売も1日限定100本として販売しておりました。

現在の販売店はスーパーマーケットのフードオアシス渥美の4店舗と道の駅伊良湖クリスタルポルト、田原のめっくんはうす、あかばね口コステーション、お亀堂カルミア店、伊勢湾フェリー鳥羽乗り場の計9カ所で現状、販売しております。

1本6貫入りで800円、ちょっと高いかもしれませんが。年間販売数は約6,000本。現在はPRとかもあって少しずつ知名度が上がっております。今後は年間を通じて販売を検討したいと思っております。特に渥美の昔の味を覚えていらっしゃる方がよく買いに来るというのが、「これで今日は終わりかね」という感じで、なつかしみながら欲しがっておられました。

さらに、4月8日を貝の日に設定して、日本記念日協会に登録いたしました。毎年開催しているイベントは、貝祭りを2月初旬、菜の花祭りにあわせて開催しております。また、渥美半島では、田原市商工会さんが展開しました「渥美半島井街道」を田原市の食堂全店でそれぞれ違ったネタで井をつかって、来るお客さんに満足していただいております。

## 作手商工会 権田会長

作手商工会の権田でございます。私どもの地域は7年前に市町村合併が行われまして、新城市、鳳来町、作手という3市町村が合併しました。旧経済団体の新城商工会、鳳来商工会、作手商工会が1行政区にまだ併存していましたが、商工会の合併推進委員会を立ち上げまして、来年3月には合併する準備が進んでおります。

作手商工会は、山間地でございますが、平成23年度から「奥三河に来て、見て、作っ手プロジェクト」を立ち上げ、「奥三河バーガー」を開発いたしました。私どもは予算規模も非常に小さく、特徴的なプロモーションは行っておりませんが、「できることをやる」をコンセプトに積極的に各種イベントに参加するなどして、一同に地域の活性化に取り組んでいるところでございます。奥三河バーガーは地域特産のお米、ミネアサヒを使用しております。奥三河では年間700~800頭に及ぶイノシシが捕獲されておりますので、その肉を利用してイノシシ、奥三河バーガーとして研究を進め、一同に活動しているところです。私どもの作手地区は、年間を通じてイノシシの捕獲制限がございませんので、そうしたところを有効に利用して、イノシシ肉のミンチを使い、奥三河バーガーを地域外のイベントを出品し、PR活動をさせていただいております。6店舗で販売させていただいております。今後も地区外のイベント等へ積極的に出展してPRし、地域の活性化、商人の活力にしていきたいと考えております。

## 天龍村 大平村長

現在は「ていざなす」というナスを、伝統野菜として3、4年前から力を入れてPRしております。ていざなすというのは、明治時代に田井澤久吉さんという方がナスの種を持ってきて、以来ずっと個人で栽培

してありましたところ、こういったグルメの時代になり、村でも力をいれてやりましょうということで、現在、生産者組合もつくりながら力を入れております。ナスというのは本当に一般的な野菜でして、どこにもナスというものはございますが、ていぎなすは大きくて柔らかいことが特長で、方々からご注文をいただいております。私も先頭に立って、東京方面を中心に料亭やホテル等に売り込みをしまして、大きな注文をいただいております。

本当に小さな村でございまして、そういったものを手がけておりましたも一大生産化するような力はございません。耕地も少ないし人口も少ない。ましてや長野県で一番の高齢者の村と言われている村でございまして、携わる人もなかなか若い人がいなくてできません。しかし、携わっている人に少しでも望みができるようなことをフォローしていきたいということで、今取り組んでおります。

もう1点は私の持論として、任期1期に1品ずつそういったものをつくりたい、天龍村のアンテナをつくりたいということで柚餅子を今やっております。そして、今年は「ドラゴンフルーツ」を初めてつくりました。今年は辰年ですからドラゴン。天龍村の龍でドラゴンと、こういうことでやっておりますが、これは気候の関係で、実がなるのが遅れて、ようやくなり出したところです。まだ海のものとも山のものとも判りませんが、そういった気持ちで取り組んでおります。小さい村ではございますが、今後ともよろしく願いいたします。

#### **磐田市商工会 野寄会長**

磐田市商工会も観光協会が主体になって「おもしろカレー」というのをやっています。「おもしろ」というのは豚足です。磐田市というのはもともと養豚業が盛んなところで

して、市内へ製品として売れるものはそのまま売ったのだけれど、地元の皆さんが足なんかは地元で消費するんですね。

「おもしろカレー」は観光協会が中心になってやったのですけれど、我々商工会はスイーツコンテストをやろうと、市民の皆さんに参加をしていただきました。スイートピュアトマトを利用した「いわたトマトの輝き」という作品が最優秀賞になり、トップ、2番、3番というような順序づけをしたのですけれど、やはり市民から盛り上がるボトムアップで商品開発をして、地域の活性化をねらっていくという方法も一つの方法であろうということやっております。

盛り上げ方としては、地域振興としては、上からのやり方と、それから市民が積極的に参加していくやり方、二つ両方を使っていくのがいいのでは、というのが私の感想です。

#### **浅羽町商工会 大石会長**

浅羽町商工会の大石です。私、個人的にもお茶屋なものですから、静岡のお茶は原発事故以来、本当に風評が厳しくて難儀しております。色々な茶業関係者、皆、大変な状況を迎えております。本当に原発問題は真剣に考えていかななくてはいけないと、まず私ごとですが、申し上げたいと思います。

浅羽町商工会は平成17年に袋井市と合併した旧浅羽町を担当としておまして、約2万人、400会員の小さな商工会であります。3年前商工会長を承るときに、食品衛生協会の役員さんに、「商工会に入っているのも何も意味がないではないか、会員と非会員の差別化ぐらいしろよ」とこういう話をいただきました。田舎ですから、言いたい放題言いながら、「いや、それはいいけれど、ともかくみんなも頑張っ、自分の店を繁栄

させるように一店一品運動をやれよ」ということを、私のほうから逆提案を申しあげました。私どもの商工会は商店街といえるものが無く、商店が点在しております。非常に商業の弱い商工会ということもありまして、何とかしなければいけないという思いがありましたから、ぐっと言われたのでやり返したということです。

3年が経過し、平成23年6月から食品部会の有志8店舗の皆さんが「おはたき研究会」をつくってくれました。業種としては寿司屋さん、ハンバーガーショップ、それから大衆食堂、大衆酒場、スナック、喫茶店、食事処、地産地消ピュッフエレストラント、こういう8店舗、それぞれ違った皆さんがそれではやってみまいかという気持ちで集まっていたきまして、みんなでレシピを考えました。その中から今年の5月、19、20日とエコパのB級グルメスタジアムinエコパに出店するにあたりまして、統一商品として「おはたき肉まき」を出店させていただきます。ものすごい売れ行きでして、1日目は1時に売り切れ、2日目は12時20分にギブアップという形で2,600本売り切りまして、本当に涙が出るような、始まる前の日は売れ残ったらどうしようということだったのですが、本当にありがたい思いをいたしました。

この「おはたき肉まき」の原点、「おはたき」というのを皆さん、ご存じでしょうか。遠州地方の伝統的な呼び名、文化ということとして、私の子供の時からありました。お米をつくり、もみすりをします。もみすりをしますと、精米機の下にくず米、小米が落ちてくる。それをおはたきと呼んでいまして、もったいない精神でそれを蒸して、杵で突いて、丸い棒にして輪切りにして、おはたき餅というものをつくりました。私も子供のときには、3月ぐらいまで毎日食べさせられるものですから、実は一番嫌い

な食べ物だったのですが、時代が変わりまして、普通のお餅に比べておはたき餅というのは結構食感がいいのです。そのような、江戸時代からずっと遠州地方に伝わっていたおはたきを使い、商品化したということです。

私どもの考えておりますのは、まず地産地消の徹底、やっとできたご当地グルメのアピール、それから若い人、お年寄り、だれでも親しめるおはたき餅料理をアピールする。そこから、それぞれの店へ来ていただくということを最大の目標にしております。まだ始まったばかりで、これから研究することがいっぱいあるうかと思っております。

#### 天龍村柚餅子生産者組合 関組合長

今年もまたお世話になります。まだ「村おこしだ」「地域おこしだ」なんていう言葉もない頃に、若妻グループが「柚餅子」作りを始めて40年、私も後期高齢者になってしまいました。三遠南信にも関わって同じくらいにお世話になって参りました。

柚餅子との出会いは公民館活動で天龍村の暮らしの総合展示会があり、そのなかにもありました。いまここにおいている天龍村村長の大平さんが当時、教育委員会で企画してくれたものでした。

全く柚餅子を知らなかったで真っ黒い変な固まりだなと思ったのですが、薄く切っていたいただいたときの上品な香りと奥の深い味にすごい感動をしました。家に帰ってお姑様にお聞きしたところ「昔はよく作ったものだが、今は作る人も食べる人もいなくなつたよ」と話してくれました。

800年余りの歴史ある隠れ里の食文化、武士の携帯食として作り伝えられてきた伝統ある物をなんとかして次の世代にも伝承できるようにしたいと考えました。この地には国の重要無形民俗文化財になっている冬

祭りがございます。全国から民俗学の先生方や学生さんがたくさんおいでくださいます。お酒のおつまみとしてお出ししたことから思いがけなく商品化することになったのです。全く素人ばかりの集まりで歴史上にもないことを始めただけに大変なものでした。

私たちの住んでいるところは村の中でも小さなところでイノシシやシカの数の方が多くなり、人口は30人を切ってしまったような地域です。でも祭りも手抜きすることなくやっており、暗くなるということもなくやっております。柚餅子のおかげで販売活動だけでなく文化活動にまで三遠南信地域のみなさんが大勢おいでくださいますが、道路が狭いためバスが上ってこられないこともあります。

2010年9月には長野県の料理研究家の横山タカ子先生の講演会も先生のご厚意で行うことができ、浜松や豊橋のみなさんも参加してくださり、今まで漬物になって関心がなかったのに目から鱗だと喜んでもらい、ぜひまたやってくださいと言われました。コンサートではカネトの合唱劇をやっていただいたことで、飯田にも合唱劇のグループができました。

幸いにもこの地にはほかにはない熊谷家伝記という古文書もあり、毎日のように行なわれるお祭りも私たちの宝物になっております。

こうした山間地で生きるには宝物を守っていくにも人が足りないのです。交流によって助けられています。三遠南信自動車道の開通のおかげで浜松も豊橋も近くなり、このエリアのみなさんに大きく感謝をしています。

#### コーディネーターノ

#### 財団法人阿智開発公社 羽場理事長

ありがとうございました。そういったさ

まざまな催し、仕掛けがなど多くのご発言をいただきました。これを花開かせていくための方法論やアイデアとかいうものはどういったものが考えられるでしょうか。

#### 豊川市 山脇市長

いなり寿司のブランド化で、大きな力を発揮しているのは、ゆるキャラだと感じています。豊川は「いなりん」というキャラクターですが、すごい人気になっております。今日も会場に入るときに、豊橋のゆるキャラにお迎えいただきましたが、これも大切なPR手法だと思います。

「いなりん」は色々なグッズを開発しており、歌もできました。やはりキャラクターそのものだけではなくて、それに派生する色々なことで盛り上げることができると思っています。

#### 愛知大学 平川研究員

平川です。この6月に三遠南信地域で地域づくり活動を行っている地域住民組織やNPOが一つにまとまって、連携しながらさらに活動を展開していこうという目的で、「三遠南信住民ネットワーク協議会」という組織の立ち上げ準備にかかわらせていただきました。私自身もこれまでにずっと三遠南信地域全域に足繁く通い、さまざまな人や団体、モノの交流と連携、そして情報の動きについて調査・研究をしてきました。

そういう立場で今回、この席でどのようにして地域づくりにおいて連携しネットワーク化していくかということをお話しさせていただきます。

情報発信ということがずいぶん前から言われています。その中で当たり前ようになってきているのがインターネットを利用した情報発信になると思います。この分科会で事例として話題に取り上げられた各地域のご当地グルメについては、もうすでに

インターネットを通じて情報が発信されています。ただ、インターネットに頼った情報発信はかなり限界があるということが、以前からいわれていますし、私自身もそう感じております。

そこで、ここで確認しておきたいのはデジタルでの情報発信だけではなく、アナログという情報発信も忘れてはならないものです。インターネットが充実してきた結果、膨大な量の情報が氾濫している状態です。情報はデジタルだけでなく、情報弱者にためにもアナログを利用することも忘れてはなりません。最近流行しているフェイスブック、そしてブログやホームページによる情報発信も盛んに行なわれていますが、私はここであえてそのことに触れずに申しますと、デジタルとアナログをどのように使い分け、地域の多くの方々に効果的に利活用してもらうか、さらなる工夫や仕組みづくりが必要だと思えます。

先ほども少し申しましたが、個々の取り組みはもうすでに情報発信されていますが、限界があります。個々の事例を有機的に結びつけて「三遠南信」という枠組みで情報発信することを考えた場合に、どのような形で組織化や統一化し、情報発信していくかということを通じて、すぐにも具体化して行動に移していかなければならないと思えます。

#### コーディネーター /

##### 財団法人阿智開発公社 羽場理事長

ありがとうございました。

フロアの皆様からのご発言等がございましたら、ぜひご参加をいただきたいと思います。いかがでしょうか。

##### 飯田市商工会議所 柴田会頭

風土というテーマの分科会に初めて出させていただきました。豊川稲荷から始まりまして、鈴木市長さんからはウナギはもち

ろんですけれども餃子の話、さらには高森の熊谷町長さん、市田柿の話等々、グルメを使って町おこしをしているということに対しまして、大変関心と感動をいたしました。さらにこれをもっと、それぞれの地域でもっと極めて、三遠南信地域だけではなく広く「日本に何々あり」というようなものに育っていただけたらうれしいなと思えます。

#### コーディネーター /

##### 財団法人阿智開発公社 羽場理事長

ありがとうございました。もうお一方だけ会場からご意見を賜りたいと思いますが、いかがでしょうか。どうぞ。

##### 豊橋青年会議所 久保田理事長

豊橋青年会議所の理事長をやっております久保田と申します。それぞれの地域がやっているということはもちろん知っているので、やはりこれをいかに繋げていくか。個別では皆さん一生懸命やっていますと思うのですが、豊橋も「カレーうどん」というのをやってはいるのですが、それをどう繋げていくのかというのが大事な事なのではないかなと思えます。

あと、三遠南信に住んでいる方それぞれが本当にそれを各地域のやっていることを知っているか、と言われると意外と知っていないというのが正直なところではあります。私も東三河の辺はやはりなるべく休みの日とか出たりして知ってはいるのですが、では南信州の方というのは本当に知っているかと言われると、やはりちょっとまだ知らない部分というのが多いと思えます。また、若い世代、我々もぎりぎり車に乗って行けたりする世代ですけれども、それより下の世代、小学生、中学生、高校生ぐらいが知っているかと言われると、やはり疑問はあ

るので、もう少し下の世代をどう掘り起こしていくかというのが一つ課題になってくるのではないかなと思いました。

#### コーディネーター /

#### 財団法人阿智開発公社 羽場理事長

ありがとうございました。以上のこれまでの発言を踏まえまして、愛知県ではどんなふうに状況を見ておいでになられますか。

#### 愛知県 永田副知事

愛知県副知事の永田でございます。実は県の行政の人間が分科会でしゃべるのは余りない、という感じがします。やはりこれは三遠南信の地元、市町村レベルで議論を積み重ねてきた経緯があるのかなと思います。ですので、こういう県レベルの人間が、一つ変わった切り口でお話するのも意味があるのかなと思っております。

東三河県庁は19の県の地方機関のネットワークとして、今まで保健所とか建設事務所とか、全く違うところの行政をネットワーク化していくというのが重要なポイントです。まさに縦割り行政を改め総合的な行政をやっていこうというところがございます。

今年度は特に、「東三河振興ビジョン」、10年後を目指した将来ビジョンを作りたいと考えています。次に、1年に1～2テーマずつ決めて重点的に取り組む主要プロジェクト推進プランとして、広域観光の推進を取り上げ、具体的に3年ぐらいの計画をつくっていこうと思っているわけでございます。

広域観光の推進として三つの柱を示しております。一つは「広域観光エリアとしての魅力の向上」ということで、それぞれの地域が持っている地域資源を磨き上げていくということがございます。「ご当地グルメ観光の推進」もこの中に位置づけられてい

ます。

2番目に「広域観光エリアとしての魅力の発信」ということで、素晴らしいものを外に向かって発信していくということがございます。特にB-1グランプリなどは、外に情報発信していく絶好の機会である思っています。そういうときに豊川だけではなくて東三河全体で滞在、周遊するような仕組みをつくりたいと思っております。また、「県域を越えた広域連携」ということで、三遠南信や伊勢志摩と、もっと広がりを持って情報発信をしていこうということがございます。

3番目に、「広域観光を推進する人・環境・基盤づくり」ということで、広域観光を支える人づくり、それから景観等の環境、インフラづくり、これをやっていこうという、この三つの柱で広域観光の推進をやりたいなということです。

24年度の先導事業として、周遊コースをつくったり、スマートフォンの拡張機能などを使って情報発信していくことを考えております。

東三河を見てみますと、各地域でそれぞれ頑張っていてやっただいているということがございます。それらをいかにネットワーク化していくか、その具体例ということで、「奥三河戦国ぐるめ街道」が挙げられています。また、10市町村のご当地グルメを集めたスタンプラリー「ぐるら+」など、みんなで横の連携をとっていくという、こういうことが非常に重要ではないかなということがございます。

そこで愛知県における取り組み事例ということで、地域提案公募型の観光推進事業として、地元の観光協会さんからツアーの企画を提案していただき、実現性が高いものを選んで、モデル的にツアーをやってみるということをやっております。

一つが蒲郡市観光協会から提案していた

いただいた「三河のキラリ『いいもの』発見バスツアー」1人3,500円から4,800円のコースでございます。また新城市観光協会から提案いただいたのは、奥三河の恵みを体験しようという、1人2,500円から3,500円ぐらいのツアーです。戦国城めぐりは、これだけは一泊二日の1万3,000円のコースですけれど、そういうようなものをつくり、なおかつ豊橋から出発ではなくて、浜松を出発し、豊橋を経由して、そしてまた三遠南信自動車道を使って奥三河へ行くとか、そういう広がりを持たせております。そしてまた、蒲郡市の観光協会のコースも名古屋発着としています。都市の方に来てもらうコースをモデル的につくって、うまくいけば、これを民間事業者にやってもらおうということで考えています。

それから、「あいちの山里で暮らそう80日間チャレンジ事業」として、公募により選ばれましたスタッフ5名の方が実際に9月から12月まで奥三河で、新城、設楽、東栄、豊根、それから豊田の稲武に実際に住んでもらって、そして感じたことをブログとかフェイスブックで、どんどん発信しております。これはCBC系列のテレビ会社も絡んでおりまして、テレビ等々でいっぱい声を出していただいているということでございます。

あと、ジビエの関係でも名古屋等でジビエを使ってきているレストラン等を回るスタンプラリーなどを企画しているところでございます。

このように、それぞれの地域が非常にいいものを持っているものですから、それをいかにネットワーク化していくかということが非常に大事ななと思っております。

最後に、「平成24年度東三河主要観光行事一覧表」というのをつくったのですけれども、それぞれの市町村が色々なことをやっていることが分かります。やっているけれ

ど、今まではそれぞれ何をやっているか良く分からなかった。そこで、今年5月につくったのですけれども、4月から翌年の3月まで、どういうお祭りを、どんなところでやっているかということを一覧にしました。そうすると、お互いに今までばらばらであったのが、こんなところがやっているのかと分かった。ああ、ここは空いているから、自分たちもこの空いている時期に何かやろうと。そしてまた、同じ時期に違うことをやっていると。これは連携しようじゃないかとか、そういうようなことが生まれてくるということで、そうしたら皆さん方、あれも入れる、これも入れるとちょっと大変になってしまったのですが、ただ、こういう横の繋がりをつくっていくことが、よりネットワークを充実させる方法かと思っております。

#### コーディネーター /

#### 財団法人阿智開発公社 羽場理事長

ありがとうございました。「風土」分科会は食に注目にいたしました。SENA会長の浜松市鈴木市長に、ここを突破口としてどんな方向性を考えていけば良いか、ご意見をお聞きします。お願いいたします。

#### 浜松市 鈴木市長

今回は、皆さんがそれぞれの地域で、地場のものをうまく活用して、地域おこしをしようという情熱あふれる取り組みについて発表がありまして、お互いに認識をしたと思います。「連携」あるいは「ネットワーク」というキーワードが出てまいりましたけれども、こうしたものをいかにこれから三遠南信の地域として活用していくか。

B-1のように集まってお祭りをやるというのが、手っ取り早い取り組みですけれども、スタンプラリーのような形でつないでいくというのもあります。これも、紙に

押していくのではなくて、QRコードで携帯に落とし込んでいくと。情報発信とあわせて使う形も考えられると思います。また最近、フェイスブックを使った情報発信が各地でなされていて、例えば四国のほうでは秘境対決として、海の秘境、山の秘境で対決をして投票をしてもらう、そういう取り組みが大いに観光地を盛り上げていると、こんな事例もあるようです。こうしたツールを使ってネットワーク化をしていくというのもあります。

最終的には、いかに人に来てもらって観光につなげていくか、ということですから、旅行会社が企画する旅行ではなくて、地域資源を活用した着地型観光というのが非常に注目をされています。この三遠南信には、南信州観光公社等の、頑張っている事例もございます。今日発表いただいた資源、あるいは食だけではなくて、伝統芸能等、豊富な資源がこの三遠南信にはありますので、そうしたものを使った着地型観光をどうつくり上げていくか。この辺が我々の腕の見せどころではないかと思いました。

## コーディネーターノ

### 財団法人阿智開発公社 羽場理事長

ありがとうございました。議論の結果、次の3点にまとまってくるのかなと思います。

1点目として、いかに情報発信力を高めて持続的な観光誘致に結びつけていくかという視点が必要であろうということです。まずは、B1グランプリはじめ、様々なイベントでの発信が考えられます。次に情報戦略として、既存のインターネットによる発信とパンフレット、リーフレット等も丁寧につくるということが大事であったわけです。そして、ブログやフェイスブックを利用して、携帯の端末からさまざまな仕掛

けをしていくということ。若い人たちの文化を何とか取り組んで、民と官が協力し合って、そういった新しい情報社会にも臆することなく出ていくことが重要だと思います。

2点目としては、さまざまな団体、民間と行政だけではなくて、その中間の団体や様々なセクターの絡み合いによってネットワークをつくっていくんだと。そういうお話が、今日幾つも出ていました。

3点目として、食品を通して、いかにしてこの魅力ある三遠南信地域のファンをつくっていくかということです。これに対する一つの回答は、地域ブランドだと思います。例えば浜松であれば、様々なおいしい食品、あるいは素晴らしい最先端の工業製品芸術、音楽がある。各製品でブランドが作られていくことによって、最後には浜松というのはいかに何か素敵な、最先端で、おいしい場所、浜松というブランドでできているのではないかと思うわけです。三遠南信の各地域で、素晴らしい資源を生かして頑張っておりますので、ぜひ、こういったファンづくり、ブランドづくりの一環として、地域ブランドの製品PRや観光ツアー、そういったものをSENAにおいてブランド戦略として推進していく、こういうことではないかと思います。

特に異論等ございませんでしたら、以上でまとめとさせていただきます。最後の機会ですので、意見等がございましたらどうぞ。

### 天龍村柚餅子生産者組合 関組合長

今日、会場入口で販売している「三遠南信ここが楽しい事典シリーズ 第1巻 祭り事典」のご案内です。三遠南信地域で行なわれている国・県の無形民俗文化財に指定されたものをはじめとして90箇所の祭礼が掲載されております。三遠南信を紹介す



るガイドブックは他にもたくさん出版されていますが、この「祭り事典」には温泉施設の無料入浴券が5箇所分ついています。この冊子をテキストにして三遠南信の学び、交流をしてください。

やはり、その現地へ行って、肌で感じて、体験をしたことでないと、納得のいく伝え方ができないということで、南信州地域では「南信州交流の輪」というグループをつくりまして、お互いに勉強し合って、そして伊那谷の良さを伝えていこうとしています。ここに属するメンバーが主体となってこの事典シリーズを企画し、2011年の浜松の住民セッションで企画を発表し、それがきっかけとなって東三河と遠州のメンバーの協力を得ながら準備してきました。そして6月1日に三遠南信住民ネットワーク協議会ができ、その事業の1つに位置づける形で、第1巻の「祭り事典」が刊行されたわけでございます。

資金に乏しい状態でこの企画を始めたものですから、販売や広報活動に大変苦労しております。これから「駅・城跡・道」「温泉」「特産品」「花」をテーマにして全5巻を2013年3月までに順次刊行していく計画です。どうか皆さん、1冊1,000円でございますので、ぜひお求めいただきたいと思えます。

私どもも、この三遠南信エリアにはたくさん宝物があります。しっかり勉強させていただいて、このシリーズをつくっていかうと思っています。皆様にもぜひ、この事典シリーズを見ていただきたいと思っております。よろしく願いいたします。

#### **コーディネーター /**

#### **財団法人阿智開発公社 羽場理事長**

ありがとうございました。それでは、皆様のご協力に感謝申し上げて、風土分科会を終了させていただきまます。まことにあり

がございました。