

## 都市政策・地域経済ワークショップⅡ 第3回講義議事録

【テーマ】自然な食と農による地域活性化

【日時】2020年11月13日(金)

【場所】オンライン(ZOOM)

【講師】金丸弘美氏 (内閣官房地域活性化応援隊地域活性化伝道師、総務省地域力創造アドバイザー)

### 1. 地方移住の現況

- ・移住相談は年間4万9000人(2019年、東京有楽町「ふるさと回帰センター」)
  - ・中心は首都圏の若者(20~40代)(同センター)
- ※地方生活の経験の無い東京圏出身者の相談が40%
- ・定年後2000万円必要という金融庁の発言で50代~の希望者も増える
  - ・コロナ流行により、急増している
  - ・2018年移住希望地域(1位長野県/2位広島県/3位静岡県)
  - ・地方移住=田舎暮らしというイメージからの脱却

### 2. 和歌山県田辺市の事例

#### ①事例紹介

- ・土地代や家賃が安い(一例:3DK庭駐車場付きで家賃が2万5千円)
- ・地元の果実加工の工房とカフェを運営
- ・古民家を開放してゲストハウスにすることで再活用
- ・27歳女性が空き店舗にパン屋を開く(日本政策金融公庫支援)(地元農家とのコラボ)
- ・植栽を苗作りから計画的に行う(→山林に仕事と雇用が生まれる)
- ・旧小学校を再活用し、地元食が食べられるレストランがある(年間6万人が訪れる)
- ・地元産品を安く手に入れられる農産物直売所「きてら」という施設がある

⇒今まで誰も来なかったような地域にカフェなどができ、観光客が来るように

#### ②成功ポイント

- ・移住に和歌山県の支援策並びに田辺市の支援策まであり充実している(他地域にもある。)
- ・地域で新しい仕事を創る若者の移住があった事(地元農家とのコラボ等)
- ・市や大学、金融機関連携で融資がある
- ・新しい事業を始めたい人を金融機関がバックアップし、地元行政職員が面接等を行う。
- ・田辺市には若者の企業支援の塾がある
- ・地元工務店が、移住促進等にはコミュニケーションが必要御聞き、月一回空きスペース

を若者や熟生に貸し出した。

⇒都市にはできないことや資源があり、魅力がある

⇒県や市の支援策が多い

→みんな知らないだけ（コロナ流行を機として知る人増加）

→講師が大学生に話したところコロナの影響もあってか大反響

⇒コロナ流行によって全国の直売所の売り上げ増加（移住への追い風）

### 3. 高知県の事例

#### ①高知県の事例

・人材育成に力を入れる

・直売所等で販売する加工品について地域外から仕入れることで赤字になっていた

→加工品を取り巻く状況をデータ分析する

・高知カンパニーニューブルワリーの事例

・ジビエ料理と民泊の事例

・茶畑と連動したカフェ

・ヤギのミルク屋さんの事例

・作家によるコラボ（有川浩）

・観光特使の名刺には観光施設の無料券が付いてくる

・インバウンド向けのウェブサイト開設

・県民投票でグルメを厳選（54店紹介）

#### ②成功ポイント

・（大学・行政・金融機関・地域事業者）連携で若い人の人材育成

・若い人の事業計画をフォローして投資をする

・スモールビジネスの創出で経済と雇用を創る

・地域全体の連携で広域マーケティングし経済を回す

・地域全体のあるものを生かして観光にも生かす

・代理店任せにせず、地域の行政と地域の人でノウハウを創り、彼ら主体で実行する

・全体の状況認識をするためにデータをすべて出して将来像を明確に創る

### 4. 山口県周防大島の移住促進事例

#### ①瀬戸内ジャムズガーデンの事例

・海辺に立つ軽食ができるカフェ

→環境が良いことでコロナ後に客が増える

→都会にはない形で

・地域農家と連携し、ジャムを180種類製造

→手に入りにくいものは自ら生産  
・ジャムを食する場と食べ方を提案  
→フランスのコンフィチュールなどを参考に

#### ②ジャムズガーデン成功ポイント

- ・地域の持てるものを徹底して集約をして方向を明確にしている、地元農家 100 軒と連携
- ・人材教育に力を入れていて若い人を育てている
- ・ものづくりの時間と労力を注いでいる。その結果商品力がある。
- ・外部との接点で対外的に売れる新たなチャンネルを作っている。
- ・消費者の接点をつくりながにが求められるかを把握しながらポイントを絞って商品開発を行っている。
- ・メニューとレシピ提案を行い、実際の料理を提供している。もしくは、きちんとしたパンフレットをつくりビジュアルで見せる。レシピにお金と手間をかけている。
- ・食材の材料、なりたち、食べかた、料理法まできちんと背景を語れる
- ・商品開発は毎月行われている。
- ・全体の店舗やデザイン、景観に配慮しており、自販機を一切置かない。
- ・原料の果物は加工用の 10 倍以上の買取り価格
- ・添加物を使わない。種子島産砂糖「洗双糖」。Ph 調整剤やゲル化剤などは一切使っていない。
- ・レモン、夏みかん、ブラッドオレンジ、イチジク、ブルーベリー、サツマイモ、ハイビスカスなどなど手に入りにくいものは自家栽培

#### ③移住サポートの事例

- ・有料による島移住ツアー
- 有料にすることで相手の本気度を測る（旅行感覚のみの人 NG）
- ・移住者により新たな仕事を生み出す
- 島に雇用が生まれる

#### ④移住並びに移住サポートのポイント

- ・若い人たちが地域で広域連携
- ・若い人たちを行政が支援
- ・移住促進・地域起業促進も地域主体で代理店を使わない
- ・風景・地域産物。観光を連携する
- ・四季の豊かさを前面に押し出す

#### 5. 食のテキスト化が特産品売り出しに最適な点について

・食をテーマに食材のテキスト作りから行うワークショップを開催している。地方では歴史的建造物や農村、漁村を開放し料理科と連携して行っている。

・食のブランドづくりと食からの観光と食育とを連動させる試みがある。これは国が進めている農業&農村観光、特産品づくり、食育、まちづくりにまで広がるものだ。

## 6. 高知県中土佐の大野見米の事例

### ①大野見米の現況と事例

・お米の価格はJAでも上位クラスであり、一般の販売価格も農協引き渡し価格の二倍近い値段で販売できるようになった。

・高知の女子大学生が（水質調査、一緒に料理を作る、稲刈りなど）をしに地域を訪れる事が数年続いている。

→この活動が目ざされパンフレットや新聞などで取り上げられるようになった。

→学生、地域双方に有益

・大学連携で環境を明らかにしたことで付加価値につながる（企業も連携）

・先述の活動が新商品開発に

・メディアに特集されたことを機に広告費としてみなし、費用対効果を数値化

・レッドデータブックなどで環境を判断

・コメの特徴をテキスト化することで明確にする

### ②成功ポイント

・都会にない（景観&自然&環境&農産物）を前面に出す

・四季の産物を折り込み多彩な職を打ち出す

・農産物の買い取り価格を高くし、地域経済に経済を回す。

・地域の広域連携で全体の経済をつくる。

## 7. ヨーロッパ野菜研究会による新しい流通の仕組み構築の事例

### ①当研究会の事例

・さいたま市の産業創造財団が事業支援

・ワイン人気とヨーロッパ野菜の需要の可能性に着目

→耕作地で使わない少しのスペースで生産

・JAが若者の取り組みに協力

→出荷場の開放

→JAの市場流通便で市場仲卸へ直送

・大和根研究農場

・農家は慣れないヨーロッパ野菜作りに困惑

→野菜の完成形を知るシェフとのつながりが必要→交流しお互いの職場を視察し意見交

換→お互いのニーズ及び、野菜作りの完成形を知る

- ・シェフと農家のニーズマッチングを成し遂げた（株）ノースコーポレーション北康信氏

## ②成功ポイント

- ・レストラン、消費者が求める生産物を栽培する
- ・行政、農家、種苗会社、レストラン、流通業、JA、大学と地域で連携
- ・価格決定権を農家主体に作る
- ・コミュニケーションを頻繁に行いマーケットインに繋ぐ

## 8. 名古屋駅前オーガニック朝市について

### ①当朝市の事例

- ・毎週土曜日開催（ほかにも夕市や病院前でも別日に行っている）
- ・出展者は新規就農した20～30軒（登録メンバーは70軒）
- ・出展者は愛知県を中心に岐阜県、長野県、静岡県など
- ・2004年より開始
- ・新規就農者など市場に出せない人も出荷できる
- ・BtoBにも発展し、川下のニーズが直接伝わる
- ・コロナ時期は通販で売り上げ増加

### ②成功ポイント

- ・農家と消費者のコミュニケーションをとり消費者の必要な生鮮品をそろえる
- ・日常の食となる様週3回開催。

→イベントにしない

- ・農家が価格決定権をもち収入と経済を安定させる
- ・セミナー、インターンシップ、体験ツアーを通して人材育成を行う

## 9.さいごに

・現在のコロナ流行における自粛生活によって価値観に変化が起き、今後地方に対する魅力増大や移住が進むと考えられる。

<参考文献>

「ふるさと回帰支援センター」

<https://www.furusatokaiki.net/>

「たなべ未来創造塾」

<https://www.godo-shuppan.co.jp/news/n33535.html>

高知県「土佐MBA（まるごとビジネスアカデミー）」

<https://www.kocopla.jp/tosamba/>

高知県香南市

「美味しいジビエ料理の素晴らしさを広げたい」西村直子さん

パート 1 : <https://wan.or.jp/article/show/8584>

パート 2 : <https://wan.or.jp/article/show/8640>

高知県県民投票 食の店

<https://www.attaka.or.jp/sousenkyo/2016/>

「瀬戸内ジャムズガーデンー海に見える風景と 180 種類のジャム」

<https://wan.or.jp/article/show/7396>

「大野見エコロジーファーマーズ」の取組

『調査研究情報誌「ECPR」』Vol.45号（発行(公財)えひめ地域政策研究センター）

「地域の食をブランドにする」 7 ページ 文・金丸弘美

「ECPR」ホームページから無料で読めます。<http://www.ecpr.or.jp/products/products-ecpr/>

えひめ地域政策研究センターに電話で住所・氏名をお伝えいただければ1人1冊無料で郵送してもらえます。TEL : 089-926-2200

●連載「もっと先の未来への歩み」（合同出版）WEBからも無料で読めます。カラーで特集。

<https://www.godo-shuppan.co.jp/news/n37499.html>

さいたまヨーロッパ野菜研究会「いろとりどりのヨーロッパ野菜が食卓を飾る」

<https://wan.or.jp/article/show/7646>

「名古屋駅前オーガニック朝市を毎週開催。

市民と新規就農と都市と農村の架け橋として定着」 吉野隆子さん

<https://wan.or.jp/article/show/8119>