

## 「行革甲子園 2018」エントリーシート

### 【取組の内容】

#### 1 取組事例名

A 級グルメのまちづくり

#### 2 取組期間

平成 23 年～継続中

#### 3 取組概要

##### 地域の誇りを育む

都会の高級レストランで提供される食材のほとんどが地方のものである。町民たちが生産し、普段何気なく食べているお米や野菜は都会のスーパー等で販売されているものより、遙かに美味しく、評価も高い。それを町民たちに認知してもらい、誇りを育む取組。

#### 4 背景・目的

##### 小ロット→価値を上げる方向へ

##### ○背景

A 級グルメのまちづくりを始める前までは、邑南町の農生産物等販路先を増やすため、都会の卸業者や飲食店等に積極的に営業をしていた。しかし、商品価値は一定の評価はされるものの、ロット不足という問題があり、取り扱ってくれる業者はわずかであった。そこで、商品価値を上げる方向にシフトし、料理研究家等を招き、商品のブランド認定を行った。そして平成 23 年に「A 級グルメ立町」を掲げた。

##### イメージアップと将来へ

##### ○目的

- ・ 邑南町の生産物の商品価値を上げるとともに、町のイメージアップを図る。
- ・ 生産者の自信につなげる。
- ・ 進学等で町を離れた子ども達が誇れる町にし、いずれは「邑南町で働きたい」と思えるような町にする。そのため、今の親世代を含めて地域の誇りを育む。

## 5 取組の具体的内容

平成 22 年以前：急激な人口減少により、農林商工業が担い手不足等により衰退

→単発的な支援を行うも効果が限定的であった。

平成 23 年 3 月：農林商工業の視点から 5 ヶ年計画「邑南町農林商工等連携ビジョン」を策定

コンセプト：「A 級グルメ」～ここでしか味わえない食や体験～

### 地産地消イタリアンの立ち上げ

平成 23 年：地産地消イタリアン「素材工房 ajikura」設立

コンセプト・・・日本の飲食店改革を邑南町から～三つ星レストランは地方にあるべき～

取組内容

- 1) 町内産の食材を使用し、味だけでなく見た目も美しいイタリアンにて提供  
→お客様だけでなく、生産者にも感動を与える
- 2) 地域おこし協力隊制度を活用したシェフの育成研修を実施  
→「耕すシェフ」：料理だけでなく、食材づくりも行う研修制度
- 3) レストランレシピをオープン化（レシピ本を発行）
- 4) BLOF 理論による機能性野菜の開発

平成 25 年：在日イタリア商工会議所によるイタリアンレストラン品質認証

平成 27 年：民間移譲→店名が「里山イタリアン AJIKURA」に

平成 28 年：広島三越内に 2 号店オープン（アルケッチャーノの奥田政行シェフと連携）

### 食の学校の立ち上げ

平成 26 年：「食の学校」設立

コンセプト・・・100 年先の未来の子ども達へ継承する食文化

活用事業：平成 25 年度 都市農村共生・対流総合対策交付金（ハード 3 千万円/ソフト 6 百万円）

：平成 26 年度 都市農村共生・対流総合対策交付金（ソフト 6 百万円）

取組内容

- 1) 町内の飲食店や一流シェフが講師の町民向け料理教室を開催
- 2) 地元のお母さん達と子ども達による郷土料理の勉強会の運営
- 3) 町内の発酵食品を扱う事業者を集めた発酵研究会の運営
- 4) 小中高への食育（スイーツ甲子園等）
- 5) 6 次産業化商品の開発（ミルクジャム、バター、塩麴）

### 農の学校の立ち上げ

平成 27 年：有機農業を研究する「農の学校」設立

活用事業：平成 27 年度 しまねおおなん型仕事創生事業 750 万円（ソフト事業）

：平成 28 年度 しまねおおなん型仕事創生事業 750 万円（ソフト事業）

取組内容

有機農園として都市部の住民に貸出し

- 1) 地域おこし協力隊制度を活用した新規就農者の育成  
→「アグリ男子・アグリ女子」：有機栽培を学び、新規就農を目指す研修制度
- 2) 町民への技術指導
- 3) 有機野菜のブランド化
- 4) 販路の確保（販売会社 JOAA の設立）

## 6 特徴（独自性・新規性・工夫した点）

### A級の視点と生産者の目線

- B級グルメが流行する中、A級グルメを打ち出す
- 生産者が一生懸命作った食材をB級にするのは失礼
- B級だと稼げない
- 地元の飲食店等に地元の食材の良さを再認識してもらう

### 食を通じた交流

- 一流シェフ、町内飲食店事業者、町民、子ども達との新たな交流を生み出した
- 郷土料理を見直すきっかけに

### 地域おこし協力隊制度を活用した人材育成

- 料理だけでなく、食材づくりを学べる研修
- 東京、広島の調理専門学校と連携
- 研修施設が地産地消レストラン→お客様の生の声が聞ける
- 地元の農家や飲食店が先生→研修施設以外の現場で研修ができる  
→受入側としても新しい交流により、刺激がある
- 町内での起業者数増加

## 7 取組の効果・費用

### 取組成果

#### 邑南町農林商工等連携ビジョンの成果 平成23年度～平成27年度（5ヶ年計画）

項目	目標	結果	達成率
①定住者の確保	200名	240名	120%
②観光入込客数	100万人	92万人 (H27年度)	92%
③起業者数	5人	43人	860%

#### 地産地消イタリアン「AJIKURA」の入込客数と売上推移

年度	入込客数	売上高	営業日数
H23	8,190人	17,970,965円	279日
H24	10,379人	23,678,209円	310日
H25	7,165人	19,094,209円	310日
H26	7,273人	26,088,176円	309日
(注) ローカルファーストに移行			
H27	7,394人	31,482,169円	286日
H28	7,927人	31,162,599円	292日
合計	52,128人	150,150,066円	1,795日
平均値	8,019人	26,022,176円	289日

## 農の学校の活用実績と推移

### 農の学校

年度	受講者数 (道内研修生)	受講者数 (道外)	新規就農 者(道内)
H27	15人	5人	5人
H28	5人	5人	4人
合計	20人	5人	4人
年平均	11人	4人	2人

### そのほか

年度	農業イベント	研修(研修生)
H27		30,000,000円
H28	5,000,000円	35,000,000円
合計	5,000,000円	65,000,000円
年平均	5,000,000円	46,666,667円

## 食の学校の活用実績と推移

年度	講座回数	各講座 受講者数	他研修等 利用者数	視察等 来訪者数	利用者 年合計
H26	55回	647人	240人	0人	887人
H27	69回	840人	774人	0人	1,614人
H28	38回	596人	630人	506人	2,732人
合計	162回	2,083人	1,644人	506人	4,733人
年平均	54回	694人	548人	169人	1,571人

## 地域おこし協力隊の実績

H29. 4. 1現在	
総受入数	38名 (現在15名研修中)
研修修了者	23名
転出者	15名
定住者	8名：内4名起業 - 飲食関連2名 新規就農1名 システムエンジニア1名
定住率	34.7%

## 表彰

年	月	内容	表彰	団体
H24年	4月	活力協同まちづくり推進団体表彰	グランプリ	日本経営協会
H24年	9月	地域仕事づくりチャレンジ大賞	審査員特別賞	NPO法人ETIC
H24年	9月	過疎地域自立活性化優良事例表彰	総務大臣賞	総務省
H26年	5月	ディスカバー農山漁村の宝	選定	農林水産省
H29年	2月	ふるさとづくり大賞	優秀賞	総務省

## メディア露出

年	月	全国テレビ放送の内容	放送局
H26年	10月	Nスタ	TBS
H27年	9月	ごはんジャパン	テレビ朝日
H27年	11月	にっぽん紀行	NHK
H28年	9月	プロフェッショナル仕事の流儀	NHK
H28年	11月	あさチャン	TBS
H29年	3月	がちりマンデー！！	TBS
H29年	5月	スッキリ！！	日本テレビ

## 8 取組を進めていく中での課題・問題点 (苦労した点)

### 町民との対話

A 級グルメの取組の第一歩目である「AJIKURA」の設立は、行政がレストランを立ち上げるということであったので、町内の飲食店事業者を中心に反対が多かった。しかし、幾度もの対話を重ねた結果、設立することができた。

## 9 今後の予定・構想

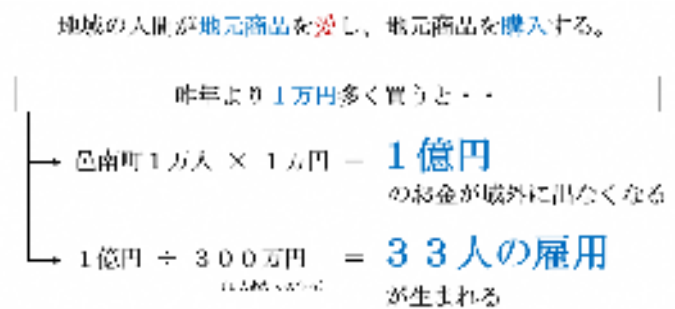
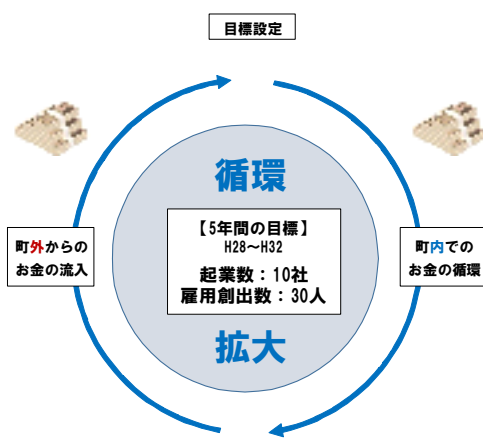
### 食と農によるビレッジプライドの醸成を図る

平成 28 年度に平成 32 年度までの 5 ヶ年計画である「邑南町起業・創業支援ビジョン」を策定

#### ○地域型循環経済の確立

（食と農に関する起業家や担い手に加え「IT」、「デザイン」、「観光」、「教育」、「福祉」、「医療」の 6 つを重点分野に指定し、取組を進める）

- ・ 地産地消の強化
- ・ 地元商品の情報発信力、デザイン力を強化
- ・ 町民に地元商品への愛着を持ってもらう



#### ○食と農によるクラスター（房）づくり

（多様な連携による新たな産業基盤の構築）

- ・ 同業種連携→発酵クラブ：町内の発酵商品を扱う業者が定期的に会議→新商品への期待
- ・ 異業種連携→広島、東京の大学と町内の酪農家が連携し、新商品開発（ミルクジャム）
- ・ 大学・専門学校と連携した人材の誘致・交流・知識の導入
- ・ 首都圏でのネットワークづくり→平成 29 年度に東京 PR センター設立。販路拡大や PR イベントを行う
- ・ 広域連携（A 級グルメの連合）→食に力を入れている他自治体等連携し、イベントを行う

#### ○小商いの推奨

- ・ 半農半 X の推進→農業+X の創出（飲食店・加工場など）
- ・ 新たな働き方を創出→春夏秋の時期は飲食店、冬期は酒蔵、スキー場などで働くなど

## 10 他団体へのアドバイス

### A 級グルメ連合

現在、邑南町で「A 級グルメ連合」という広域連携組織を作ろうとしています。食に力を入れている自治体で構成し、一緒に研究やイベントを行う予定です。ご興味があればお問い合わせください。

## 1 1 取組について記載したホームページ

あまり記載していませんが

<https://ohnan.com/index.html>