

産業建設常任委員会調査中間報告書

1 調査事件

立谷沢地域の食の魅力発見について

2 調査目的

立谷沢地域には年間を通して山菜やキノコ、川魚等の自然に恵まれた食材が数多くある。これらを活かした食の里づくりを目指して、地域活性化や稼げる産業づくりに資するために調査することとした。

3 調査経過

令和3年3月8日 (会期中) 聞き取り 企業課、農林課、商工観光課、建設課

令和3年3月11日 (会期中)

令和3年4月8日

令和3年4月19日

令和3年4月28日 聞き取り調査 タチラボレディース、大進坊、道の駅しょうない風車市場

令和3年5月12日

令和3年5月24日 視察調査 庄内総合支庁産業経済部地域産業経済課、鶴岡市文化創造都市推進課

令和3年6月9日 (会期中)

令和3年6月14日 (会期中)

令和3年6月23日

令和3年7月6日

令和3年7月20日

令和3年7月26日

令和3年8月6日

令和3年8月19日

令和3年9月13日 (会期中)

令和3年9月17日 (会期中)

令和3年9月27日

令和3年10月6日 聞き取り調査 土岐正富氏(「食の都庄内」親善大使)

令和3年10月12日 視察調査 村山市 株式会社大高根じゅん菜採取

令和3年10月13日 視察調査 飯豊町 なかつがわ農家民宿組合
飯豊町 道の駅いいで

令和3年10月27日

令和3年11月5日

令和3年11月12日

令和3年11月18日

4 調査状況

[現況]

(1) 立谷沢地域の食材及び伝統料理

ア 四季を通じた食材と特色（別表）

月山山系及び立谷沢地域の山地一帯では、山菜類は、ふきのとう、あざみ、あけびの芽、タラの芽、コゴミ、ワラビ、ウド、ミズ、シドケ、ネマガリダケ（月山ダケ）、などの山菜が4月～7月頃まで採取できる。また、キノコ類はナメコ、トビダケ、ムキタケなどが8月～11月頃まで採取できる。

現在でも羽黒山宿坊で提供される精進料理には、立谷沢地域で採取された山菜等が多く用いられ、立谷沢の山菜と宿坊の精進料理は昔から密接な関係を維持・継続してきた歴史がある。

また、山菜の生育地域は急勾配の山岳地帯にあるため、種類によっては生育場所が徐々に高所へと移動していくことから、比較的長い期間で採取できることが特徴である。

なお、山形県の山菜等の取り扱い状況は、ワラビとタラの芽が全国1位、ネマガリダケが2位、ゼンマイが4位、キノコ類ではナメコが2位、ブナシメジ、エノキタケ、マイタケなどが、それぞれ8, 9, 10位となっている（参照：山形県農林水産統計）が、立谷沢地域からの出荷量等は不明である。

一方、立谷沢川では天然のアユをはじめ、イワナ、ヤマメ、カジカ、川蟹（モクズ蟹）なども捕獲できる（昨年の立谷沢川への放流量：アユ120kg、イワナ10,000尾、サクラマス63,600尾、モクズ蟹1,000尾）。立谷沢川は急流で月山の雪解け水で水質が良く、水温が低いことから、川魚や川蟹の風味がよく、特にアユは美味でありメディアにもたびたび取り上げられている。

このほか、イノシシや熊などの鳥獣類は農作物被害の駆除対象として、主に罾猟により捕獲されているが（昨年の捕獲頭数：熊8頭、イノシシ21頭）、一部の狩猟関係者間では食用としている。

イ 食の魅力と伝統料理

立谷沢集落は、かつては羽黒山の表参道（現、羽黒古道）があったことから、その食文化や使用する食材も羽黒地区を含む鶴岡市の郷土料理や行事食等に共通する点が多くある。

伝統料理や行事食としては、正月、ひな祭り、節句、彼岸、大黒様などの伝統行事のほか、法事などの仏事には、それぞれ季節に応じた食材や料理が作られている。食材が豊富な現代においても、これらの料理は若干の創意工夫がみられるものの、折々の行事の中で先祖代々継承してきたことで今も地域に残っている。

(ア) 主な伝統料理や行事食

a 年とり

納豆汁（すりつぶし納豆、油揚げ、ナメコ、モダシ、豆腐、芋ガラ、ワラビ、セリ、ネギ）、ぜんまいの煮しめ（油揚げ、糸こんにゃく、ニンジン）

b 正月

丸餅雑煮（人参、ゴボウ、薄揚げ、こんにゃく、芋ガラ、シイタケ、セリ（ネ

ぎ)、からかいの煮つけ、ボウダラの煮つけ、数の子豆、昆布巻き、きんぴらごぼう、干し柿の酢の物、ハリハリ漬け、ドンゴイ（イタドリ）の煮物と炒め物、塩引き鮭、卵寒天など

c 雛祭り（3月）

チラシ寿司、ひし餅（三色丸餅）、ひなあられ、甘酒、羊羹、きもとの胡麻あえ、ハマグリのお吸い物など

d 端午の節句（5月）

筍汁（月山ダケ、孟宗）、笹巻（三角まき、筍まき）

e 彼岸（3月、9月）

ぼた餅、団子（あずき、ごま、ずんだ）、変わりご飯、エゴの酢味噌あえ、ニンジンの白あえ、ヒジキのあえ物、胡麻豆腐

f 春祭り（4月、5月）

山菜の天ぷら、卵寒天、マスとニラのおんかけ、コゴミのあえ物、フキの煮物、ウドの胡麻あえ、ミズの炒め煮、ワラビの生姜醤油

g お盆（8月）

うちわ餅（蓮の葉）、煮物、漬物、夏野菜の天ぷら（カボチャ、ササギ、茄子、シイタケ、シソ、サツマイモ、ピーマンなど）、ところてん、キュウリやトマトの酢の物、ミョウガの吸い物、アユの塩焼き、カジカの田楽

h 9月、10月

いも汁（里芋、しめじ、シイタケ、ニンジン、ゴボウ、豚肉、白菜、ネギなど）、もって菊の胡麻あえ、しそ巻き、枝豆ご飯、栗ご飯、銀杏ご飯、アケビの味噌あえ、おでん（大根、シイタケ、卵、こんにゃく、昆布結びなど）

i 11月

川蟹汁（モクズ蟹、豆腐、ネギ）、いとこ煮、ナメコ汁、茶碗蒸し（エビ、蒲鉾、鶏肉、シイタケ、銀杏）、赤カブ漬け

j 大黒様のお歳夜

けのこ汁（ズイキ芋、黒豆、ゴボウ、ニンジン、大根、油揚げ、こんにゃく）、黒豆ごはん、二股大根、ハタハタ田楽、黒豆なます、おこし、豆腐田楽

(イ) 食材の採取目的と保存方法

一般的な地元住民は、利益を得るために山菜等を採取するという習慣はなく、必要以上に採取した山菜などは、近隣で融通し合うことが当たり前となっている。また、アユやイワナ、川蟹なども自家消費するにとどまっているほか、地元集落の個人が採取している大池のジュンサイも、ほとんど販売していない。なお、一部集落の住民は山菜等を羽黒の宿坊などに販売している。

地域で採取された山菜・キノコ類の一部は、塩蔵（ワラビ、ミズ、フキ、イタドリなど）、水煮の瓶詰め（月山ダケ、ジュンサイなど）、乾物（ゼンマイ、シイタケなど）として保存しているほか、川魚は冷凍や乾物などにして保存することで、一年中食材として使用することができ、厳しい冬季間の生活環境に備えて来た文化がある。

(2) 食による産業振興

ア 食材と食の提供場所

地域の食が稼げる産業づくりに資するためには持続可能な取り組みが必要であり、立谷沢の食の魅力向上を図り、食事を楽しむ機会づくりが重要である。そのためには、食材の安定的な確保と地元食の提供場所が必要である。

現在、立谷沢地区で地元食材を使った食事の提供場所は、清川歴史公園内の食事処「御殿茶屋」（昼食限定で土日祝祭日のみ）、町営の「月の沢温泉北月山荘」（昼食限定で金土日月曜のみ）がある。

また、立谷沢地区以外では、鶴岡市羽黒にある宿坊（現在 26 軒）で、立谷沢の山菜、キノコを使った精進料理が提供されている。このほか、本町狩川地区にある産直販売所「道の駅しょうない」では食事や地元の新鮮な山菜・キノコ等の販売を行っている。また、鶴岡市羽黒にある「産直羽黒あねちゃの店」でも立谷沢の山菜類が販売されている。

イ 食材の確保と生産

食の里づくりを目指すには、産業基盤の整備づくりとともに、山菜等を採取する人材との連携や確保が重要となる。現在、販売先である羽黒の宿坊軒数は減少しており、また、採取者も高齢化に伴い、後継者不足が目立ってきている。一方、キノコ類や月山ダケなどは地元の自然環境を生かした人工栽培も行われてきた。最近ではヤマノイモが新たな特産品を目指し、栽培が始まっている。

ウ 食品開発と製造及び販売

地域の稼げる産業に資する取り組みとして、本町の木の沢集落に 6 次産業化工房である立谷沢川流域活性化センター「タチラボ」が整備されており、最近では地元主婦らによる笹巻づくりなどに利用されている。地域おこし協力隊がこの工房で地元の柿を使ったお菓子「ほしがきさん」、「いとこにゆべし」や、ふりかけ「かける×きのこ」を、タチラボレディースでは「みーばあのしその実つくだ煮」を開発・商品化し、販売を行っているほか、庄内町の食材を使った商品開発のための講習会も開催している。

本町余目駅前には、庄内町新産業創造館「クラッセ」があり、6 次産業化の里づくりを推進する拠点として、施設内には 6 次産業化工房（貸工房と共同利用加工場）が整備され、町内外の多くの利用者が新商品の開発や製造に取り組んでいる。

エ 新規食品のブランド化

食材や食を生業とするためには、この地域でなければ得ることができない食材や料理が必要で、これらをブランド化することが重要である。立谷沢地域で採取された山菜等は、山菜採り名人といった採取者や羽黒山宿坊経営者からの評価が高く、関係者間では一種のブランドとなっている。

地域おこし協力隊は、「タチラボ」を拠点として、商品開発に積極的に取り組んでおり、地域おこし協力隊で開発されたお菓子、地元主婦による笹巻やヤマノイモはブランド化を目指して生産拡大を図っている。また、地元の立谷沢のアユやジュンサイは味や希少性からブランドとなりうる食材である。また、今年から新たに指定管理団体が町所有の養魚場を利用し、新種で大型のニジマス養殖（今年 3,000 尾）を始めており、今後の成果が期待される。

オ 食材及び食文化の発信

庄内町で食されてきた料理のレシピ本「郷土料理集 恵み」が新産業創造協議会により平成 26 年に発刊されているが、発刊部数が 200 部と少なく、現在は在庫もなく入手できない。また、平成 24 年には庄内町商工会女性部が郷土料理と伝統行事を掲載した「伝」を発刊しているが、在庫はほとんどない。立谷沢川のアユやサクラマスなどは稚魚の放流時や漁の解禁日などにマスコミで取り上げられることがあるものの、その他の水産資源や山菜、キノコについては、十分に魅力や情報が発信されていない。また、立谷沢地域の伝統料理や食文化について記載された出版物もほとんど見当たらない。近年では食に関するイベントの開催も実施されていないなかで、昨年、「月の沢温泉北月山荘」で実施した砂金取り体験とそば祭りは好評で、体験型イベントとして意義あるものとなった。

カ 食文化の伝承

行事食を中心とする伝統料理の作り方は、正月、大黒様のお歳夜、ひな祭りなどの伝統行事を行うことで、親から子へ引き継がれているが、近年の核家族化の流れの中で、伝承することが難しくなっている。また、レシピ集は鶴岡市や酒田市では改訂版の製作を行っているが、地域での料理教室等や地域の子どもたちとの料理体験学習なども最近では開催していない。

キ 起業人材の確保・育成

食材や食を生業に繋げることは、どこの地域でも難しいことではあるが、立谷沢地域では、北月山荘の食堂運営者の募集による食事提供の再開、立谷沢公民館内では地域おこし協力隊員 0G による沖縄ソーキそばの開店など、立谷沢の自然環境などに共感を持った人たちが食の提供を始めている。実際に、この地域で民宿などの運営をやってみたいという希望者もいると聞いている。

今後公民館のコミセン化移行に伴い、山菜やキノコ、川魚など産直販売が可能となり、食材や食に対する新たな事業展開も期待できる。鶴岡市では、「次世代料理人決定戦」を開催するなど、食の料理人・事業者の積極的な支援を行っている。

ク 行政の関り

食や食文化を地域の産業振興の柱とするには、農林水産業、食品産業、観光業を含めた複合的な取り組みのほか、生産者、食・食材の提供者、地域の自主団体、ボランティア協力者などとの連携や広域行政としての周辺自治体との連携強化が必要となる。

県では「食の都庄内」を提唱し、庄内の食材にこだわる料理人を「食の都庄内」親善大使として委嘱し、庄内産食材の認知度向上と販路拡大を図り「食の都庄内」のブランド化を進めている。

隣接自治体の鶴岡市では鶴岡食文化創造都市推進協議会を立ち上げ、鶴岡市の食文化の PR を進めてきたことから、2014 年に日本で唯一のユネスコ「食文化創造都市」に認定された。現在も「食文化の継承・創造と共に歩む産業振興」、「食文化を生かした交流人口の拡大」、「食文化による地域づくり」を柱として、SDGs への貢献につながる活動を積極的に行っている。また、鶴岡市では「わたしのイチオシ！つるおか名物コンテスト」、「鶴岡食文化クリエイティブ・フォトコンテスト」、「つる

おかおうち御膳を学ぶ講座」、「鶴岡 次世代料理人決定戦」を開催しているほか、「つるおか料理人名鑑」を製作するなど食文化の発信や料理人紹介など、多くの取り組みがなされている。

本町では、鶴岡市のような食や食文化の発信に関しての特別な施策や専門の部署などはないが、本町のイベント事業では行政主導による「あなたが選ぶ日本一おいしい米コンテスト in 庄内町」は毎年開催され、全国的な取り組みとして評価されている。立谷沢の食材や食文化全体の情報発信の取り組みはほとんどないが、近年栽培され始めたヤマノイモについては積極的に発信し始めている。

ケ 広域連携

鶴岡市がユネスコ食文化創造都市に認定された理由と考えられる大黒様などの伝統料理や行事食は立谷沢地域にも共通して存在するほか、羽黒の精進料理の食材は立谷沢から提供されていることなどからも、鶴岡市との関係性が高いと考えられる。また、地域高規格道路である新庄酒田道路の整備が進んでおり、庄内町は酒田、新庄方面との交通の要所として今後活性化し、近隣の酒田市との食文化の関係性も今後一層高まることが期待される。

(3) 本町の食材利用と食の提供

ア タチラボレディース

(ア) 結成の経緯

平成 30 年 9 月に旧立谷沢保育園を改修し、立谷沢川流域活性化センター「タチラボ」が地域の新たな活動拠点としてスタートした。施設内容は、地域おこし協力隊の活動拠点と 6 次産業化共同加工場等が内設された施設である。令和元年 3 月に地域おこし協力隊員の着任により、タチラボレディースは地元産食材を活用した加工食品を製品化するため結成された。当初は 20 人ほどのメンバーだったが現在は主に 5 人で活動している。

(イ) 地域おこし協力隊の影響と効果

地域おこし協力隊と出会う前は、物を作って販売することには消極的だったが、タチラボで一緒に活動するようになり、売れる物を作ることに積極的になった。また、以前は地元産食材を使用しない分を捨てていたものもあったが、収益を上げるためにも利用することに配慮している。

地域おこし協力隊員から、「みーばあのしその実の佃煮」のパッケージを考案してもらい販売することができた。

(ウ) タチラボレディースの生産する商品

レディースのメンバーで畑を借りてしそを栽培し、しその実の佃煮やしそ巻き作りを行いスーパーや道の駅で販売している。発足当初から笹巻作りと販売を行っていたが、今年に入り JA あまるめから 1 万個の注文が入りメンバー総出で対応している。また、季節物の筍は収穫後にビン詰や缶詰にして保存している。

(エ) 今後の取り組み

活動を継続するには、それに見合う収入源がなければならない。施設の使用料を捻出するのも厳しい状況で、タチラボレディースとして通年活動していくことは考えていない。

また、新たな商品を開発するまでには至っていないが、他で販売していない防腐剤を使用しない商品がないか考えている。

イ 道の駅しょうない風車市場

(ア) 食材の宝庫

立谷沢地域を含む月山山系は山菜、キノコ、川魚など食材の宝庫であり、厳冬期を除き収穫することができる。また、それらの食材を塩蔵、乾物として保存しており、調理方法も多彩で一年を通して味わうこともできる。

(イ) 地域料理、伝統料理

立谷沢地域で採れる舞茸などの天然のキノコやドンゴイ、ゼンマイなどの山菜を保存食として塩蔵加工、乾物にしたものを戻して料理として食べてきた。特に、正月の雑煮は山菜が入るのが特徴となっている。また、その時期にしか採れない食材を使った料理、例えば、アケビの芽を使った料理は酒のつまみとして珍重されている。

(ウ) 採取組織と販売状況

a 山菜部会

山菜部会には50人ほどが加入しており、それぞれが松山、立谷沢、羽黒、角川など別々の場所から採取して持ち寄っている。そのため、同じ山菜でも時期がずれることもあり、品数、種類とも豊富で人気商品となっている。中でも人気があるものは山ウド、シドケ、アイコ、コシアブラ、タラの芽、赤ミズ等である。山菜は新鮮さが大切であり風車市場のオープン時間に合わせるため、組合員は早朝4時頃から山に入り、その後、下処理をして風車市場に搬入している。

b 販売方法、価格と手数料

買い取りでなく委託販売方式。価格も最低価格を設定しているが、基本は組合員が決めている。ただし、正会員は15%、賛助会員は20%の手数料を頂いている。

c 加工品

山菜やキノコは旬の食材として味わうほかに、塩蔵品にも加工して販売している。ただし、施設での共同加工ではなく、個人での加工としている。

d イタドリ会

評判の高いドンゴイ（イタドリ）を使い、塩蔵加工品を作っている。品質を保持するため、共同で採取、処理、漬け込みなどを施設内で行っている。

e 品質管理

山菜は傷みが早く、午後になると価格を下げることもある。また、自然のものであるため大きさも一定とはなっていない。そのため、目揃い会を実施し、品質管理の向上と日持ちできるパッケージ方法の改良等にも取り組んでいる。

(エ) 立谷沢地域の食材を生かすために

立谷沢地域は山岳信仰、山岳修験の聖地として信仰を集めてきた出羽三山との関係が深く、古くから多くの食材を提供してきた。そのため、地元への供給量に限りがあり、風車市場でも人気商品でありながらも、品薄状態となっている。ま

た、食堂では山菜の天ぷらのメニューはあるが、山菜料理として固定化されたものではなく、一年を通じた名物メニューの開発も検討されている。

一方、地元の食材を生かした料理を楽しむためには、食材が採れたその場所で味わうことが重要であり、食を生かした体験、休息、自然探索など、その地域ならではの魅力につなげていく必要がある。若い世代や子供たちに、どんなところに山菜があるのか、採ったものを調理し食べてみるなど、現地での体験実習、調理などを組み込んだ企画や伝統料理、郷土料理を味わえる料理教室の開催も検討する必要がある。

川魚はアユ、ヤマメ、イワナ、ウナギなどが人気があるが、これらを保存する冷蔵庫や冷凍庫がなく、これを設置すれば、地元魚の仕入れ販売も増やすことができる。

ウ 宿坊、大進坊

(ア) 立谷沢地域とのかかわり

羽黒山、門前町の宿坊が連ねた手向（とうげ）は、古来より出羽三山の山岳信仰、山岳修験を支えてきた地域で、江戸時代には 300 軒ほどあった宿坊は、現在で 26 軒に減少しているが、今でも出羽三山信仰の大切な役割を担っている。大進坊は羽黒門前町手向の宿坊で、地元の山菜を活用した伝統料理を継続的に食提供している。

本町の立谷沢地域は、羽黒山開祖と言われる蜂子皇子の神社や多くの宿坊があったとされる皇野（すべの）と呼ばれる地域があるなど宿坊とは歴史的に深いつながりがあり、羽黒街道（現：羽黒古道）を通じ、古くから人的交流や文化交流があった。

鶴岡市が平成 26 年 12 月に「ユネスコ食文化創造都市」の認定を受けた理由の一つに、自然環境の保全や、長い間途絶えることなく提供されてきた宿坊の伝統料理の存在（精進料理）が上げられている。

(イ) 山菜採取と確保

山菜やキノコの提供は羽黒と立谷沢地域の採取者で組織されている山菜組合の方に依頼しているが、昔から特定の提供者とそれぞれの宿坊との信頼関係に依存してきた。地元で採取できる旬の時期に採取したものを、一旦塩蔵・乾燥するなどして保存したものを調理し冬でも食材として活用している。

(ウ) 山菜採取

採取する場所は、立谷沢地域も含む月山山系一帯のことで、特に立谷沢地域は高低差があり山菜の品質がよく評価も高い。近年、採取者の高齢化が進み交流が希薄になってきているが、古くからの、山菜採取を通じた人間関係は今でも繋がっており、山ウドや月山ダケなどの提供を受けている。

(エ) 今後の展望

立谷沢地域の山菜は宿坊では、精進料理の食材として特に重宝されており、大進坊で提供される精進料理は、味や美しさ、品数やボリューム、低料金などが好評で、コロナ禍でも利用客は増えつつある。

近い将来、内陸と結ぶ高規格道路が整備されていくことで、清川・立谷沢を通

り手向から市内へ向かう人の流れが増加していくことも予想される。今後、食と食材を結ぶ地域連携強化を図ることで立谷沢地域の生業を創出することも可能である。立谷沢地域と手向地区との繋がりを維持することは、SDGsによる持続可能な町・地域づくりの考えにも資するものと考ええる。

エ 「食の都庄内」親善大使の土岐正富氏

食の都庄内の親善大使である本町在住の土岐氏から実際に立谷沢産の食材を用いた料理を創作していただき、それを試食しながらプロから見た評価等を聞き取りした。以下は土岐氏からの話である。

(ア) 立谷沢の食の魅力・伝統料理

立谷沢川の清流が何ととっても魅力的である。月山ダケをはじめとした山菜も評価が高く、地元以外にもPRして広めるべきである。羽黒山の宿坊で出される料理の多くは立谷沢産の食材を使用しており、伝統料理の継承にも生かされている。

(イ) 立谷沢産の食材と特色

以前から立谷沢のそばに注目していた。町がそば街道を目指すといったことも耳にしたことがある。北月山荘がその拠点となるのではないかと思っている。

川蟹（モクズ蟹）を使った料理も特色があり、時期になれば川蟹汁が食べられるなど、そこに行けば必ず食べる、買うといったものがあれば特色になると考えている。

(ウ) 食材を生かした料理

月山ダケをはじめとした山菜は評価が高く、今現在も羽黒山の宿坊で提供され好評を得ている。このような豊かな食材を加工品として販売し、地元以外でも認知度を向上させれば、どこにも負けない商品になると思っている。また、料理を提供するだけでなく、加工品の販売は若い農家の収入源としても有効だと考えている。

(エ) 食の里の発信の仕方

普通の宣伝ではなく、ストーリー性を持たせたPRをするべきではないか。例えば清川歴史公園、清河八郎、舟運でつながりがある酒田・本間家などとコラボレーションすることも必要だと思っている。また、昔のメニュー復刻なども考えられる。

(オ) 料理、食材の伝承の仕方

その地域に行ってもいつでもおいしいものが食べられる環境が必要である。大きな施設、きれいな施設が必要なわけではなく、古民家などを利用したお店があれば地元の料理、食材が伝承されていくのではないか。今の旅行者は高価なものを食べて満足するのではなく、その地域のおいしいものを食べて感動することを求めている。

(カ) 「食の都庄内」親善大使として

地元食材を生かせる料理人の育成が必要である。素朴な食材を生かすための盛り付けや器選びなど、目でも楽しませることが出来る技術を身につけてほしい。また、若い料理人、女性の料理人の育成もこれからの課題と考えている。

他県の料理人からは、食材豊富な庄内の料理人は羨ましいと思われる。こ

ういった状況からすれば、もっと食に関する誘客はできていると思っている。

[課 題]

- (1) 食材と食の提供場所の確保
- (2) 食材の安定的確保と生産拡大
- (3) 食品開発と製造及び販路の拡大
- (4) 新規食品のブランド化の推進
- (5) 食材及び食文化の発信
- (6) 食文化の伝承
- (7) 起業人材の確保・育成
- (8) 行政の関りの強化
- (9) 広域連携の推進

立谷沢地域の主な食材(山菜、キノコ、川魚・カニ)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
【山菜】												
ふきのとう				←→	←→	←→						
あざみ				←→	←→	←→						
笹ダケ				←→	←→							
ひろこ				←→	←→							
赤・青コゴミ				←→	←→	←→						
カンゾウ				←→	←→	←→						
葉ワサビ				←→	←→	←→						
ふじな				←→	←→							
山ニンジン				←→	←→	←→						
アケビの芽				←→	←→	←→						
タラの芽				←→	←→	←→						
コシアブラ				←→	←→	←→						
ウド				←→	←→	←→	←→					
ワラビ				←→	←→	←→	←→					
フキ				←→	←→	←→	←→					
赤ミズ				←→	←→	←→	←→	←→				
青ミズ				←→	←→	←→	←→	←→	←→			
ネマガリダケ				←→	←→	←→	←→					
ジョンナ				←→	←→	←→	←→					
シオデ				←→	←→	←→	←→					
ウルイ				←→	←→	←→	←→					
シドケ				←→	←→	←→	←→					
アイコ				←→	←→	←→	←→					
ニリンソウ				←→	←→	←→	←→					
アマドコロ				←→	←→	←→	←→					
カンデナ				←→	←→	←→	←→					
ドンゴイ				←→	←→	←→	←→					
【キノコ】												
トビダケ							←→	←→				
モダシ								←→	←→			
マスタケ								←→	←→			
マイタケ								←→	←→			
クリタケ									←→	←→		
ナメコ									←→	←→		
ムキタケ										←→	←→	
ヒラタケ										←→	←→	

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
【川魚・カニ】												
イワナ				←→	←→							
ヤマメ				←→	←→							
アユ								←→	←→			
サクラマス				←→	←→							
ハヤ				←→	←→							
カジカ										←→	←→	
モクズ蟹										←→	←→	

参考：ひろこ（ノビル）、ジョンナ（ヤマブキショウマ）、シドケ（モミジガサ）、アイコ（ミヤマイラクサ）、ドンゴイ（イタドリ）

視察地 山形県鶴岡市

1 視察年月日 令和3年5月24日

2 視察の目的

立谷沢地域には年間を通して山菜やキノコ、川魚等の自然に恵まれた食材が数多くある。これらを生かした食の里づくりを目指して、地域活性化や稼げる産業づくりに資するために、ユネスコ食文化創造都市に認定されている鶴岡市の食に関する事業について調査することとした。

3 視察地の概況（令和3年4月30日現在）

- (1) 人口 123,077人
- (2) 世帯数 49,372世帯
- (3) 面積 1,311.53km²
- (4) 財政規模 70,245,000千円（令和3年度一般会計当初予算）
- (5) 地勢

鶴岡市は、県西北部に位置し、北は鳥海山、東は月山、南に朝日連峰といった山々に囲まれている。日本海に面している西側は、全国でも有数の庄内砂丘が広がっており、最上川と赤川の流れに育まれた庄内平野の中心に位置している。

平成17年10月に近隣5町村（藤島町、櫛引町、羽黒町、温海町、朝日村）と合併し、面積では東北一、人口では県内第二の都市となっている。

4 取り組みの現況

ユネスコ創造都市ネットワークとは、グローバル化の進展により固有文化の消失が危惧される中、文化の多様性を保持するとともに、世界各地の文化産業が潜在的に有している可能性を都市間の戦略的連携により、最大限に発揮させるための枠組みが必要であるとして、ユネスコが2004年に創設したネットワークとなっている。

ネットワークへの加盟を目指す都市は、文学、映画、音楽、クラフト&フォークアート、デザイン、メディアアート、食文化の7分野から1つを選んで申請し、ユネスコ本部（パリ）の審査・認定を経て加盟登録することになっている。

(1) ユネスコ創造都市ネットワークへの加盟

2014年（平成26年度）12月1日にユネスコ創造都市ネットワーク「食文化」分野への加盟が認定された。国内では5都市目（当時）としてネットワークに加盟認定された。「食文化」分野での加盟認定は国内初となっている。

ア 加盟認定に向けた経過

2009年（平成21年度）に当時の市長が鶴岡ルネッサンス宣言を行い、文化の創造によるまちづくりを施策の柱とし、その象徴として加盟認定が推進された。

2010年（平成22年度）7月より、申請への準備を兼ねた調査研究を実施してい

る。加盟認定までの間、2011年（平成23年度）7月には鶴岡食文化創造都市推進協議会を設立、パリのユネスコ本部を訪問し、出羽三山の山岳信仰や民俗芸能・黒川能などの精神文化にも通ずる精進料理等、鶴岡市の食文化のPRを行ってきた。

イ 認定されたポイント

ユネスコからの評価内容は明らかにされていないが、PRした内容として、東北一の広大な市域を持ち、海拔0m海岸線から2000m級の高山がある豊かな自然が広がる地域であること、また出羽三山の山岳信仰、黒川能をはじめとした文化、芸能資源があり、地域振興及びユネスコ創造都市ネットワークへの貢献の可能性が期待されて加盟認定されたと考えている。

(2) 認定後の取り組み

加盟認定後は、鶴岡食文化創造都市推進協議会が主体となって様々な事業を行っている。令和元年度からは更に広く市民や関係者を巻き込むために、食品衛生協会、すし組合などの業界団体や高校なども入れた34団体で取り組んでいる。

ア 鶴岡市食文化創造都市推進プラン

令和元年度には、第二次鶴岡市総合計画と連動し、食育と地産地消、食文化の取り組みがより一層市民に分かりやすくなるよう、新たにプランを作成した。国内唯一の食文化創造都市として食に関するSDGsへの貢献につながる活動を行っている。

鶴岡市食文化創造都市推進プランでは、「食文化の継承・創造と共に歩む産業振興」、「食文化を生かした交流人口の拡大」、「食文化による地域づくり」の三つを施策の柱としている。

(ア) 産業振興

平成29年度より産業振興策の一環として、料理人育成事業、料理人確保事業、食品製造業の振興、また農林水産物の販路拡大等の事業を行っている。

a 食文化創造アカデミー

平成29年度から毎年、第8講からなる講座を開催。地域の食文化やデザイン、素材、調理科学、料理創造実習など幅広い知識を市内外の講師陣を招いて実施しており、令和3年度も開催している。

b 海外への料理人派遣制度

平成30年度から行われた事業であり、これまでは韓国・全州市、スペイン・バレンシア市など、海外5都市へ6人の料理人が同制度で派遣されており、派遣された料理人自らの店舗で市民へ成果を披露する活動も行われた。ただし、現在はコロナ禍により中止となっている。

c 世界料理人交流事業

平成29年2月に、スペイン・ビルバオ市に市内料理人を3人派遣、同年4月にはビルバオ市から星付きシェフ3人が来鶴、食文化を学ぶ料理人と相互交流を実施した。

d 鶴岡No.1次世代料理人決定戦

料理人の更なる研鑽、気運の醸成を促し、食の魅力向上に資するため令和元年度に初めてコンペティション形式で実施した。市内の料理人17人がエントリーし、決勝には6人の料理人が選ばれた。入賞者4名は市の食のアンバサダー

として活躍している。今年度、第2回を開催する。

e 料理人短期研修型インターンシップ事業

市内料理人の人材不足の緩和・解消を図ることを目的として実施した。4泊5日のプログラムを展開し、フィールドスタディなどで学びを深めた。2人が市内に就職するなどの成果があった。

f つるおか名物コンテスト

新たな名物を発掘し、情報発信を強化することで食品製造業の振興を図ることが目的となっている。市民が試食審査を行い、その情報を事業者へフィードバックすることで加工品の改良や改善に役立てている。また、市民審査で得票が多かった事業者に、金・銀・銅の各賞を授与している。

コンテストは隔年開催となっており、平成30年の第1回は市民100人が審査に当たっている。令和2年に第2回目を開催したが、コロナ禍により、12人に絞って有識者と市民による審査を行った。

g 魚の美味しいまち鶴岡キャンペーン

コロナ禍の影響で地魚の需要が低迷したこと、令和2年7月豪雨で月山ワインが被災したことを背景に開催された。目的として、地魚、地酒等の消費拡大・生産者支援、飲食店・旅館等の利用拡大、地産地消体制の強化が挙げられる。キャンペーンの内容は、地魚販促キャンペーンでは飲食店等で仕入れが最大半額となることや、低利用魚を無償で提供するなどの取り組みとなっている。

需要喚起キャンペーンは、飲食店を利用した方へ懸賞ハガキを配布、応募してもらい、月山ワイン、地酒、鶴岡シルクが当選する取り組みを実施している。財源は国からの補助金を充てている。

同キャンペーンの中で、「ぱぱっとおうちで魚ごはん」と称した講座も開催し、旬の地魚をテーマとした料理教室をこれまで計4回開催している。講師は鶴岡食のアンバサダーなど4人が務めた。イベントの様子はYouTubeで動画を配信し、情報発信にも力を入れている。

(イ) 交流人口の拡大

フードツーリズム事業として、食の魅力を案内するガイドの育成や、旅行会社との連携で、来訪者の増加を図るための取り組みを行っている。

a 「鶴岡ふうどガイド」の育成

平成26年度から観光客等に鶴岡ならではの食の魅力を案内するガイドの育成に取り組んでいる。ボランティアではなく、有償としてのガイド業としている。座学と現地学習、ガイド学習、プロのバスガイドによる特別実習などを経たうえで、試験に合格した人を「鶴岡ふうどガイド」として登録している。平成26年4月に一期生20人を認定、14人が実際に活動を始めている。現在は51人が認定されている。旅行会社と連携して活躍している人もいる。

b 「鶴岡ふうどガイド」の活躍

平成29年度から新潟県に拠点を置く「ハミングツアー」社と連携して鶴岡ふうどガイドが企画・提案したツアーが催行されている。令和2年度はコロナ禍で低調だったが、平成29年度からの3年間は、ツアー数26件、来訪者536人

といった実績を上げている。

c 海外プロモーション

2015 ミラノ国際博覧会に出展、2日間で約8,000人の来場者があった。出羽三山の精進料理を披露するなどして、国内トップクラスの入り込み状況となった。

2016 パリ・インバウンドプロモーションに参加、ユネスコ本部で菓子職人によるデモンストレーションを国内の創造都市共同で実施し、食文化のPRを行った。また、鶴岡市単独でパリ市内のレストランを貸し切り、現地旅行エージェントへ食と観光に関してのプロモーションを行った。

d イタリア食科学大学との戦略的連携協定の締結

2016年12月に3か年における戦略的連携協定を締結、世界から日本の食文化を学びに来る拠点としている。海外だけではなく、国内の辻調理師専門学校とも連携し、「皿の外側」を学ぶプログラムを通して、食材の産地や生産者についても学習を行っている。

e 庄内酒まっりの開催

実行委員会を組織し、平成26年から開催している。庄内全18酒蔵が参加し、地元のおいしい酒を試飲・購入出来るイベントとして定着しており、100種類以上の地酒を試飲することが可能となっている。地酒だけではなく、庄内の旬の食べ物を提供するブースも設置している。令和3年度はコロナ禍の影響もあり、形を変えた開催を考えている。

f おいしい鶴岡 食の映画祭の開催

市民が食や食文化の映画を通して多様な考え方、食のあり方を学ぶ機会として開催している。平成28年から実行委員会が企画・運営している。第5回となった令和2年度はコロナ禍により初めてオンラインでの開催となったが、市内だけでなく県外などからも参加者があり好評となった。

g 農水省「SAVOR JAPAN」の認定

平成28年に農水省が創設した制度で、鶴岡市は平成28年11月5日に認定された。地域の食と、それを生み出す農林水産業を核としたインバウンド事業で観光客の誘致を図る地域の取り組みを認定している。訪日外国人の誘致活動として取り組んでいる。鶴岡市は全国初の認定地域の1つとして選ばれている。認定期間が5年であり、昨年度改めて申請、認定期間が延長となった。

(ウ) 地域づくり

郷土食の保存や継承、また児童に向けた食育、食文化への理解促進などを図る活動も行っている。

a 郷土食のレシピ集「つるおかおうち御膳」

平成22年9月に郷土食や行事食のレシピをまとめた「つるおかおうち御膳」を発刊し、これまで2万5千部を発刊、平成27年からは若い世代への啓発を図るため、婚姻世帯へ同誌を贈呈している。このほか、「はたけの味」といった地域食材へスポットを当てたレシピ集も発刊している。「つるおかおうち御膳」は発刊から10年が経つことから、現在改定中となっている。また、令和元年度に

は「つるおかおうち御膳料理教室」も開催し、郷土食を次世代へ継承する機運を高める活動も行っている。講師として、地域の方などに協力してもらっている。地域ごとに行っている食にまつわる事業についても支援している。

b 食育・食文化学習支援

子どもたちが郷土の食文化への理解促進を図るため、保育所等や小中学生を対象に農業体験や食文化学習の支援を実施している。具体的には食文化に関連する冊子の配布、食育農業体験、野菜農家による授業・給食交流、小学生への食文化自由研究支援講座などが実施されている。

c 豊かな食の郷土づくり研究会

都市間の地域連携として、食や食文化でまちづくりを行う自治体の成功・失敗事例を共有し、自らの自治体の取り組みに生かすための「豊かな食の郷土づくり研究会」を令和元年度に設立している。会員数は全国の自治体が加盟し、現在 91 団体となっている。発起自治体は新潟市、小浜市、志摩市、神戸市、鹿児島市、鶴岡市の 6 自治体である。都市間連携のほか、将来的には食や食文化に係る施策について国への提言なども検討している。

(エ) 課題と今後の展望

課題としては各自治体とも共通するものとして財源の確保が挙げられる。現在は国からの地方創生交付金、文化庁からの補助金を充てているが、いつまで続くかが不透明なので、今後の財源確保は大きな課題となっている。

2 点目の課題として、食文化に関する事業をどのようにすれば目に見える成果として示せるか、様々なキャンペーンなども試験的に行っているが、生産者と消費者をつなぐなど成果も出ているので、理解が深まる取り組みをしたいとしている。また、多様な関係者との連携については、鶴岡食文化創造都市推進協議会は 34 を超える団体から構成されており、庁内でも複数の部署が関連している一方、理想とのギャップがある中で連携強化を図ることも課題として挙げられる。

今後の展望としては、推進プランの一つにもなっている人材育成の強化を図っていききたいとしている。施策としては、子どもころから郷土の食文化に接してもらい、食を通じて郷土愛を深めてもらえるようなものを考えている。また、生産者の思いを消費者へ届けられるような料理人を含む人材の育成にも取り組んでいきたいとしている。インバウンドへの対応、取り組みも大事だと感じ、コロナ禍で低調な部分もあるが、アフターコロナに対応すべく準備をしたいとしている。

5 考 察

視察前に想定していたより、かなり多くの事業が実施されており、先進事例として大いに参考になった。各事業の推進体制については管理職を含めた 6 人体制と聞き、バラエティに富んだ内容であることを考えると、担当部署の皆さんの努力も並大抵ではないと感じた。

昨今の食に関する国民の関心の高さは、グルメ番組の多さや、書籍なども食に関するものが多く、鶴岡市が 2011 年 7 月には鶴岡食文化創造都市推進協議会を設立し、海外でも積極的に PR するなど、地域の食・食文化を前面にしたまちづくりを行ってきた

ことは、観光客・インバウンドの増加や人材の育成に確実に繋がっていると感じた。また、郷土食の継承や、児童などへの食育にも力を入れており、レシピ集の発刊や配布、農業体験支援は本町でも参考になるものである。

今後の財源などが課題に挙がっていたが、クラウドファンディングなども活用すれば各事業が継続できるのではないかと考えられる。本町ではふるさと応援寄付金基金の制度があるので、事業を行う際は活用できるのではないかとと思われる。

ブランディング戦略もしっかりしており、食文化創造都市のロゴマークを商品に付けられる、しかも特に厳しい条件を付していないので、新たな食文化の創造、お土産品の開発などにも効果があるのではないかと思える。

数多くの事業が実施されており、国際的な認知度の向上にも努められていて、これが今すぐ本町の施策に生かせるかといえ、財源や人員配置、人材発掘など課題は多くあるが、地元食材の消費拡大、情報発信、ブランディングの面では参考にして実施できる部分もあると感じた。

視察地 山形県庄内総合支庁産業経済部地域産業経済課

1 視察年月日 令和3年5月24日

2 視察の目的

山形県では、以前から「食の都庄内」づくりに取り組んでいることから、事業内容や取り組み状況等について調査することとした。

3 視察地の概況（令和3年4月1日現在）

- (1) 人口 1,060,235人
- (2) 世帯数 398,173世帯
- (3) 面積 9,323.15km²
- (4) 財政規模 682,343,000千円（令和3年度一般会計当初予算）
- (5) 地勢

山形県は、蔵王、月山、鳥海、吾妻、飯豊、朝日と日本百名山に数えられる秀麗な山々に囲まれ、南から連なる米沢、山形、新庄の各盆地と庄内平野を母なる川最上川が流れる、美しい自然に恵まれた地域で、南から、置賜、村山、最上、庄内の4つの地域に大きく区分されている。

その中の庄内地域は山形県の北西部に位置し、東は月山を中心とする出羽丘陵によって県内陸部と隔てられ、西は日本海に面し、北は鳥海山が秋田県との境を、南は朝日山地が新潟県との境をなしている。

平成17年度、庄内12市町村が関わる市町村合併が行われ、新たに鶴岡市、酒田市、庄内町が誕生し、これまでの2市11町1村から、三川町、遊佐町と合わせ2市3町に生まれ変わっている。

4 取り組みの現況

山形県では、庄内の四季折々の多彩な食材と、歴史・風土が育んだ食文化を、庄内の魅力として地域内外に発信するとともに、事業者や個人などによる、生産、加工、販売、観光交流等における多様かつ主体的な取り組みをとおして、「食の都庄内」のブランド化を推進し、食を起点とした地域産業の活性化を図るため、「食の都庄内」づくりに取り組んでいる。

(1) 「食の都庄内」づくりに取り組むきっかけ

平成15年度に奥田政行シェフと山形大学農学部の江頭准教授(当時)が、生産者を訪問して在来作物の掘り起こしを行うと共に、月刊誌「庄内小僧」に連載され、奥田シェフが「食の都庄内」を提唱し始める。平成16年度、山形県で「食の都庄内」づくり推進事業が予算化され、奥田シェフを「食の都庄内」の親善大使に委嘱する。

(2) 推進体制

ア 「食の都庄内」づくり推進会議

平成 22 年度に設置。「食の都庄内」づくりの推進について、47 の機関・団体で構成し、今後の取り組みの方向性について意見をいただいている。

会長：庄内総合支庁長

構成：産学官金の関係機関・団体

役割：「食の都庄内」づくりの総合的な推進

『「食の都庄内」親善大使』委嘱

会議：年 1 回

イ 「食の都庄内」ブランド戦略会議

平成 26 年度に設置。16 名で構成し、「食の都庄内」づくりを実施するに当たっての具体的な事業計画や予算などを決定している。

会長：庄内総合支庁地域産業経済課長

構成：管内市町及び庄内総合支庁の関係課

役割：「食の都庄内」づくりの事業計画及び実施

会議：年 2 回

ウ 「食の都庄内」づくり委員会

令和 2 年 3 月に設置。「食の都庄内」づくりの取り組みを評価・検証する機関として組織された。

委員：有識者、食関連産業代表者及び「食の都庄内」親善大使

令和元年度会議の座長は山形大学農学部平教授(食料生命環境学科)

役割：「食の都庄内」づくりの取り組みを評価・検証

会議：年 1 回

エ 「食の都庄内」協力店

平成 27 年度より開始。協力店数は令和 3 年 3 月末現在で 538 店(随時募集中)となっている。

協力店とは事業者より庄内地域の多彩な食材と豊かな食文化を活かした商品やサービスを提供し、地域内外の多くの人に積極的に庄内の食の魅力の PR を行っている。ただ、食の都庄内」ブランド戦略会議が主催する各種事業に積極的に参画いただくもの。

ブランド戦略会議は、協力店を SNS 等で紹介、協力店へのイベント・商談会等の情報提供、のぼり旗やステッカーの無償提供等を行っている。

オ 「食の都庄内」サポーター

平成 22 年度に開始。サポーターの数は令和 3 年 3 月末現在で 1,627 名(随時募集中)となっている。

サポーターとは、庄内の食の魅力や価値について、口コミや SNS 等で地域内外の多くの人に情報発信を行う個人で、「食の都庄内」ブランド戦略会議が主催する各種事業に積極的に参画いただくもの。

ブランド戦略会議は、サポーターへの情報提供、イベント紹介等を行っている。

カ 「食の都庄内」親善大使

親善大使とは、旬のこだわり食材を首都圏のレストランなどへ宣伝し、そのすばらしさを伝え、庄内にお越しいただいた料理人やお客様たちへ、食材の良さと生産

者のこだわりを伝えるもの。また、地元の味として欠かせない在来作物や特産食材の素晴らしさを伝えるもの。現在、4名体制。

奥田政行氏(平成16年度委嘱)

アル・ケッチャーノのオーナーシェフ

太田政宏氏(平成17年度委嘱)

レストラン樺、ル・ポットフーの料理長を務めた

古庄 浩氏(平成17年度委嘱)

モロッコ日本大使館、大阪第一ホテル等を歴任後、東京第一ホテル鶴岡で総料理長を務めた。現在は関西圏にて活躍中

土岐正富氏(平成25年度委嘱)

ベルナール酒田の総料理長を務め、その後天真学園高校非常勤講師を務めた

キ 「食の都庄内」のロゴマーク

「食の都庄内」のPRのため、ロゴマークを作成している。マークは全部で5色あり、平成27年度に商標登録している。

色のイメージ

緑色：庄内の豊かな自然や農産物

朱色：庄内浜に沈む夕日

青色：庄内の海や川、海産物

桃色：庄内の色とりどりの花

橙色：庄内平野の豊かな実り

(3) 「食の都庄内」づくりのこれまでの取り組み

ア 平成16年度～18年度

「食の都庄内」親善大使を委嘱して、庄内の多彩な食の魅力を外に向けてアピールした。また、在来作物をはじめとする庄内の多彩な食の魅力を発信した。

これによって、対外的に評価されることにより、庄内地域のイメージアップが図られた。

イ 平成19年度～25年度

推進会議を設置し、サポーターを立ち上げ、庄内の食の豊かさを実感し、その魅力を地域内外へ広く発信する取り組みを推進した。

これによって、「食の都庄内」の認知度の向上が図られた。

ウ 平成26年度～28年度

ブランド戦略会議を設置し、協力店の募集を開始。また、個人による発信力の強化を図るためサポーターの内容を見直し、地域一体となって「食の都庄内」づくりを推進する態勢を整備し、内発的な情報発信の取り組みを喚起して、事業者や個人による庄内の食の魅力発信を波及させた。

これによって、内発的な取り組みによる「食の都庄内」づくりの態勢が始まった。

エ 平成29年度～令和2年度

新潟県・庄内エリアDCやブランド魚キャンペーンなどを通し、観光・水産部門との連携を強化した。

ショウナイフードブックなどの啓発物品の刷新、インスタグラムやツイッターな

どのSNSの取り組みを開始し、事業者や個人の主体的な庄内の食の魅力発信を喚起した。

これによって、「食の都庄内」が一定の認知度を得、「庄内の食」を中心に交流を盛り上げていく意識が醸成された。

オ 令和2年度

「食の都庄内」づくり推進会議にて意見聴取や、「食の都庄内」づくり委員会にて評価検証を行って、課題の整理及び今後の取り組み方針を決め、「食の都庄内」づくりアクションプラン[第5期]を策定した。また、コロナ禍の中、これまでのような取り組みが実施できないことから、オンラインで親善大使による庄内の正月料理をテーマに料理教室を開催した。

(4) 「食の都庄内」づくりの今後の取り組み

令和3年3月に、『世界中の人に愛される「食の都庄内」を目指して』を基本目標とした「食の都庄内」づくりアクションプラン[第5期(令和3~6年度)]を策定する。

アクションプランでは、ウィズコロナ・ポストコロナ時代のSDGsの推進と、DX※(デジタルトランスフォーメーション)の加速による生産性向上を加味した3つの展開方策に基づき取り組みを推進することとしている。

ア 展開方策1：庄内の食材の価値・ブランドの更なる向上

- (ア) ブランドを支える生産基盤の確立
- (イ) 食に関わる各機関・団体と連携した一体的なPRによる認知度の向上
- (ウ) SNS等を活用した庄内全域にわたる情報発信の強化
- (エ) 新たな視点による庄内の食の魅力の発掘及び創造
- (オ) DXの推進
- (カ) 流通ルートが多チャンネル化の推進

イ 展開方策2：庄内の料理人等の育成・定着

- (ア) 小・中・高校生世代及び保護者等への庄内の食の価値の普及(SDGsの推進)
- (イ) 「食の都庄内」を担う地元料理人等の育成及び定着

ウ 展開方策3：庄内の「食」を中心とした交流拡大

- (ア) 庄内の「食」による交流機会の創出
- (イ) 世界に向けた庄内の「食」の情報発信強化

5 考察

県では、食を起点とした地域産業の活性化を図るために「食の都庄内」のブランド化の推進に取り組んでいる。きっかけは、本町にあったレストラン「やくけっちゃん」を監修した奥田シェフが、平成15年度に「食の都庄内」を提唱したことで、翌年度の平成16年度には県で推進事業が予算化され、「食の都庄内」づくりが始まったとのこと。

県では、事業を推進するためにはPRが重要ということで、様々なPR方法を実施していた。例えば、事業の初年度から料理人に親善大使を委嘱して、料理を通じて庄内の食材の素晴らしさを地域内外へ伝えている。

また、効果的なPR方法として、SNSや口コミなどで発信することと捉え、サポーターを募り、それぞれの立場から「食の都庄内」の魅力を発信していただいていた

し、協力店を募り、のぼりやステッカーを作るなどして協力店が商品やサービスを提供する中で、庄内の食の魅力をPRしていただいていた。

また、県では「食の都庄内」をPRするために、ロゴマークを作成し、5色の色別にそれぞれイメージ付けして活用していた。

昨年度は、新型コロナウイルス感染拡大によって思うような事業展開ができなかったことから、料理教室をオンラインで配信するなどして取り組みを図っている。

このように、県では、様々なPR方法を実施して効果的に「食の都庄内」をPRしていた。本町においても、今後食の里づくりに取り組むようになった場合には、効果的なPR方法として参考になるものであった。

※DX：情報技術が社会のあらゆる領域に普及・浸透することによってもたらされる変革

視察地 村山市 株式会社 大高根じゅん菜採取

1 視察年月日 令和3年10月12日

2 視察の目的

立谷沢地区周辺には、年間を通じて豊富な山菜やキノコ、川魚等の自然に恵まれた食材が数多くあり、地域の伝統的な食文化がある。特に地域内には県内でも珍しいじゅんさいの生育地があり、活用方法を模索している。

村山市には、県内でも有名なじゅんさい沼があり、採取の体験や販売などで村山市の観光や知名度の向上に寄与していることから、その実状を調査することとした。

3 視察地の概況

- (1) 視察地の名称 株式会社 大高根じゅん菜採取
- (2) 設立年月日 平成30年10月25日
- (3) 代表者 代表取締役 西川孝士氏
- (4) 構成員 25人

4 取り組みの現況

山形県村山市にある大谷地沼(通称じゅんさい沼)は、約300年前に周辺水田のかんがい用水のため池として誕生した。いつの頃からかじゅんさいが自生しはじめ、そこに人々はごく当たり前のこととして、自然の恵みを頂いていた。

しかし、昭和40年代水質の変化により(農薬の流入)じゅんさいは徐々に枯れてしまい、絶滅の危機に陥った。そこで、組合員たちの復活を願う奮闘が始まり、村山市の西部に位置する標高1500mの葉山からの水だけが入るよう水路の整備と雑草の除去など一つひとつ取り組みを行った。その努力に応えるように昭和54年夏に以前のじゅんさい沼に復活させることができた。

(1) 会社設立の経緯について

昭和55年から平成にかけての最盛期には55人の組合員で構成されていたが、平成30年にじゅんさいを採取する漁業権を取得するために法人化する必要があり、それまでの大高根じゅん菜採取組合から株式会社大高根じゅん菜採取を、当初23人で設立し現在25人で活動している。

(2) じゅんさい沼の所有権と管理体制について

じゅんさい沼の所有者は村山市で、沼の管理は平成30年に株式会社大高根じゅん菜採取が引き継ぐまでは、富並川伊蔵堰土地改良区が行っていた。

また、村山市は中山間地域農業農村総合整備事業を活用し、駐車場、管理事務所、桜の植樹、沼の整備など行ってきた。

(3) 年間の収穫量

昭和55年当時の最盛期には、55人の組合員で年間10トンほどの収穫があった。し

かし、熟練した組合員の高齢化に伴い収穫作業から退く組合員が増加し、年々収穫量が減少して令和3年の収穫量は1470kgまで落ち込んでいる。

(4) 売上げ金額と販売先、加工方法

令和3年の法人の組合員が収穫するじゅんさいの販売額は210万円で、他に観光の一環として摘み取り体験などイベントでの売上げ額は、95万5千円あり合計約300万円の販売額となっている。販売先はスーパーマーケットなどには流通しないで、収穫期の6月から8月の月曜日の定休日を除く日に、管理事務所前で直接販売を行っているが、5分ほどで完売する時もある。また、近年はふるさと納税の返礼品として村山市に納入している。

販売価格(直接販売)

Mサイズ 150g 500円 300g 1000円 500g 1500円

Lサイズ 500g 1000円

また、じゅんさいは主に生食で食され、同組合では加工食品としては販売していないが、ふるさと納税の返礼品は化粧ビンに入れて対応している。

(5) 年間の体験者数と料金

じゅんさいの摘み取り体験は、6月中旬から8月初旬の午後1時30分から4時まで行われている。体験料金は1時間当たり大人1000円(中学生以上)、フリータイム1100円、子供(小学生)500円で、1シーズン900人ほど訪れている。現在箱舟は全部で33隻ありそのうち24隻が体験用に使用されている。たたみ1畳ほどの箱舟に乗ってのじゅんさい摘みは、山形県の風物詩として度々テレビ放映もされている。

摘み取り体験で収穫したじゅんさいは、1kgまでは持ち帰ることができ、それ以上は100gあたり80円で買い取りしている。

(6) 行政からの補助・支援等・情報発信料

ア 村山市からの支援(地方創生推進交付金活用)令和2年度

(ア) 沼の泥の浚渫工事費 126万5千円

(イ) 箱舟製作費の1/3補助金(9隻) 16万円

(ウ) 販路拡大に係る委託料 58万円

(エ) シーズン時にマスコミへのPR活動

イ 山形県からの支援

箱舟8隻分の製作費

(7) 課題と今後の取り組みについて

ア 課題

(ア) 収穫量の減少

じゅんさいはシーズン中に摘み取らないと花化して摘み取りができなくなり、時間の経過に伴い堆積化してしまい自生地が狭くなり収穫量が減少している。

(イ) 人材の確保

最盛期には摘み取る人が50人ほどいたが、高齢のためリタイヤしたり、サクランボの収穫時期と重なるため現在は10人ほどで収穫しているが人材の確保が難しい。

イ 今後の取り組み

- (ア) 沼の泥の堆積化を防止するために環境整備を行う。
- (イ) 収益を高めるために加工販売への取り組み。
- (ウ) 事業を引き継げる後継者の確保。

5 考 察

村山市の大谷地沼(通称じゅんさい沼)は、国道 347 号から 500m ほど奥まった丘陵地にある約 10ha の沼である。この沼は江戸時代に農業用ため池として当時から稲作の重要な役割を担っていた。いつの頃からか天然の良質なじゅんさいが自生しはじめ、地元大高根地区の有志によるじゅんさい採取組合が摘み取りや沼の管理を行ってきた。

県内でも、天然のじゅんさいの自生地は珍しく山形県の風物詩として摘み取りシーズンになるとテレビ放映されている。また、沼の周辺も桜並木や駐車場も完備され、沼のたもとは最上川三難所そば街道の一番店が営業をしている。

行政からの支援、補助については現況に記載の通りであるが、この団体が法人化して村山市から施設管理の委託を受けているが、組合独自事業であるじゅんさいの摘み取り、販売については組合員の高齢化や会員の半減等により、令和 3 年の収穫量は昭和 50 年代の最盛期の 15%に止まっている。この原因は摘み取りする組合員の減少により摘み取りされないじゅんさいの芽が花化し、それが堆積し自生する範囲を狭めていることも要因と考えられる。また、摘み取りは一つひとつ手でもぎとる地道な作業で、主に女性が担ってきたが高齢化と収入の良いサクランボの収穫に移っている。

以上、株式会社大高根じゅん菜採取への視察報告になるが、本町の立谷沢地区にあるじゅんさい沼(大池)には、次のような課題があると感じた。

- ① じゅんさい沼の所有権と管理体制
- ② 現地までの往来の手段
- ③ 麓の駐車場確保
- ④ 収穫者と販売先

これらの課題を解決して事業としてスタートするには、町の支援が不可欠であるが、立谷沢地区の食材を活用した地域おこしのためには、地元のじゅんさいを利用することは必要であり、採取の方法や調理、加工などの検討をすべきである。

視察地 山形県飯豊町
なかつがわ農家民宿組合
道の駅いいで

1 視察年月日 令和3年10月12日、13日

2 視察の目的

立谷沢地域の恵まれた食材を活かし、地域のさらなる魅力につなげるため、農家民宿など先進的な取り組みを行っている飯豊町の状況を調査することとした。

3 視察地の概況

- (1) 人口 6,615人（令和2年度国勢調査資料）
- (2) 世帯数 2,314世帯
- (3) 面積 329.60km²
- (4) 財政規模 6,927,000千円（令和3年度一般会計当初予算）
- (5) 地勢

飯豊町は、山形県の西南部、最上川の源流部に位置し、飯豊連峰の山懐をはじめとして総面積の約84%が山林で、田園散居集落に代表される平坦な水田地域と中山間地の山里地域、源流地域の山間地に大別することができる。気候は、寒暖の差が大きい内陸性の特徴を有し、県内でも有数の豪雪地帯となっている。町の基幹産業は農業で、主要作物の米生産を中心に、最近トマト、花卉などの施設園芸やアスパラガス生産に力を入れている。また、米沢牛の主産地としても知られており、その約4割を飯豊町で生産している。

4 取り組みの現況

(1) なかつがわ農家民宿組合

ア 設立の背景

中津川地区は飯豊町でも山間に位置し、世帯数107世帯、人口238人、高齢化率は約60%と過疎化が深刻な地区となっている。過疎化の大きなきっかけとなった白川ダム（昭和56年完成）の建設に伴い、このままでは中津川がなくなってしまうという住民の危機感から独自のむらづくりに向けた取り組みを行ってきた。

平成に入りグリーンツーリズムが取り上げられるようになると、中津川の地域資源を活かした都市と農村との交流が始まり、里帰りツアーや団子差し体験、花笠作り体験などと地元の郷土料理でもてなしが行われるようになり、その取り組みの評価が高まっていった。平成16年に山村留学を受け入れるための「里親の会」が発足し、平成18年、県の農家民宿に関する各種規制が緩和されたことを受け、山村留学を受け入れてきた経験を活かし、地域活性化と交流人口の増加のため農家民宿の許可を取り、教育旅行や企業の受け入れにチャレンジすることになった。

平成 19 年度に教育旅行受入のため、山村留学の「里親の会」を主としたメンバー 8 軒で農家民宿組合が設立された。平成 26 年度には地産地消優良活動による農林水産大臣賞を受賞し、平成 28 年度には大高根農場記念山形県農業賞を受賞するなど中津川地区の評価が高まっており、現在は 7 軒の加入となっている。

イ 事業内容

- ・地域資源を活用したグリーンツーリズムの受け入れ
- ・山村留学の受け入れ
- ・農家民宿事業の展開
- ・農山村居住者の受け入れ
- ・中津川むらづくり協議会への参加

教育旅行の受け入れ状況

()内は台湾からの受け入れ

年度	学校数	人数 (人)	年度	学校数	人数 (人)
平成 19 年度	1	40	平成 26 年度	5(1)	233
平成 20 年度	2	108	平成 27 年度	5(2)	241
平成 21 年度	4	239	平成 28 年度	3	177
平成 22 年度	6	352	平成 29 年度	2	106
平成 23 年度	5	315	平成 30 年度	1	76
平成 24 年度	5(1)	239	令和 元 年度	3	172
平成 25 年度	4(1)	219	合計	46(5)	2,517

ウ 年間を通じた食材の確保と活用方法

(ア) 中津川の食の魅力・伝統料理、食材の特色

あくまでも地元で採れる食材を使い、季節感を活かした料理を提供している。

例 農家民宿いろいろ

10月12日 夕食



天ぷら(かぼちゃ、マイタケ、なす、栗、みぞはぎ)
 芋煮(里芋、大根、マイタケ、ゴボウ、牛肉、ネギ) 刺身(ヤマメ)
 酢の物(春雨、キュウリ、トマト、甘そうの花) 漬物(カブ、キュウリ)
 煮物(山ウド、昆布、こんにゃく、人参、竹輪)
 アケビ皮(挽肉、みそ、マイタケ) 寒天(山ぶどう液、砂糖)
 ずんだ和え 天然マイタケのおひたし
 (栗ご飯) (栗の渋皮煮) (肉焼・野菜千切り)

10月13日 朝食



煮物(ゼンマイ、キノコ、牛肉、人参) 焼き魚(鮭)
 キュウリの佃煮 おひたし(菊の花)
 しよっぱ煮(大根葉、なんぼん)
 リンゴ ごはん(つや姫) みそ汁(豆腐、ナス)

(イ) 食材を活かした料理

メニューは組合として統一していないが、地元の食材や料理にこだわるルールがあり、それぞれの民宿で工夫している。実際に猟で捕獲した熊を使った料理や養殖ヤマメを使った料理の提供など、個々の民宿の魅力となっている。また、町が設置した雪室施設を活用した食材の保存では、米、酒、野菜、果物等で利用しているが、甘みが増すなどの効果があり、料理の魅力を引き立てる要因となっている。さらに、特区を活用し、白川ダム湖岸公園の中心施設白川荘で製造・販売している「どぶろく」も欠かせない魅力の一つになっている。

(ウ) 発信

平成 16 年の山村留学受け入れを契機に始まった中津川での取り組みは、様々な形でマスコミにも取り上げられるようになり、平成 19 年度からの教育旅行受入で評価が高まっている。平成 29 年には埼玉県桶川市と友好都市協定を結び、相互交流を続けている。

(エ) 食に対する評価

提供した料理がとてもおいしかったのでメニューを教えてほしいとの声や、海外旅行を多く経験した人からも「こういった料理が食べたかった」などの感想があるなど、高い評価を得ている。世代を超えて素朴な郷土料理を食べたいという声が多くあることは、農家民宿最大の魅力につながっている。

エ 課題と今後の取り組み

民宿経営者の高齢化が進んでいることから、後継者の確保が課題となっている。そのために、他産業に勤務する民宿経営者の子が定年退職後に就農し後継者となることや、移住者による民宿開業を視野に入れている。

また、加工部門を軌道に乗せ、地区民に雇用の場を提供するとともに、特産の山菜を「中津川山菜」としてブランド化し販売するほか、民宿の食事で提供するなど、加工部門の充実も検討している。

(2) 道の駅いいで

ア 経過

平成 4 年度、観光物産館の整備構想が選挙公約として町民に約束されたことを受け、町の「観光物産館」整備計画と建設省（当時）の「道の駅」整備を合体させることで有利な条件を確保することができる国道 113 号線への「道の駅」整備を国に強く要望した。その後「道の駅」整備を正式に決定した。用地の選定では、当初、現在の位置から 2 km 東側を候補地としたが、低い土地であったため、見晴らしのいい現在地を候補地とした。平成 5 年度には国との協議や庁内の合意形成、地元住民への事業説明、地権者との用地交渉を行い、平成 6 年度には「道の駅及び物産館建設検討プロジェクトチーム」を編成、詳細の検討を行うとともに第 3 セクター町出資金 25,500 千円を議会が承認、平成 7 年 4 月に資本金 50,000 千円で社名「飯豊めぎみの里株式会社」の第 3 セクターを設立した。その後、平成 9 年 4 月に総工事費約 20 億円をかけ「道の駅いいで・めぎみの里観光物産館」としてグランドオープンした。

イ 運営状況・利用状況・客数

運営主体である「飯豊めぎみの里株式会社」は資本金 50,000 千円、第 3 セクター方式で 5 年ごとに指定管理者制度による指定を受けている。町の施設にもかかわらず、当初は施設利用料負担として家賃相当分年間 22,000 千円を支払っていたが、条例改正により減額されている。敷地面積は町直轄の物産館が 17,722 m²、国土交通省が管轄する道路情報館が 6,780 m²、計 24,502 m²である。駐車台数は大型車 15 台、普通車 195 台、身障者用 6 台の計 216 台、物産館、レストラン、軽食・テイクアウトを利用する年間利用者数は令和元年度で 794 千人であり、新潟市と仙台市の中間に位置する利点から、目的地としての利用が非常に多いことが特筆すべき点である。また、年間売上高は令和元年度で 632,000 千円を記録するなど、県内屈指の道の駅となっている。

ウ 地元食材の活用方法

米が主産のため野菜の提供が少なく直売所の立ち上げに苦勞するなど直売所の運営が課題となっている。ただし、物産館ではどぶろく、ワイン、宇津沢カボチャ、アスパラガス、飯豊産米沢牛など多くの地元特産品が販売されている。

エ 危機管理

以前国道 113 号線で発生した暴風雪による通行止めの際、24 時間体制で待機、毛布、食料の提供を行った実績がある。また、ガソリン・灯油等の燃料を優先的に調達できるようにしているなど危機管理にも力を入れている。ドクターヘリの発着所、マンホールトイレも備えるなど防災に対する取り組み実績から、令和 3 年 6 月に全国で 39 か所・山形県で 1 か所の防災道の駅の認定を受けている。

5 考 察

飯豊町中津川地区は山形県の最南端、飯豊山のふもとに位置しており、県内でも有数の豪雪地帯で、平年で 2m~3m、多い時には 4m を超える雪が積もるなど自然環境が厳しい地区であり、白川ダム建設を機に村をなくしてはいけないとの危機意識から住民の団結をはかるとともに独自の活動に取り組んできた。代表的な取り組みである農家民宿は、グリーンツーリズム、山村留学の受け入れ等を経て今日に至っているが、教育旅行・山村留学受け入れに加え、農家民宿体験、農都交流、一般客の受け入れ、台湾ツアーの受け入れ、企業の農業体験受け入れなどその内容は多岐にわたっている。特に地元食材を使った郷土料理の提供、山菜採り体験、ジャガイモ掘り体験、採った食材を使った料理作り等は、確実に中津川の魅力発信につながってきており、リピーターが多いのも頷ける。

意見交換では組合設立と組合員との繋がりが大きいとの説明もあった。農家民宿の統一看板とのぼりの設置、衛生・防災のための講習会への参加、地域農産物を利用した食事メニューの開発、食物アレルギー講習会の開催、視察研修の実施など、一人では出来ないことはみんなで行う、そうした繋がりがお客様の申し込みが多いときは他の民宿を紹介するなど助け合いにつながっているのではないだろうか。一方、組合としてメニューの統一はしていないが、逆にそれが個々の民宿の個性となり魅力につながっている。お客様が求めているのは、地元の食材、地元の郷土料理であるため、ほとんど地元の食材で賄っている。こうした地元へのこだわりが評価され数々の受賞に

結び付いたことは大変喜ばしいことである。

なかつがわ農家民宿流の「お・も・て・な・し」とは、豊かな「自然」中津川の「文化」おいしい「食」そして、人との交流「ふれあい」であり、なかつがわ農家民宿のありのままの「おもてなし」として大事にしているとお聞きした。今回の視察はまさにこのことを体験できた研修であり、地域的に類似点の多い立谷沢地域の食の魅力発見として「ありのままのおもてなし」をキーワードに人材の発掘、郷土料理の掘り起こしなどに取り組む必要がある。

また、道の駅いいでは、県内屈指の利用客、年間売上高を達成している施設として、情報発信効果は絶大であることは間違いない。また、町施設としては極めて異例の施設利用料の支払い、赤字解消対策などの課題を乗り越え黒字経営へ導いた要因は駅長の手腕によるところが大きい。駅長と同じ目線で動ける職員を育成するため、赤字の時からボーナスを出し続けたことが元気の源となるなど、民間での豊かな経験を活かした人材育成のための取り組みが現在の経営につながっているようである。

上記の2つの視察先に共通するのは「人材」そして「継続」である。中津川では、限界集落と言われることへの悔しさや反発から8人がまとまり動き出し、人と人のつながりを大事にしながら現在もしっかりと農家民宿が継続されている。道の駅では、人材の育成が重要であるとして、町と意見の相違はあったものの、必要なものは必要なものとしてボーナス支給を継続し、駅長が率先して現場に立ち、手本を示すことで社員の意識高揚に努めていることが黒字経営につながっている。

立谷沢地域は古くから山岳信仰、山岳修行の聖地として信仰を集めてきた出羽三山の食材提供地として果たしてきた実績は十分すぎるものがあるが、地元での消費や販売、山菜の採取等では課題が大きいことも事実である。地元住民だけでなく地域おこし協力隊なども加わり様々な活動が行われている今こそ、食にかかわる人材の発掘、登用が必要である。