

地域づくり協議会 みらい龍神の商品開発の現状と課題解決の結果について

～和歌山県 田辺市・みらい龍神の取組み～

1 これまでの活動概況

1.1. 田辺市龍神村の現状

田辺市龍神村の人口は、昭和30年の8,458人をピークとして、その後は減少傾向に転じ、平成20年には約4,200人となっている。他の中山間地域の例にもれず高齢化、過疎化、若者の地域外への流出が進み、地域コミュニティの維持・存続が危ぶまれる状況である。地域の主産業は農林業、観光業だが、ここ数年低迷している。その背景として、観光面では、温泉以外の観光資源に乏しいこと、「高野～熊野」の世界遺産登録に伴い参詣道として車両の通行は増加したものの大半は当地域に立ち寄りず通過することなどが要因として挙げられる。また、農業面では、水稻を中心として、サカキ等の花木、梅、柚子等の果樹、ピーマン、里芋等の野菜が栽培されているが、近年の人口減少とともに過疎化、高齢化が進み、遊休農地も約6haとなっている。地域活性化に向けて、既存の優れた農作物を見直し、商品化するとともに、主要産業である農林業と観光業を連携させることが急務と考えられる。



田辺市役所龍神行政局

1.2. 活動の体制づくり

管内では、かねてより各種団体がそれぞれの目的に応じて活動していたが、その方向性を明確にする必要性を感じ、和歌山県の事業としてKJ法の第一人者の東京農工大学 山浦晴男先生の指導のもと「ワークショップ」を開催し、その結果から、地域の活性化のための具体案として、優先順位の高かった「里芋焼酎づくり&里芋のブランド化」の具現化を目指し、平成20年に協議会を結成し昨年度より始動する。

2 現在の課題

2.1. 活動の現状

龍神地域の特産物のひとつであり、生産過程において比較的手間のかからない里芋の栽培により、遊休畑地を使って産地化を図り、地域農家の所得向上、高齢者世帯の副収入及び生きがい対策に繋げ、地域全体の活性化に取り組んでいる。また、里芋を使った新商品開発による新たなブランドづくりとともに、地域内外でのイベントにおいて里芋料理等を提供することで、地域内外に龍神の郷土料理、伝統料理の情報発信も実施している。さらに地域住民や旅館、民宿等へ情報を提供し、郷土料理、伝統料理として地域の食文化として根付かせると同時に、旅館等に食材として提供し、農林業と観光業の連携した地域産業の活性化の展開を目指すため、具体的に以下のような活動を行った。

里芋産地化プロジェクトの生産者説明会

「龍神の里芋」を活用した焼酎の開発・販売イベント（「わかか市」等）での里芋料理の提供
レシピ集の作成&住民、旅館、民宿等への配布



龍神の里芋

商品化した
龍神の里芋焼酎



2.2. 現在の課題

地域活性化のために新しい地域特産品の開発を第

一に考え、第一弾として里芋焼酎を商品化した。今後はこの里芋焼酎の販路開拓とともに、里芋の特産化を軸にして地域活性化を図るの仕組みづくりを確立する段階へ移行しなければならない。里芋焼酎という商品にのみならず、すでに龍神にある既存商品を同様のマーケティング展開で行うかどうかということも課題となっている。連携に関しては、現状は、農工連携にとどまっており、今後は、龍神において主産業であった飲食業、観光業との連携が最重要課題として把握している。「日本三美人の湯である龍神温泉」という最大の観光資源との連携は地域活性化には必要不可欠であり、既存の商品に「龍神」というブランドイメージを確立させ、地域外での販売とともに地域内を訪れた観光客にも魅力のある商品にしていくことが重要と考えている。従来型の温泉だけに頼った観光ではなく、温泉を含めた地域資源を総合的に組み合わせることが地域活性化には必要不可欠と考え、以下を課題とする。

既存商品にストーリー性を加味したブランディング確立

新商品の可能性(消費者の評価やニーズをふまえたうえでの地域資源の利活用方法)

観光業との連携(既存商品の利活用、展開)

3 指導の実施内容

3.1. 「里芋焼酎づくり&里芋のブランド化」活動に関してのヒアリングと既存商品、地域資源の再確認

里芋焼酎に関しては、龍神村でサトイモを「ほいも」と呼ぶことからネーミングし、里芋が正月や祭りなど晴れの日に欠かせない縁起物であることなどもアピールポイントとした。「里芋(さといも)は、親芋から子芋・孫芋とまあるく広がって命を繋げるという縁起ものであり、ほいも焼酎も、大切な人との福を結び、共に輪を広げていく...そんなお酒になることを心より願って作った」というストーリー性あるキャッチフレーズで展開をした。2種類の焼酎をそれぞれ、「ほいも」は、「清らかな味わいは、女性の方にも喜ばれるおいしさ」とうたい、「てち」は、龍神村の方言で「ものすごい」という意味のある言葉からネーミングし「てち旨(うま)い焼酎。限定生産の希少な美味」と紹介。てち」は限定100本(720^{ミリ}リットル)も「ほいも」も800本(同)すべて完売という好調なプロジェクトのスタートとなった。本プロジェクトの成功は、調理して食べてもらわなければ美味しさが伝わらない里芋そのものではなく、焼酎に加工してすぐ味わえる商品にし、その商品にこめられた生産者の思いや里芋の持つ

食の文化的要素や意味を商品の売りにしたことにポイントの一つがあると思われる。

龍神村の気候は、気温の寒暖の差が大きいため里芋に甘みがあって粘りが強いのが特徴である。しかし、現状の里芋の栽培量は少量である。その限られた資源を有効に活用するため、焼酎には親イモを利用。「子イモ」は、ご当地スイーツとして加工・販売することとした。村内の女性でつくる地域おこし団体「龍神はーと」が、昨年10月中旬から里芋を使ったチーズケーキとチョコレート菓子の「トリュフ」の販売を開始。チーズケーキは、一昨年にみらい龍神が行った「サトイモ料理コンテスト」で寄せられたレシピをもとに商品化。トリュフは、みらい龍神の副会長で、元フランス料理店で料理長を務めていた竹内雅一さんによって考案されたものである。



クリームチーズや黒ごま、みそなどを入れて焼き上げたもの
1ホール 2400円、
1カット 300円

里芋のトリュフ
ココア風味と抹茶風味の2種
いずれも1個100円で販売。



また、村内の旅館では、宿泊者向けに里芋焼酎を提供したり、食事提供時に里芋の小芋を使ったお料理などを開発して提供したりしている。「里芋」というテーマ素材に関して、生産から加工、提供までの様々な場面で農業者、食品加工者、飲食・観光業者と買い手でもある地域住民が商品化のアイデア出しから、作業の一部に関わりながら商品化をしたということが今回の成功の重要なポイントになっていると思われる。本プロジェクトで培った商品が出来上がるまでの仕組みを検討中の第2弾、第3弾の地域産品づくりにも活かしていくことが重要だと思われる。



地元旅館で提供される
里芋のおもてなし料理
里芋の揚げ出し

3.2. 田辺市他地域における地域活性化の取組みを把握

1) 三川地域の事例

三川は、古座川町や白浜町と境を接する田辺市の山間部の11地区・約270世帯の集落であり、田辺の市街地には車で1時間前後かかる場所である。田辺市内に地域の人たちで運営する「三川夢来人の館」を昨夏開店した。商品搬入から売り子も住民で担当し、従来は、自家用として作って食べていた食品や使っていた物産を、お年寄りが中心になって市街地の人々に販売している。この店は、三川のイターン者が声をかけ、区長らを説得し運営組織をつくり、出品会員を募ったり貸店舗を探して、半年余りの準備で開店。事業費は450万円、そのうち県と市が合わせて3分の2を助成。計画の発想や住民たちの意欲が評価され、実現にいたったとのこと。三川地域の出身で田辺の市街地に居住している人たちでつくる「田辺三川村人会」の支援も大きいようである。産品を出品する会員は、60代以上の約50人。昔から自給自足が主だった土地柄を反映して、商品も野菜や花、乾物、こんにやくなどの加工品、アユなどと季節ものもあり多彩とのこと。まだ開店間もないがリピーターもついている様子であった。



田辺市三川住民が市内で開店したショップ「三川夢来人の館」

2) 上秋津野地域の事例

「秋津野ガルテン」は、田辺市秋津野地区に平成20年11月1日オープン。廃校の校舎を活用した農村地域の自然・文化・人々との交流を楽しむための体験型グリーンツーリズム施設。施設には、地域の農産物をふんだんに使ったレストラン「みかん畑」ほか、宿泊、農業作業の体験や加工・料理、クラフトの体験学習、みかんの樹オーナー制度など、上秋津の魅力伝える仕組みが出来ている。秋津野ガルテンを運営するのは、農業法人 株式会社秋津野で、全株主の半分以上、そして取締役役員の3分の2以上が農業者で構成されている。施設内のレストラン「みかん畑」は、地元産物を使った旬の山菜や魚などの食材を使用し、地元の農家の主婦が調理して提供するスタイルをとっている。地産の食材を知り尽くし、

和・洋・中にこだわらず、誰にでも楽しんでいただけるように子供が好きなメニューや大人の嗜好に合わせたお総菜や香の物、そして茶がゆをはじめとする郷土料理など、地元産のさまざまな食材を地元の調理方法で心を込めて料理し提供している。



田辺市上秋津野の「秋津野ガルテン」

3.3. 龍神村関係者を対象としたブランディングセミナー開催と全国の他地域の農商工連携事例や参考商品の勉強会

昨年度から龍神で取り組んでいる「里芋焼酎づくり」の活動が成功した「ブランド化」の事例のひとつであるということが、地域の関わった人々が認識できるような内容で「ブランディング」についてセミナーを田辺市役所龍神行政局会議室にて開催。平日の昼間の開催にもかかわらず、30名ほどの参加があった。セミナーの内容は、出来るだけ具体的な事例を盛り込みながら、それぞれの立場(生産者、加工者、飲食・観光業者、買い手)で出来ることを基本にプロジェクトを実施したことの重要性やそれらの関係を有効につなぎ、能力や可能性を最大限活用出来たことが成功の要因になっているとうことを客観的に理解してもらうことなどにポイントを絞った。今回の取り組みが次の商品化へのモチベーションにつながるようにした。



田辺市役所龍神行政局会議室セミナーの様子

3.4. 龍神村の生産者、加工者、飲食店、旅館などのメンバーで横断的な地域資源活用についてワークショップを実施

村内において生産者は生産者だけの会合、加工者は加工者だけ、観光業者は観光業者だけという縦割り組織での会合は、いろいろあるが、横断的に集まってひとつの課題を検討する機会や場がなかったということも課題としてあげられた。そこで、今回のブランディングセミナーを受講して、それぞれの立場において今後の龍神村での商品作りにどのように考えるかという課題で自由なディスカッションの機会を作ることによって横断的なコミュニケーションの場づくりを目的としたワークショップを開催した。

セミナーを通して、ある程度ブランディングや商品作りについての知識や情報を地域住民が共有をしたうえで、フリーでの議論の場づくりとしたため、これからの龍神村の方向性に関するそれぞれの考えや思いを共有できる有効な時間となったようである。



ワークショップ参加者で記念写真

4 課題解決の結果

今回は「里芋焼酎のブランディング」という事例から、「焼酎」という商品よりそのプロセスや手法に最大の成果があったということを地域住民が共感、共有するための支援プログラムとした。「焼酎」の商品化プロセスにおいて「売れる」商品作りの要素や地域住民の連携を盛り込むことが出来たことをセミナーで他地域の事例と比較することや地域住民の横断的なワークショップを通じて意見交換することで「焼酎の商品化」の手法が有効であったことを認識することが出来たようである。連携する地域住民が共感しながら商品作りのプロセスを踏むと「商品価値が伝わる商品」になりブランディングが形成出来たという今回の経験が既存の商品や今後展開したい農産品の新品へも十分活用できる可能性を地域住民に実感してもらえたように思われる。飲食・観光業との連携に関しては、従来の商品が出来てから協力を依頼するという連携だけでなく、商品作りの様々なプロセスに早い段階から関わってもらうことで商品の理解を深めても

らい買い手であるお客様により良い体験を通じて「商品価値を伝える」という重要な役割を担ってもらうことが可能になると思われる。

5 今後の方向性とまとめ

今後、「みらい龍神」の商品化は、そのプロセスにおいてできるだけ多くの地域住民の参加を促すことによって、地域の活発な農工商連携を図ることが可能になると思われる。商品化の基準は、まず「龍神の地域の人を食べたいもの・買いたいものづくり」をすることであり、地域内の異業種が持つノウハウや技術を有効に活用した連携により、価値の高い商品作り、サービス提供することにある。近郊の地域活性化の取組みなどとの連携は、龍神の持つ観光業のポテンシャルが高いので、龍神における飲食・観光業との連携が近郊の活性化の発展にも重要な要素になると思われる。和歌山県の他地域との連携によりお客様にとって魅力的な選択肢が多くなる中でお客様に選択される「龍神ならではのおもてなし」スタイルを確立することが重要になる。その「おもてなし」は、「龍神の地域住民にもうれしいおもてなし」であることが基本となる。「みらい龍神」で目指す地域資源の活用は、あくまで龍神の地域資源を「龍神で食べてもらう、使ってもらおうおもてなし」で地域の活性化を目指すことが望ましいと思われる。

執筆者：こめみそしょうゆアカデミー
事務局長 堀田 正子