

地域の活性化に関する研究会報告書

食を通じた地域の活性化に向けて

平成23年3月

財団法人 自治総合センター

はしがき

地域主権型社会の構築のためには、それぞれの地域資源を再発見し、活用することで、富を生み出せるような取組を各地方公共団体が行っていくことが求められる。

そうした中、近年B級ご当地グルメの振興、食のブランド化をはじめとした 食を通じた地域活性化の取組への関心が高まっており、またメディアの取り上 げもあいまって各自治体においても様々な取組が試みられている。

自治総合センターでは、こうした食を通じた地域の活性化に取り組んでいる 事例を調査し、その課題とその解決策を検討し、今後の取組に資することを目 的として、「地域の活性化に関する研究会」を設置したところである。

この報告書は、その成果をとりまとめたものであり、全国各地において、意 欲を持って地域の活性化に取り組まれている関係者の活動の参考となれば幸甚 である。

この調査研究を行うにあたり、ご多忙のところ快く委員をお引き受けいただいた委員各位及び現地調査など協力をいただいた関係者各位に対し、心よりお礼を申し上げたい。

なお、本調査研究は、競艇の交付金による日本財団の助成を受けて実施した ものであり、ここに深く謝意を表する次第である。

平成23年3月

財団法人 自治総合センター 理事長 二 橋 正 弘

地域の活性化に関する研究会 委員

石井 あゆ子 上士幌町商工観光振興推進員

石塚 俊哉 ハ戸市まちづくり文化観光部観光課主査

金丸 弘美 食総合プロデューサー

高橋 智和 横手市総務企画部市長公室副主査

田中 敦仁 関西学院大学法学部教授

◎ 田村 秀 新潟大学法学部教授

俵 慎一 社団法人 B 級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会 事務局長

◎は座長(敬称略・五十音順)

目 次

地域の活性	構成・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	1 2 3
第Ⅰ部. 码	研究会における検討の成果・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	7
第1章	食を通じた地域活性化の進め方について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	9
第2章	食を通じた地域活性化の取組に関するアンケートの分析・・・・・・	22
第Ⅱ部. 事	■例報告と提言・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	39
第1章	食のまちおこしは地方経済の起爆剤となりうるか・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	41
第2章	食文化のテキスト化とワークショップから創造する 地域のブランド事業 · · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	56
第Ⅲ部. 坩	也方自治体の取組・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	73
第1章	八戸市の取組・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	75
第2章	横手市の取組・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	82
第3章	上士幌町の取組・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	88
第Ⅳ部. 玛	見地視察の報告・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	95
第1章	北海道・東北 B-1 グランプリ in 横手	97
第2章	高山市 宿儺かぼちゃの取組	102
第Ⅴ部.		
第1章	食を通じた地域活性化の取組に関するアンケート結果・・・・・・・・	111

報告書の構成

本年度の地域の活性化に関する研究会の調査・研究の成果である本報告書は、 五部構成となっている。

第 I 部は研究会で行った検討の内容を整理している。第 1 章は研究会の議論の概要を記述する。第 2 章では第 V 部に掲載する地方公共団体へのアンケートの結果について概括的な分析を行っている。

第Ⅱ部は、第1章で俵委員から報告のあった食のまちおこしについて記述する。第2章では、金丸委員から報告のあった食文化のテキスト化とワークショップから創造する地域のブランド事業について記述する。

第Ⅲ部は、各委員から報告のあった自治体の取組について記述する。第1章は石塚委員から報告のあった八戸市の取組について、第2章は高橋委員から報告のあった横手市の取組について、第3章は石井委員から報告のあった上士幌町の取組について取り上げる。

第IV部は、食を通じた地域活性化の実例として、研究会で行った現地視察の内容について報告する。

第V部は、都道府県からご回答頂いた「食を通じた地域活性化の取組に関するアンケート調査」につき、結果を掲載する。

報告書の執筆は、座長、研究会で報告いただいた各委員及び事務局が行った。 「はじめに」は田村座長に、各委員の報告部分は、それぞれ金丸委員、俵委 員、石塚委員、高橋委員、石井委員に執筆いただき、石井委員には高山市への 現地視察についても執筆いただいた。横手市への現地視察の報告は総務省地域 振興室の小林事務官が担当した。

研究会の議論の概要などその他の部分の執筆及び報告書の全体構成については、総務省地域政策課の木村理事官及び石井主査が担当した。

地域の活性化に関する研究会の検討経緯

本年度の地域の活性化に関する研究会は、食を通じた地域活性化に関する先進的取組や各種事例の整理とともに、取組を進める上での課題とそれへの対応策を研究テーマとして設置された。

5回にわたる研究会の開催により、委員等による報告や意見交換・議論を行い、本報告書をとりまとめた。

<研究会の審議経過>

○第1回 食を通じた地域活性化の取組に関するアンケートについて 八戸市の食を活かした観光施策について【石塚委員報告】 地域おこし協力隊が見た北海道のB級グルメ事情 【石井委員報告】

○第2回 食のまちおこしは地方経済の起爆剤となりうるか ~B-1 グランプリと食のまちおこし~ 【俵委員報告】

○第3回 食のテキスト化とワークショップから創造する地域ブランド事業 【金丸委員報告】

○第4回 横手市の取組について 【高橋委員報告】 報告書骨子(案)の審議

○第5回 報告書(案)の審議

地域を取り巻く環境の変化と地域活性化

本年度の「地域活性化に関する研究会」のテーマは、食を通じた地域活性化である。これまで、地域を元気にするために、様々な地域活性化の方策が国、地方自治体などによって講じられてきた。それなりに成功したものも少なからずあるが、企業誘致一つとっても、経済のグローバル化とともに生産拠点の工場を海外に移転する企業が増え、小さなパイを全国各地の地方自治体が分捕りあうという消耗戦の体を示しているのが現実の姿ではないだろうか。

また、ふるさと創生事業やリゾート法を契機として、全国各地に様々な箱物施設が建設されたが、その中には十分な利活用が図られず、箱物行政に対する批判を惹起しているものも見られる。特に観光の分野については、全国各地に建設されたテーマパークの多くは次々と閉園に追い込まれている。地域に縁が乏しく、思いつきで計画されたとしか考えられないようなテーマパークは一度行けばもう二度と行かないと考える人が大半だろう。公共事業を中心としたハード中心の地域活性化には一定の経済波及効果はあるものの、ソフト面の工夫が不十分な場合には限界があることが明らかとなってきている。

地域活性化の取り組みが曲がり角にきている中で、地域間の格差の問題は更に深刻さを増している。郊外型の大規模ショッピングセンターに客を取られ、地方の多くの商店街はシャッター通りと化して青色吐息だ。失業率は高止まりし、有効求人倍率も低迷しているのが地方の現実だ。

注目を集める食を通じた地域活性化

そんな中で、食をキーワードにした地域活性化の取り組みがブームの兆しを見せている。人を地域に呼び込むために食べ物は不可欠の材料だ。古今東西、観光において食というものが重要な要素となっていることはある意味、当然のことと言えよう。

これまでも地域の高級食材をブランド化する動きは各地で見られたが、最近では、 B級グルメ、あるいはB級ご当地グルメと呼ばれる地域の人々に親しまれている、 安くて美味しいメニューを活用してまちおこしを行う地域や団体が注目を集めて いる。特にB級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会が主催する、B-1グラ ンプリでグランプリとなった団体の提供する料理はマスコミなどで大々的に取り 上げられ、その料理を食べるために多くの観光客がご当地を訪れ、地域への経済波 及効果も膨大なものとなっている。 地産地消の動きも活発だ。地域で生産された農産物や水産物を地域で消費することは、地域経済の活性化につながるとともに、食品の産地偽装などで失った食に対する信頼感を取り戻し、更には輸入食材に比べて CO2 排出量の削減にも貢献するなど様々なメリットが期待されている。特に、道の駅などを中心に農産物直売所が全国各地で設置され、地域の新鮮な農産物が安価に買えることから消費者の支持を集めている。

食育に関する取り組みも注目を集めている。食育基本法が制定され、伝統的な食 文化や食に対する基礎知識の教育が学校現場で行われるようになり、地域の食材が 積極的に給食に活用されるようになってきた。

このように様々な切り口で食を通じた地域活性化の取り組みが進められている。 箱物などハード事業に比べると食の場合、基本的にソフト事業であり必ずしも事業 費が多くかかるわけではない。素材も地域に少なからず存在することから、現在で は数多くの地域で食を通じた地域活性化が展開されている。

食を通じた地域活性化の諸課題

全国各地で食を通じた地域活性化の取り組みが行われているが、その一方で様々な課題も見え隠れしている。これだけ多くの地域で取り組みがされている以上、競合も避けられない。一時的には注目を集めたとしてもいつのまにか消滅しているケースも今後は増えてくるだろう。行政が予算措置をすることによって、初年度はメディアなどの露出によって名前が売れても、二年目以降には地元の人もあまり食べなくなり、予算措置がなくなるとともにメニューが消滅するようであれば、適切な財政支援とは言えないだろう。せっかく始めた取り組みを継続的なものとするためには、専門的なアドバイザーや先進事例から学ぶべき点が少なからずあるだろう。

継続性に関しては地元の人に愛され続けてきた、いわゆる再発見型といわれるものよりも地域活性化のために新たに作られた、いわゆる開発型と呼ばれるものの方が課題を抱えているようである。観光客の支持を一時的に得たとしても地元の人々がその料理を愛さない限りは長続きは難しい。食育や地産地消も同様であるが、地元の人が地域のものを大事にして、それらを消費し続けることが結果として地域外の人にとっても魅力的に映り、わざわざ食べに行ってみようという気持ちにさせるのだ。

本研究会が実施したアンケートでは、有効であった取り組みとして最も挙げられたのが「マスコミを通じた PR」と「食に関するイベントを通じた PR」だった。これは裏を返せば、効果的な情報発信を行うことが課題となっていることである。予算の制約が強い中、ツィッターやブログなどによる口コミ情報の重要性やメニューや活動団体のネーミングを工夫することなどが本研究会の議論の中でも指摘されている。

このほか、知名度が増すにつれて模倣品やまがいものが出回り、クレームが寄せられるケースも増えている。この点については、商標など知的財産権を保護するための地域の取り組みが重要となってくる。

食を通じた地域活性化を考える視点

食に限らず地域活性化の取り組みには、それを支える担い手の存在が重要となる。 富士宮やきそば学会や八戸せんべい汁研究会などの活動を見れば明らかなように、 地域をなんとかしたいという強い思いを持つリーダーの存在が活動団体の活動を 活発にし、また継続的な取り組みを可能にしている。最近では津山市や甲府市のよ うに、市職員が一市民の立場で市民活動として取り組むケースも出てきた。誰が担 い手の中心となるのであれ、継続的な取り組みが出来る活動団体を設立し、単に 個々の飲食店の利益を求めるのではなく、地域を活性化させるための広範な活動が 望まれる。

また、地域活性化は行政だけでも民間だけでもその目的を達成することは困難である。本研究会のアンケートでは 3 割強の取り組みが民間のみという結果になっているが、実際には行政が何らかの後方支援をしているケースも少なくないと推察される。地域の実情に応じて、行政と民間がそれぞれの持ち味を生かして取り組んでいくことが肝要だろう。

食を通じた地域活性化はそれなりの経済効果も期待できるが、食だけでもその効果には限りがある。食に限らず地域には様々な資源が埋もれている。それらを地域の人々が再発見し、食の魅力と上手く結び付けることがますます重要となるだろう。

本研究会では、地方における食を通じた地域活性化の取り組みについてアンケート調査を行い、その現状と課題等について分析を行うとともに委員各位から先進的な取り組みを報告していただいた。 俵委員からは、B-1 グランプリと食のまちおこしの取り組みについて、金丸委員からは、食文化のテキスト化とワークショップから想像する地域のブランド事業について示唆に満ちた報告をいただいた。また、自治体の取り組みとして石塚委員からは八戸市の、高橋委員からは横手市の、そして石井委員からは上士幌町の報告を戴いた。地域における実際の取り組みの現状と諸課題が明らかとなった。

本研究会の議論の中で、食を通じた地域活性化に関する多岐にわたる論点が示された。また、アンケート結果からも様々な有益な情報を得ることが出来た。本報告書の内容を参考にしつつ、各地域で地域の実情に応じた食を通じた地域活性化の取り組みが今後ますます活発化し、地域の元気の源となることを期待したい。

第1部 研究会における検討の成果

第1章 食を通じた地域活性化の進め方について

第2章 食を通じた地域活性化の取組に関するアンケートの分析

第1章 食を通じた地域活性化の進め方について

地域においては、人口減少・少子高齢化社会の到来、低迷する産業、雇用環境の悪化などの厳しい社会経済情勢に直面しており、地域力を高める取組が求められている。また、リーマンショック以降の一次産品の価格競争の激化や少子高齢化の進行による生産人口及び消費量の減少によって、一次産業は苦境に陥っている。そうした中、まちおこしとして、また、大都市や海外市場をも視野に入れた産業育成策として、食を通じた地域活性化は、地方公共団体として取り組むべき重要な施策の一つとなっていると言える。

こうした食を通じた地域活性化策には、食のブランド化、ご当地グルメ、地産地消、食育、食と観光との連携など多彩な取組が見られるが、本研究会では、そうした取組の先行事例の報告や地方公共団体へのアンケートなどを通じて、事例の整理や課題の抽出、対応の方向性の検討を行い、食を通じた地域活性化の進め方について取りまとめを行うものである。

本報告書では、地方公共団体の実際の取組に資するよう、食を通じた地域活性化の類型化を行いつつ、課題と対応の方向性につき整理を行う。本報告書の内容をもとに、各地域の実情や内容に沿った取組を進める際の参考として頂きたい。

1 食を通じた地域活性化の分類

(1)「食」の形態の分類

食を通じた地域活性化の「食」には、例えば、地場産の農作物、一次産品の加工品、そして地名を冠した料理など多様なものが考えられる。研究会においては、議論の整理のため、便宜的に以下の3分類に大別することができると考えている。

- ①素材(米、魚、肉、野菜など)
- ②加工品(ハム、米粉パンなど)
- ③料理・メニュー (焼きそば、鍋、丼、コース料理など)

そのため、次章の地方公共団体へのアンケートにおいては、こうした分類を 踏まえ、形態ごとの傾向を分析を行っている(第 I 部第 2 章参照)。

(2) ターゲット(誰を対象に取り組むか)の分類

取組のターゲットは、大別すると、

①当該地域及び周辺地域の人

②他地域(大都市、海外など)の人(観光客、消費者)

に分けることができる。そのうち、①をターゲットにして行う食を通じた地域の活性化策としては、地産地消、食育があげられる。さらに、B級ご当地グルメは地元の住民が日常的に食べていただけるような料理であることが継続性の確保の点で重要である。

次に、②をターゲットにした取組は、さらにいくつかに分けることができる ため、その分類と当該分類に関連して研究会で交わされた議論やアンケート結 果をあげていく。

分類A:地域に来て食べてもらう(観光等)

大都市や海外など他地域から観光客として訪れた人に食べてもらう分類が挙げられる。研究会で報告のあったB級ご当地グルメ*のイベントであるB-1グランプリについては、その主たる目的をイベントに来てもらうことではなく、イベント後に実際に地域に足を運んでもらうこと、言い換えれば「まち・食文化を売る」ことに置いている。そして最終的には、当地へ旅行に行く人が「この近くに何かいいものはないのかな」と考えた際に、温泉やお城などの観光資源に並んでB級ご当地グルメを思い出すぐらいに認知されることが目指されている。

*B級ご当地グルメは「ご当地グルメの中で、安くて美味くて、地元に愛されているもの」 と定義されている。

B-1 グランプリの主催団体である B 級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会の会則では、

「②B級ご当地グルメとは

- ・食べたら旨いと絶対の自信をもっておすすめできるものであること。
- ・地元の人が日常的に食べているもの、又は日常的に食べることができるものであると。
- ・食材ではなく、料理として提供されるものであること。
- ・特定の一飲食店のメニューではなく、その街に行けば複数の店で提供していたり、一 般家庭で食べることができるものであること。」

と定義されている。

さらに具体の自治体の取組として、八戸市では観光戦略として、B-1 グランプリで有名となった八戸せんべい汁に、朝市や横丁など地元の人々が育んでいる食文化を絡めて PR しているとの報告がなされている。さらに、第 3 回研究会で金丸委員から報告された常陸太田市の事例では、高品質な地元産そばのブランドづくりを進める中で、農家民泊をしながらそば打ちを体験できる教育体験や環境体験(ワーキングホリデーin 常陸太田)の機会を提供することを通じ、

地域に人を呼び込む取組を進めている。そして将来的にはそば畑と中心市街地 (歴史的景観)、観光農園を広域で連携させるマップを製作するなど取組をさらに 進めることとしている。

また、同様に景観保護による町並み保存で年間 400 万人の観光客が訪れ、うち 30%が海外客である高山市の事例では、宿儺かぼちゃのブランド化に向けた取組が行われているとの報告があり、その取組ではターゲットを東京ではなく、高山を訪れる観光客に定めている。

分類B:地域に来て購入してもらう(店舗、直売所)

素材、加工品について、近年は生産地に近い直売所等へ消費者が足を運び購入する事例が増えている。リーマンショック以降、価格競争が始まり、しわ寄せが農村と加工業者に行き収益性が下がる中、直売所事業は、全国1万3,500カ所1カ所あたりの平均販売額が1億円、全体で1兆円産業へと成長がみられる。

直売所において新たな雇用を生む事例として代表的なのは、三重県の伊賀の 里モクモク手づくりファームで、加工販売、直売所も含めて連携するという取 組を進めている。また新潟県では、農業器具業者で直売所事業へ参入する例、 ホームセンターで直売所に参入する例がある(「農産物直売所経営改善マニュア ル ((財) 都市農山漁村交流活性化機構)」を参考)。

第V部の食を通じた地域活性化の取組に関するアンケートにおいては、直売所での販売による取組が見られるものとして、山形もとさわ青菜漬(山形県山形市)、さるなしワイン(福島県玉川村)、だるまの味噌(福島県鮫川村)、ミネラル野菜(福島県西会津村)、かんなのあかじゃが(群馬県神流町)、きたやつハム(長野県佐久穂町)、豊前本ガニ(福岡県豊前市)、伐株カレー(大分県玖珠町)、味のふるさと便(宮崎県延岡市)などがみられたところである。

分類C:地域の食材、加工品、料理を購入してもらう(通販、バイヤーへ)

素材をつくる農家や企業が通信販売を通じて消費者に購入してもらったり、 小売店・飲食店のバイヤーが購入する分類である。

東京に売るために重要なのは、バイヤーは、いつどれだけの量を加工できるのか、確実に連絡がとれる窓口はどこかといった情報を重視するとされ、生産地、品種、他地域でとれる同種のものとの違い、生産額、出荷方法、問合せ窓口等の情報が重要である(第II部第2章参照)。

また、前述の伊賀の里モクモク手づくりファームでは、売上高の五分の一を 通信販売で売上げており、これは同社内の加工販売事業、直売所事業と連動し た取り組みを進めているためであると考えられる。

分類D:イベントで食べてもらう(各種食のイベント)

各地で開催されているフェア、祭り等の名称のイベントや、百貨店等で開催される「食の市」など、各種食のイベントで食べてもらう分類である。八戸市ではふるさと祭り東京、世田谷区民ふるさと区民祭、アサヒビール・ロビーコンサートへの出展を通じて、地域の人が育んでいる食文化をPRし、ファン層の拡大に努めている。またアンケートにおいては、「料理」の形態につき、「有効であった取組」としては「食に関するイベントを通じたPR」が最多であり、具体例として全国丼サミット、都道府県単位のご当地グルメイベント等が挙げられている。

(3) 食を通じた地域活性化の具体的な目的の分類

地域の活性化の目的と言っても様々なものがあるため、いくつかの目的にブレークダウンすることが議論の整理に資すると考えられる。ここでもその分類とともに、関連する研究会の議論をあげていく。

①地域を訪れる人の増加、②地域の認知度の向上

地域の名を冠した素材、加工品、料理の売り上げが増えたり、イベント等における PR により、食を求めて地域を訪れる人が増加したり、地域の名が全国に知れ渡ることにより地域の認知度が向上すること挙げられる。B-1 グランプリは、食べ物を売ることを重視する他のグルメイベントとは異なり、出展団体は食べ物を売るのではなく、食べ物を使ってまち・食文化を売っているという目的を持つとされ、B-1 グランプリを自分が住むまちのお披露目の場だと認識されている。飲食店が活動の前面に出ず、イベントにおいて特定の店を P R することを禁止している点も、他のグルメイベントと一線を画すポイントと言える。

③地域住民が地域に誇りを持つこと

研究会では、八戸市において、八戸せんべい汁の取組により遠くから観光客が来る、メディアで取上げられること等を通じ、市民に気づき・誇りが生まれているとの報告がなされたところであり、食を通じた地域活性化の重要な目的の一つと言える。

④海外からの観光客の呼び込み

観光庁では、訪日外国人旅行者を 2013 年までに年間 1,500 万人とし、将来的 には 3000 万人まで増やすことを目標とするビジット・ジャパン事業を進めてお り、魅力的な観光資源として日本の食にも大きな期待が寄せられている。研究

会においては、ギリシャ政府が地域景観を生かしたB&B*と連携させて、地域 農村に観光客を呼び込む事例が報告され、日本もヨーロッパの農村経済観光戦 略を取り入れるべきであるとの指摘があった。

*Bed and Breakfastの略。主に英語圏各国における小規模な宿泊施設で、宿泊と朝食の提供を料金に含み、 比較的低価格で利用できるもの

⑤一次産業の振興、⑥食品加工業の振興、⑦飲食業の振興

この3業種は食を通じた取組の直接の受益者ともいえるが、研究会ではこれらの業種を取り巻く環境の厳しさも報告されている。リーマンショック以降、価格競争が始まり、商品単価の下落圧力が農村と加工業者に向かっており、巨大市場である東京で価格競争に巻き込まれない高付加価値商品を売りたいという各地方のニーズは根強く、ブランド化等に向けた更なる取組が必要である。また、地方においては、多様な一次産品が豊富に収穫される自治体でも、加工する手段・産業が地元にない自治体が多く、付加価値をつけて商品化するためのインフラが乏しいことが課題と言える。

⑧食育、スローフードの推進

2005 年に成立した食育基本法にあるように、食育は地域社会の活性化に寄与するものとされている。ヨーロッパでも国の施策として食育、スローフードが推進されている。フランスには食育ファームとして36の食の体験のプログラム、イタリアには20強のプログラムが存在し、このプログラムを通じて当地の食のブランドを形成し、観光と連携しながら農業にお金を落とすシステムが作られている。またイタリアのスローフード大学(食文化科学大学)は、地域食材しか使わないという大学で、マーケティングから流通など食に関する全てのプロセスを教育し、農業政策やレストラン経営など幅広い視点から食に関わることができる人材の育成を目指している。

2 まちおこしの観点からの食を通じた地域活性化の方向性と過程 の分類

「食を通じた地域活性化」は、「食」の活用の方向性と過程に着目した分類も可能である。すなわち、方向性として高級志向と大衆志向に分けることができる。また、活用の過程として、発掘型と、開発型に分けることもできよう。研究会の議論でも石井委員から、北海道内のご当地グルメPR戦略が2つのタイプに分けられるのではないかとの指摘がなされた。ここでは、研究会において

特に議論のあった後者の活用過程の分類種別について、B級ご当地グルメ関連の議論をまとめる。

発掘型には、地域において古くから親しまれてきた食材やメニューを再評価して売り出したものなどが含まれる。八戸せんべい汁、横手やきそば、富士宮やきそばを始めとするB級ご当地グルメの多くや、かつての伝統食が復活するケースもある。八戸せんべい汁は、地元の人が、今あるものに着目して売るという視点、すなわち「食の掘り起こし」の視点を持つことで、地域に眠っている資源を再発見し地域の活性化へ結びつけた例と言える。

開発型には、地域の素材を活用して新たなメニューの開発を行うものが分類され、新ご当地グルメと言われるものも含まれる。開発型の事例の中には、うまくいかない事例も少なからず存在しており、研究会ではその最大の理由として、①地元の方がなかなか食べてもらうようにならないこと、②そもそも地元の方が食べていないものを観光客がわざわざ食べないことであるとの指摘があった。また開発型でうまくいくケースとしては、元々まちおこしに色々な形で携わっている人たちが、食をその手段と位置づけて活動を行った場合(オホーツク北見塩やきそば等)であるとの報告がなされており、関係者の参考となるものと考えている(詳しくは第Ⅱ部第1章を参照)。

3 食の活用にあたっての方策の分類と課題

(1) 中心となる担い手の特性

食の活用を進めるにあたっては、多様な担い手が考えられ、またそれらの協働が取組の充実に重要であると言える。研究会では、委員による報告及びアンケートにおける数多くの事例を取上げ、その担い手につき議論を行ったが、以下に分類できると考えられる。

- ① 一般の市民(業務時間外にボランティアで参加する自治体職員を含む)
- ② 行政(職員が業務・職務として行う場合)
- ③ 商工会議所、商工会、JCなど
- ④ 飲食業関係者
- ⑤ 一次産業関係者(生産者、JA)
- ⑥ 店、料理人とのコラボ

研究会では、B級ご当地グルメに関して、中心となる担い手について委員から詳細な報告があった。その中でも、地方公共団体の職員に特に参考にしてい

ただきたい点を以下ピックアップする(詳しくは第Ⅱ部第1章参照)。

まずB-1グランプリに関しては、飲食店を束ね、飲食店にメニューを作らせて、飲食店を中心としてB-1グランプリへの出場を目指すパターンは、ボランティアで活動へ協力してくれる賛同者を集めることが難しく、活動を継続することが難しい。出展団体に聞くと、「私たちは食を売っているのではない、まちを売っているのだ」と答える人の多い団体が、継続的にいろいろなアイデアを凝らした情報の発信ができている。

また、公務員が業務時間外に市民として活動し、うまくいったのが津山と甲府の取組である。市役所の職員が甲府では甲府市民、津山では津山市民として、たまたま職場が市役所だという考え方で取組んでいるという活動であり、徐々に成果が出始めている。これらの活動は夕方5時以降と土日のみに行っているものであるが、市役所の職員としてお願いをしに行く場合、業務外の要望・意見を言われることが多かったが、「市民として来ている」と話すと、話を聞いていただけるようになったとのことであった。ただし、自治体の事情もそれぞれ異なるため、すべての地域で可能ではないと考えられる。また、ある程度の参加者が確保できないと周囲の理解をえることが難しいとの報告もあった。さらに、B・1 グランプリの入賞等により知名度が急上昇した場合、ボランティアの時間だけで取材や問い合わせに対応することには限界があるため、業務・職務として対応できるような配慮をもらえるように状況が変化してきたとの事例がある。

また、担い手の中心が誰であるにせよ、推進する組織は絶対に必要である。 任意団体で構わないが、飲食店など直接利益を受ける人が前面に出ないことも 重要である。

具体の例として、横手市においては、まず平成12年4月に商工観光課内に横手やきそばプロジェクト推進本部が設置された。予算がゼロであったため、当時の担当職員は自費で市内にある約50軒のやきそば店を食べ歩き、店の場所、雰囲気、値段、メニュー等のデータを整理した。また「横手(漢字)やきそば(ひらがな)と名称・標記を統一してのPRを開始した。平成13年3月には、一般の市民で組織される横手やきそば研究会(季刊誌の発行・配布等)や市職員有志による横手やきそバンド(各種イベントでの演奏)が発足した。その後、平成13年10月に発足した横手やきそば暖簾会(主に横手やきそば提供店舗で構成)のメンバーだけでは対応が難しくなり、調理の担い手の裾野を広げるため、平成14年2月に横手やきそば職人養成講座がスタート。一般市民を対象に横手やきそばの調理だけでなく、歴史などについても講義を行い、認定試験合格者を横手やきそば職人として認定している。

食のブランド化については、実践例として報告のあった岐阜県高山市の宿儺かぼちゃは、飲食業関係者、一次産業関係者(生産者、JA)、料理人等が協働した事例として好例である。(詳しくは第 Π 部第 2 章、第IV部第 2 章参照)。まず、市内の飲食業関係者が集まり開発したメニューを、商工会議所、商工会、J C、J A、行政関係者が一同に集まり試食会を実施し、商品開発の知恵を出し合った。そして農家、レストランのシェフ、和食の料理人、ケーキ屋のパティシエ、農業学校の教師など約 400 名の地元の食関係者及びマスコミが集まり、プレゼンテーション及び試食会を開催。更には地元のホテルで宿儺かぼちゃを素材にしたディナー会やランチ会も開催された。その後、農家の女性達が店舗と協力して作ったカボチャの蒸し饅頭を祭りで販売し、素材→料理展開→商品加工→まきこみという一連の地域連携が行われた。また 2010 年 9 月、2011 年 1 月には宿儺かぼちゃ研究会により「宿儺かぼちゃツアー」が主催され、参加者と生産者が農地や古民家の見学や宿泊を通じて交流し、観光面での連携も進められている。

(2) 地域連携、大学連携等

研究会においては、複数主体の連携による、食を通じた地域活性化の事例も報告され、生産業者、飲食店、行政、関係団体はもとより、大学との連携や地域間の連携が重要との指摘があった。

B-1 グランプリを主催する社団法人B級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会(通称:愛Bリーグ)は、加盟団体と連携してB級ご当地グルメのブランド化を図り、地域活性化に寄与することを目的として活動している団体・グループであり、効果的連携の代表例と言える。また秋田県内では、愛Bリーグ加盟団体、飲食店、販売店、農産物生産団体など様々な食を通じたまちおこしに関係する団体が秋田県食のネットワーク協議会を組織し、それぞれが主催するイベントへ相互に出店したり、情報発信で連携しているとの報告があった。

第3回研究会で報告のあった常陸太田のそばの取組における筑波大学の先生 との連携や、飛騨高山、猪苗代や四万十町*で進められている地域の連携・人材 育成の事例も示唆に富んでいる。

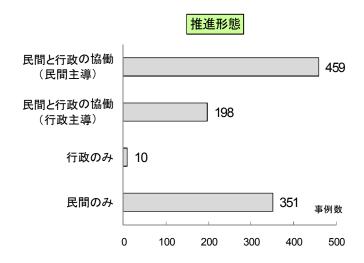
*地域密着型インターンシップ研修事業を実施。他には会津地域、伊賀市、上勝町が実施している。

(3) 行政の役割

まちおこしとして食を通じた地域活性化に取り組む場合や、当該地方公共団体の主要な産業が食に関わる一次産業である場合などは、行政の役割が特に重要であると考えられるため、以下、①活動の主体、②財政的支援・人的支援という観点から行政の役割について整理を行う。

①活動の主体

アンケートにおいて活動の推進形態を調査した(第 I 部第 2 章参照)が、「民間と行政の協働(民間主導)」によるものが最も多い、すなわち、協働の中で、 行政は民間の取組を支援する形が採用されているケースが多くなっている。



②財政的支援,人的支援

食の活用にあたっては、地域の実情や内容に応じた色々な方式がとられるべきであり、有効な推進・進め方の選択肢もいくつかある。そのうち取組主体の形態や過程の必要に応じ、行政による財政的・人的支援も鍵となる場合もあるが、留意点として例えば研究会では食の活用のため行政が予算をとって進める新たな事業は3年で終わることが多いとの報告もなされた。1年目でメディアへ露出して有名になり、2年目には露出が減るとともに地元の住民も食べなくなり、3年目に予算がなくなると共に消滅するケースが多く見られるとのことである。支援を行うにあたっては、支援終了後に地元にノウハウが残り、住民による自立した活動が継続するよう、販路の開拓(地元を含む)、商品開発等のノウハウを地元に残すための人材育成に留意する必要がある。*支援の具体例については第III部の八戸市、横手市、上土幌町の取組を参照。

※公務員が業務時間以外に行う活動については(1)参照。

食のブランド化を進めるにあたり、ソフト的な支援、例えば流通・加工の専門家の育成が必要であるような場合においては、専門的なアドバイザーや先進事例を参考とした取組が有用である。

く参考>

研究会で取り上げられた国の各種支援策を以下に掲げるので参考にしていただきたい。

- ・地域力創造アドバイザー事業 (総務省) ※平成22年度で終了。次年度以降は「地域力創造のための起業者定住促進モデル事業」として実施予定。
- ・地域活性化応援隊(地域活性化伝道師の派遣)(内閣府)
- ・農林水産物・食品地域ブランド化支援事業(農林水産省)

(4) 食の活用にあたってのその他の課題と対応策の整理

既述してきた事項以外の課題と対応策以外の事項について、研究会で取り上げられたものを抽出していくので、各地の関係者の参考としていただきたい。

〇課題:活動、経済効果の継続性(ご当地グルメ)

研究会においては、活動の継続性、特に経済効果の継続性が課題である として、多くの議論を行い、先進事例を取り上げた。

対応策:

- ・飲食店等、直接の受益者ではない人々が多数参加し、「まちを売る」視点を持ち続けられるかが重要である。直接受益者(飲食店、生産者等)が活動の中心になるよりも、関係のない人々が中心となっているものの方が成功例が多い。
- ・観光客は、地元の住民が継続的に食べるものに関心を持つ傾向がある。 地元住民が日常的に食べる土台があってこそ、平日の売上げも立ち、経 済効果が長続きする。
- ・既に地元にあるものに着目する「掘り起こし」の視点が鍵。
- ・八戸せんべい汁の取組については、これまで行ってきた財政的支援に加 え、近年は、活動の継続性を高めるため、人材(ボランティア)育成も あわせた支援に現在取組んでいる。
- ・平成21年に横手市で開催したB-1グランプリの経済効果は13億円で、大会開催以降8ヶ月間で34億円の経済効果があった。一過性のブームとしないためには、継続した話題づくりと情報発信が必要。
- ・横手市では、平成 14 年 2 月より横手やきそば職人養成講座がスタート し、まちおこしを担う人材の育成が行われている。一般市民を対象に横 手やきそばの調理だけでなく、歴史などについても講義を行い、認定試 験合格者を横手やきそば職人として認定している。

〇課題:情報発信

アンケートにおいて、有効であった取組として最も多く挙げられたのは「マスコミを通じた PR」、「食に関するイベントを通じた PR」であった。一方で、厳しい自治体財政、一次産業の苦境という環境下では、多額の費用

を要するマスコミへの広告掲載等による PR は多くの団体にとって難しく、 創意と工夫が重要となる。研究会で委員から報告された対応策・アイデア のうち、主なものを以下に挙げる。

対応策:

- ・八戸市では、独自にブログやツイッターを使いながら情報を発信し、情報発信の多様化を進めている。
- ・上士幌町は従前より独自で「十勝かみしほろん市場」というポータルサイトを運営している。ツイッターもツイート数が日本で一番多い自治体としてヤフーに紹介されたこともあり積極的に取り組んでいる。
- ・推進する組織名を「富士宮焼きそば学会」など、「地域名+メニュー名+活動団体名」にするなど、ネーミングを工夫することは、メディアに取り上げられるためのプロモーション戦略でもある。
- ・イベントの場合、前パブ (イベント前の広報) よりも後パブ (イベント 後の広報) に力を入れることで、イベントをきっかけに現地に足を運ぶ 人が増える。
- ・まったくのゼロからのスタートであっても、活動の積み重ねると同時に ブログ等による情報発信を行うことで、地元紙の支局→全国紙の支局→ 地元テレビ局と徐々に規模の大きなメディアから取材を受けるようにな り、徐々にブランド化が進んだ事例もある。

〇課題:模倣品、まがいものに対するクレーム

近時 B-1 グランプリの注目が高まるにつれ、出展団体の料理の知名度の上昇にともない模倣品・粗悪品が出回り、そのクレームが出展団体に寄せられるという課題が顕在化している。こうした課題に対しては、先進的な自治体の取組が参考になるとともに、アンケートでは特許庁が所管する地域団体商標制度の活用といった事例が報告されたので、各地の関係者の参考としていただきたい。

対応策:

- ・商標の確立、管理の取組の検討が必要。例えば一般商標や意匠の登録といった方策が考えられる。
- ・一般商標については、「富士宮やきそば」及び「バラやき」がそれぞれ平成 16 年、平成 22 年に登録されており、また奥美濃カレーは平成 23 年 1 月に地域団体商標へ登録されている。
- ・横手やきそばは、2009 年 9 月に地元開催となった B-1 グランプリでの優勝 により知名度が急上昇し、模倣品等に悩まされることとなった。そのため 現在は、横手市内の販売店舗が組織する横手やきそば暖簾会が市外の飲食

店等を対象に「普及に協力してくれないか」というスタンスで、「横手やきそば道場」という講習会を開催している。

4 食の活用による地域活性化の効果をより高めていくための 課題と対応の方向性

地域活性化の観点からは、これまでに述べた食の活用による効果をさらに深める工夫を行うとともに、他分野への波及や面的広がりを持つ取組に昇華させることが極めて重要である。すなわち他産業の育成・強化や、滞在型観光につなげることにより地域に及ぶプラスの効果を高めていくことが求められる。研究会では、以下のような事例につき報告が行われた。

八戸市は、八戸せんべい汁により地域の認知度が向上し、地域に足を運ぶ人が増加したが、より多くの人々に地域へ足を運んでもらうため、八戸せんべい汁だけではなく、あわせて朝市や横丁など地元の人々が育んでいる食文化のPRを行い、さらに前沖さば、磯ラーメンにも力を入れることにより、多様な魅力の向上に努めている。

横手市は、やきそばに加え、合併前の旧横手市以外の町村が有する食資源の活用を今後の課題として取組んでいるとの報告があった。また現在、蔵等の資源と連携した観光面での取組を進めているとのことである。

また報告案件ではないが、B級ご当地グルメで著名な富士宮市では、やきそばの他に、生産量日本一であるニジマスのブランド化を目指す富士宮にじます学会、日本酒を扱う富士宮エネルギッ酒倶楽部等のまちおこし団体が立ち上げられ、波及効果を生み出すことを目指している。

さらにこうした事例の他にも、B-1 グランプリ出展による波及効果として、まちの認知度向上や足を運ぶ人の増加により、道の駅の売上げの増加、店舗が駐車場を新たに借りることによる不動産への波及等の事例も出てきている。

また、地元産そばのブランド化を進める中で、農家民泊の提供を通じ地域に人を呼び込む取組を進める常陸太田市の事例や、宿儺かぼちゃの生産から料理開発→商品加工→地元の祭りでの販売→ツアーの実施と、一連の地域連携を進める高山市の事例もこうした取組の好例である。

この他にも、研究会での報告やアンケート結果では、以下の事例につきが報告があった。

- ・交通機関(横手市:横手やきそばタクシー、富士宮市:やきそばエクスプレス)
- ・地域通貨(横手市:地元開催 B-1 グランプリの金券を一定期間のみ中心市街地の商店でも使用可能とした)

- ・祭り、イベント(横手市のかまくらなど)
- ・観光(北海道遺産)(上士幌町など)
- ・中心市街地にある歴史的建造物(喜多方市など)
- ・スポーツ (国体でのおもてなし:新潟国体-三条カレーラーメン、秋田国体-ご当地 グルメイベントなど)
- ・地場産業(工場見学など)
- ・修学旅行等における農業体験(飯田市など)
- ・美少女イラストを使用したパッケージの利用(あきたこまち、羽後牛カレーなど)

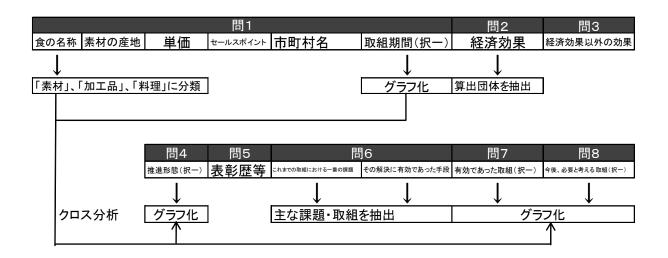
5 おわりに 食を通じた地域活性化に取り組むにあたって

本研究会では、地方へのアンケートとともに、先進的な取組を行っている委員からの報告をもとに、食を通じた地域活性化を進めていくに当たって必要な論点を議論してきた。それらの論点は多岐に亘り、先進自治体の事例(第1回、第4回)、B級ご当地グルメの活動における成功のポイント(直接利益を享受することのない人による取組、まちおこしの観点、地元客の重要性など)(第2回)やヨーロッパにおける政策の状況、食のブランド化や観光連携に向けたテキストづくりとワークショップの重要性(第3回)など、多くの示唆を富む内容が報告された。そして、次章及び第V部に掲載するアンケートの結果等も取組の参考になるであろう。食を通じた地域活性化は、地域に普遍的な課題である一方、差別化・ブランド化などの成功は容易とは言えない。地方公共団体におかれては、以上の研究会での議論とともに、第Ⅱ部以降の事例、報告を是非参考として実りある取組を進めていただきたい。

第2章 食を通じた地域活性化の取組に関するアンケートの分析

1. 分析手法

47 都道府県から約 1,000 事例の回答があり、以下の観点からデータ分析を行った(回答期間: 2010 年 9 月 21 日 \sim 10 月 22 日)。



2. 集計結果の分析

<設問:食の種類>

・回答のあった事例の中では、「料理」が392事例で最多。

<設問:取組期間>

- ・全事例通算では「1~3年未満」が最も多く、「10年以上」、「3~5年未満」が続く。
- ・「素材」では取組期間「10 年以上」が最も多いが、「料理」では「 $1\sim3$ 年未満」が最も多い。

<設問:推進形態>

・全事例通算では「民間と行政の協働(民間主導)」が最も多く、次に「民間

のみ」が多い。

- ・「料理」では「民間のみ」が最も多く、続いて同程度に「民間と行政の協働 (民間主導)」が多い。
- ・「素材」、「加工品」では「民間と行政の協働(民間主導)」が最も多く、「民間のみ」が続くが、「加工品」ではその差は少ないものの、「素材」では「民間のみ」は「民間と行政の協働(民間主導)」の半分程度。

<設問:有効であった取組>

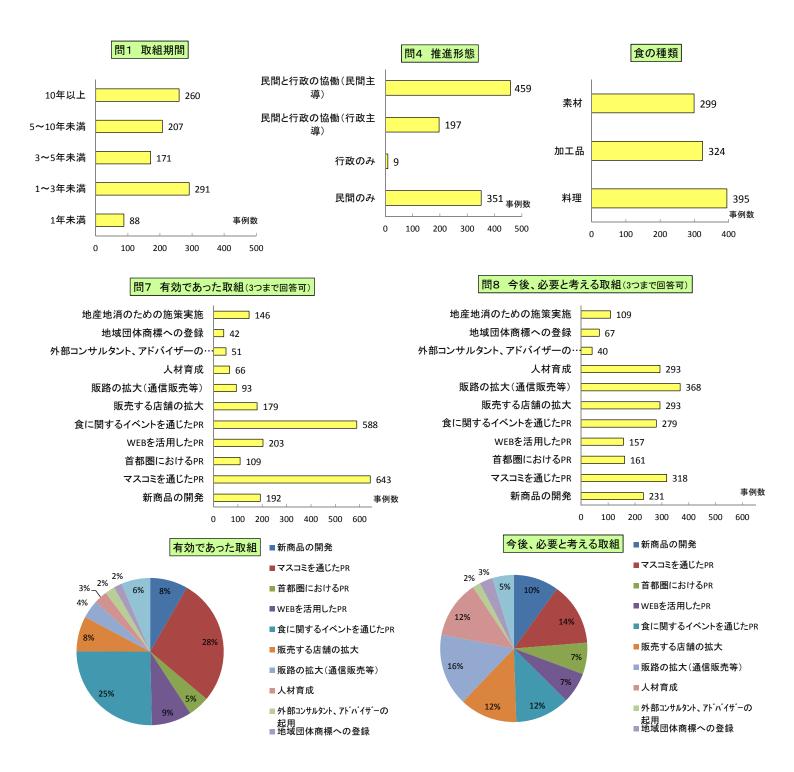
- ・全事例通算では「マスコミを通じた PR」が最も多く、次に「食に関する イベントを通じた PR」が多く、この 2 つが突出。
- ・「素材」、「料理」では「マスコミを通じたPR」が最も多い、その次が「食 に関するイベントを通じたPR」であるが、「加工品」ではその逆である。

<設問:今後、必要と考える取組>

- ・全事例通算では、「有効であった取組」で最多であった「マスコミを通じた PR」以上に、「販路の拡大(通信販売等)」が多く最多である。
- ・「素材」、「加工品」では「販路の拡大(通信販売等)」が最多。
- ・「料理」では「食に関するイベントを通じた PR」が最多であり、次に「販売する店舗の拡大」、「マスコミを通じた PR」、「人材育成」が同程度に多く続き、その次に「販路の拡大(通信販売等)」となっている。

3:グラフ(全事例)

事例数:1,018



4.クロス集計

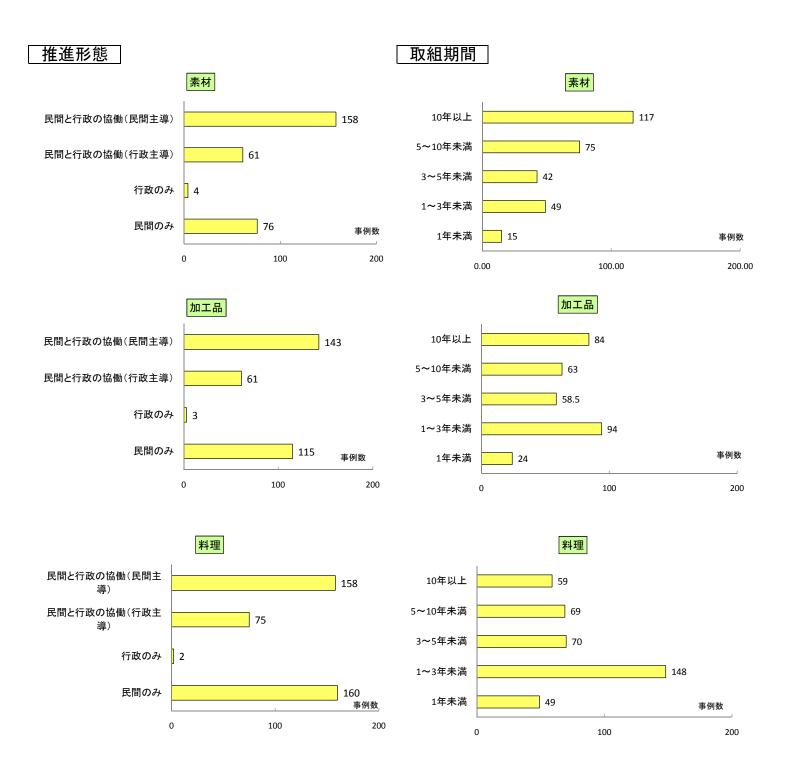
		取組期間						
<食の種類>	10年以上	5~10年未満	3~5年未満	1~3年未満	1年未満	合計		
素材	117	76	43	49	15	299		
糸例	39%	25%	14%	16%	5%	100%		
+n = 0	84	63	59	94	24	324		
加工品	26%	20%	18%	29%	7%	100%		
料理	59	69	70	148	49	395		
竹埕	15%	17%	18%	37%	12%	100%		

		推進形態						
<食の種類>	民間のみ	行政のみ	民間と行政の 協働 (行政主導)	民間と行政の 協働 (民間主導)	合計			
素材	76	4	61	158	299			
然 物	25%	1%	20%	53%	100%			
加工品	115	3	61	143	322			
께ㅗᇜ	36%	1%	19%	44%	100%			
料理	160	2	75	158	395			
种垤	41%	1%	19%	40%	100%			

<取組期間>	民間のみ	行政のみ	民間と行政の 協働 (行政主導)	民間と行政の 協働 (民間主導)	合計
10年以上	93	3	43	119	258
10年以上	32%	1%	21%	47%	100%
5~10年未満	71	3	36	98	208
10千木凋	30%	0%	28%	42%	100%
3~5年未満	51	0	49	72	171
3~3千不凋	50%	0%	11%	39%	100%
1~3年未満	92	3	60	136	291
1、3千个個	34%	1%	17%	47%	100%
1年土港	44	0	10	34	88
1年未満	36%	1%	17%	46%	100%

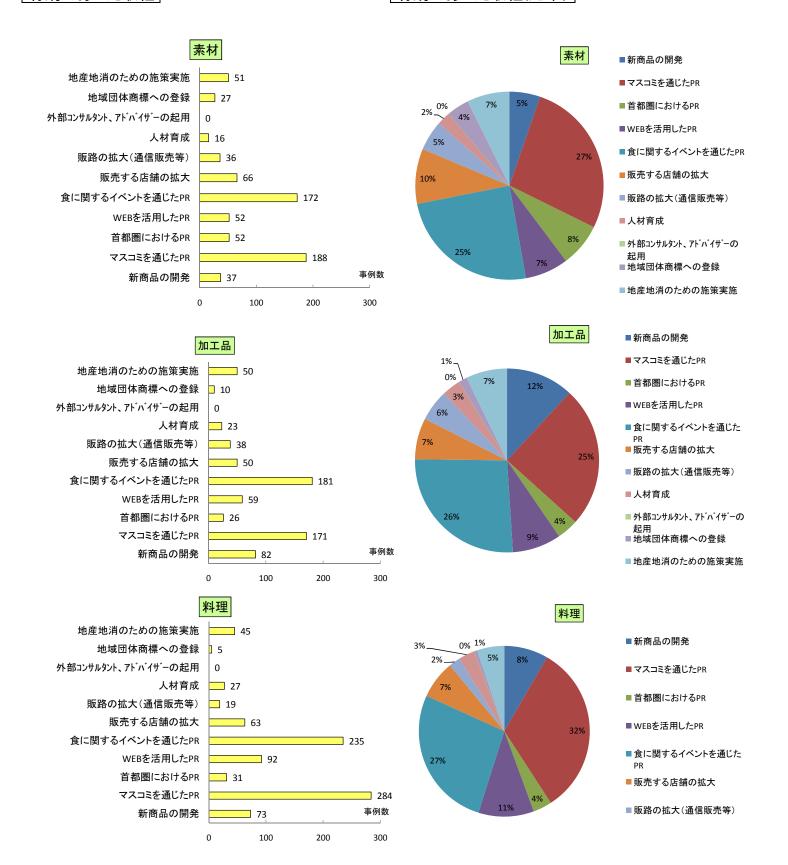
					有郊	であった!	取組				
	新商品の開発	マスコミを通じたPR	首都圏におけるPR	WEBを活用したPR	食に関するイベン トを通じたPR	販売する店舗の拡大	販路の拡大(通信販売等)	人材育成	外部コンサルタント アドバイザーの起用	地域団体商標への登録	地産地消のための施策実施
<食の種類>	•										
素材	5%	27%	7%	7%	25%	10%	5%	2%	0%	4%	7%
加工品	12%	25%	4%	9%	26%	7%	5%	3%	0%	1%	7%
料理	8%	32%	4%	11%	27%	7%	2%	3%	0%	1%	5%
<取組期間>					Ti-						
10年以上	6%	26%	5%	9%	25%	8%	6%	4%	0%	4%	6%
5~10年未満	9%	28%	6%	7%	28%	8%	3%	2%	0%	2%	6%
3~5年未満	7%	30%	4%	10%	27%	8%	3%	3%	0%	1%	7%
1~3年未満	11%	29%	4%	9%	25%	7%	4%	3%	0%	0%	7%
1年未満	9%	32%	5%	12%	25%	8%	2%	1%	0%	1%	5%
<推進主体>					Ti-						
民間のみ	8%	28%	6%	10%	26%	8%	5%	2%	0%	1%	6%
行政のみ	19%	33%	0%	10%	24%	0%	10%	5%	0%	0%	0%
民間と行政の協働 (行政主導)	8%	32%	6%	9%	25%	8%	2%	3%	0%	1%	6%
民間と行政の協働 (民間主導)	9%	28%	4%	8%	27%	8%	4%	3%	0%	3%	7%
						必要と考え	.る取組				
	新商品の開発	マスコミを通じたPR	首都圏におけるPR	WEBを活用したPR	食に関するイベン トを通じたPR	販売する店舗の拡大	服路の拡大(通信販売等)	人材育成	外部コンサルタント アドバイザーの起用	地域団体商標への登録	地産地消のための施策実施
<食の種類>											
素材											
加工品	10%	13%	10%	7%	10%	11%	17%	13%	0%	4%	6%
	10% 12%	13% 15%	10% 6%	7% 7%	10% 12%	11% 12%	17% 22%	13% 13%	0% 0%	4% 1%	5%
料理											
料理 <取組期間>	12% 12%	15% 20%	6% 8%	7% 9%	12%	12%	22% 16%	13% 19%	0%	1% 5%	5% 6%
料理 <取組期間> 10年以上	12%	15% 20% 13%	6% 8% 9%	7% 9% 7%	12%	12% 20% 10%	22% 16% 18%	13% 19% 15%	0% 0%	1% 5% 4%	5% 6% 5%
料理 <取組期間> 10年以上 5~10年未満	12% 12%	15% 20% 13% 15%	6% 8% 9% 6%	7% 9%	12%	12% 20%	22% 16% 18% 17%	13% 19%	O% O% O%	1% 5% 4% 2%	5% 6% 5% 7%
料理 <取組期間> 10年以上	12% 12% 10%	15% 20% 13%	6% 8% 9%	7% 9% 7%	12% 21% 10%	12% 20% 10%	22% 16% 18%	13% 19% 15%	0% 0%	1% 5% 4%	5% 6% 5% 7% 5%
料理 <取組期間> 10年以上 5~10年未満	12% 12% 10% 9%	15% 20% 13% 15%	6% 8% 9% 6%	7% 9% 7% 6%	12% 21% 10% 11%	12% 20% 10% 12%	22% 16% 18% 17%	13% 19% 15% 15%	O% O% O%	1% 5% 4% 2%	5% 6% 5% 7%
料理 <取組期間> 10年以上 5~10年未満 3~5年未満	12% 12% 10% 9% 11%	15% 20% 13% 15% 12%	6% 8% 9% 6% 5%	7% 9% 7% 6% 5%	12% 21% 10% 11% 14%	12% 20% 10% 12% 14%	22% 16% 18% 17% 18%	13% 19% 15% 15% 14%	O% O% O% O%	1% 5% 4% 2% 2%	5% 6% 5% 7% 5%
料理 <取組期間> 10年以上 5~10年未満 3~5年未満 1~3年未満 1年未満 <推進主体>	12% 12% 10% 9% 11%	15% 20% 13% 15% 12% 15%	6% 8% 9% 6% 5% 7%	7% 9% 7% 6% 5% 8%	12% 21% 10% 11% 14% 13%	12% 20% 10% 12% 14% 13%	22% 16% 18% 17% 18% 14%	13% 19% 15% 15% 14% 11%	0% 0% 0% 0% 0% 0%	1% 5% 4% 2% 2% 3% 3%	5% 6% 5% 7% 5% 4%
料理 <取組期間> 10年以上 5~10年未満 3~5年未満 1~3年未満 1年未満	12% 12% 10% 9% 11%	15% 20% 13% 15% 12% 15%	6% 8% 9% 6% 5% 7%	7% 9% 7% 6% 5% 8%	12% 21% 10% 11% 14% 13%	12% 20% 10% 12% 14% 13%	22% 16% 18% 17% 18% 14%	13% 19% 15% 15% 14% 11%	0% 0% 0% 0% 0% 0%	1% 5% 4% 2% 2% 3%	5% 6% 5% 7% 5% 4%
料理 <取組期間> 10年以上 5~10年未満 3~5年未満 1~3年未満 1年未満 く推進主体> 民間のみ 行政のみ	12% 12% 10% 9% 11% 11% 9%	15% 20% 13% 15% 12% 15% 14%	6% 8% 9% 6% 5% 7%	7% 9% 7% 6% 5% 8% 7%	12% 21% 10% 11% 14% 13% 17%	12% 20% 10% 12% 14% 13% 20%	22% 16% 18% 17% 18% 14% 13%	13% 19% 15% 15% 14% 11% 8%	0% 0% 0% 0% 0% 0%	1% 5% 4% 2% 2% 3% 3%	5% 6% 5% 7% 5% 4% 4%
料理 <取組期間> 10年以上 5~10年未満 3~5年未満 1~3年未満 1年未満 く推進主体> 民間のみ	12% 12% 10% 9% 11% 11% 9%	15% 20% 13% 15% 12% 15% 14%	6% 8% 9% 6% 5% 7% 6%	7% 9% 7% 6% 5% 8% 7%	12% 21% 10% 11% 14% 13% 17%	12% 20% 10% 12% 14% 13% 20%	22% 16% 18% 17% 18% 14% 13%	13% 19% 15% 15% 14% 11% 8%	0% 0% 0% 0% 0% 0% 0%	1% 5% 4% 2% 2% 3% 3%	5% 6% 5% 7% 5% 4% 4%

5:食の種類ごとのクロス分析



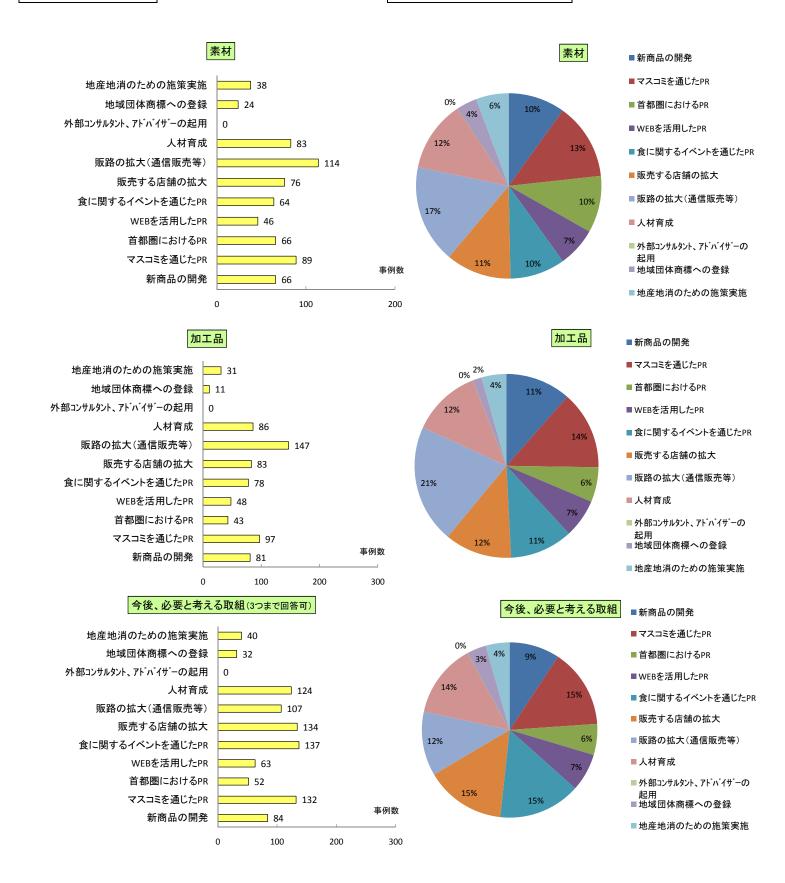
有効であった取組

有効であった取組(比率)



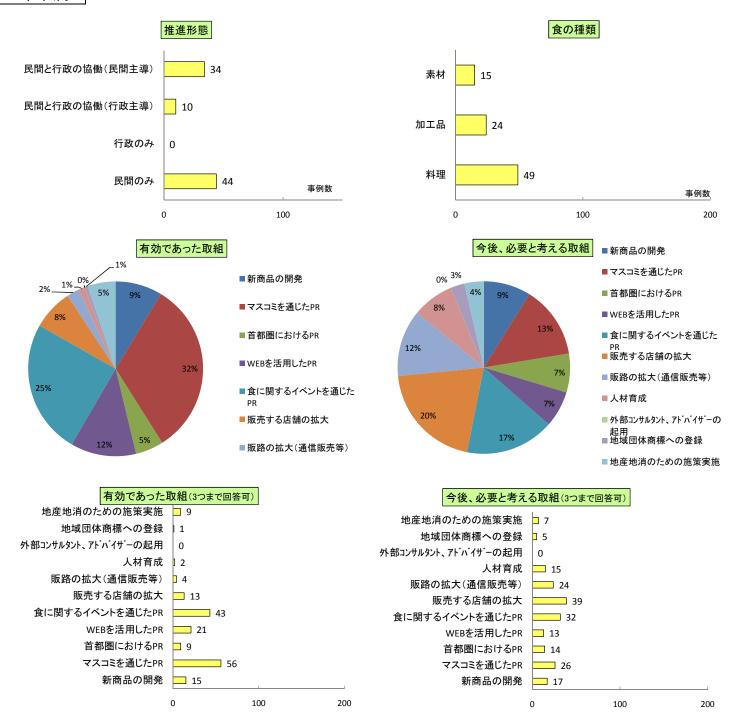
今後、必要と考える取組

今後、必要と考える取組(比率)

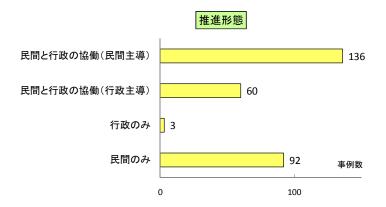


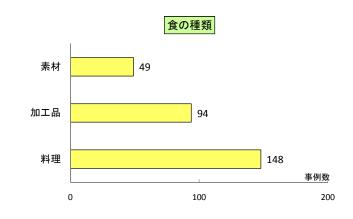
6:取組期間で区分したクロス分析

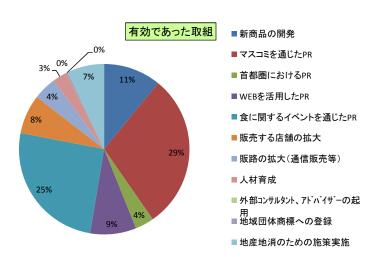
1年未満

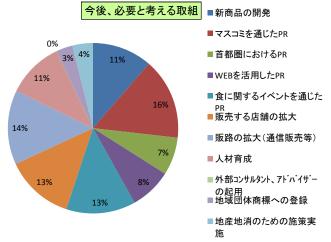


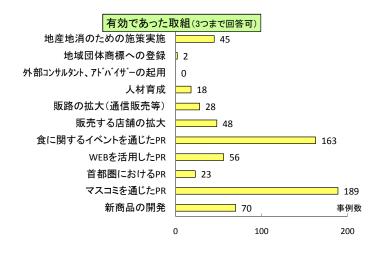
1~3年未満

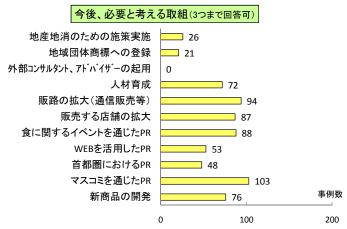




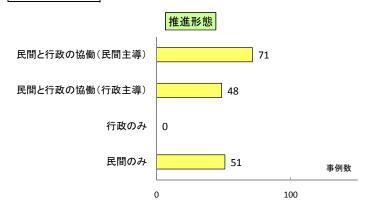


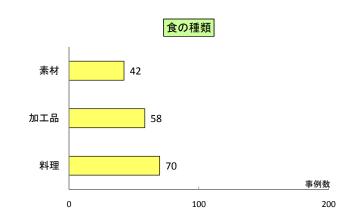


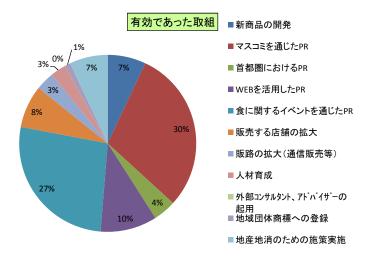


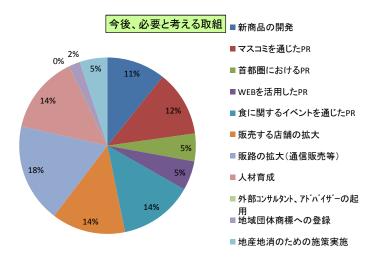


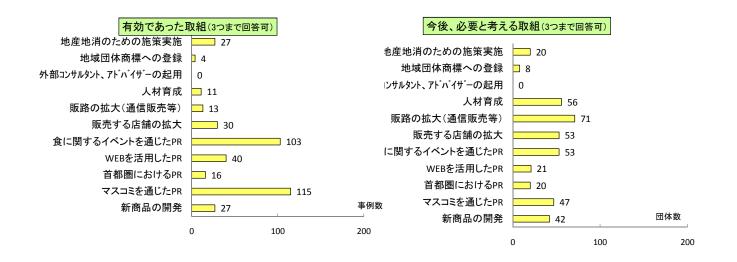
3~5年未満



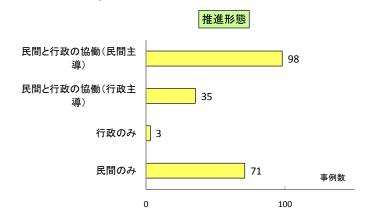


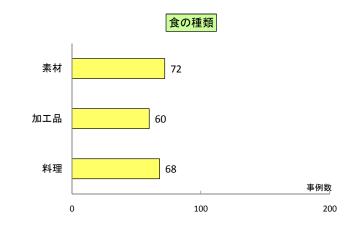


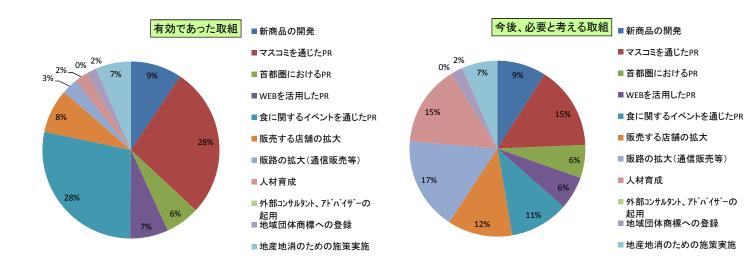


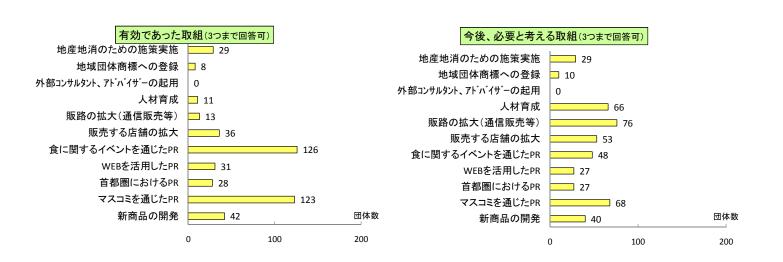


5~10年未満

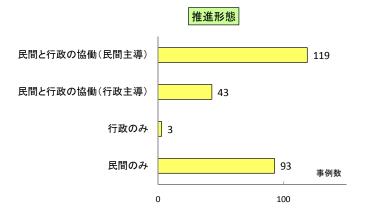


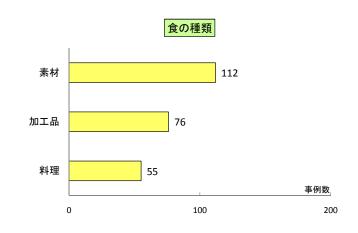


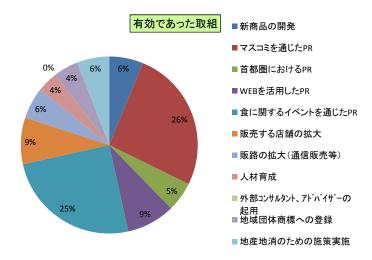


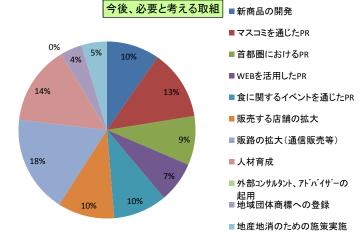


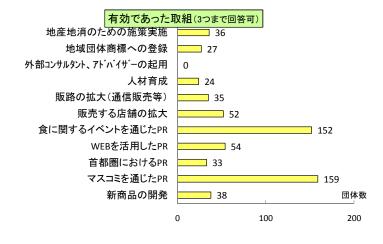
10年以上

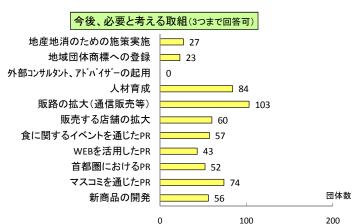




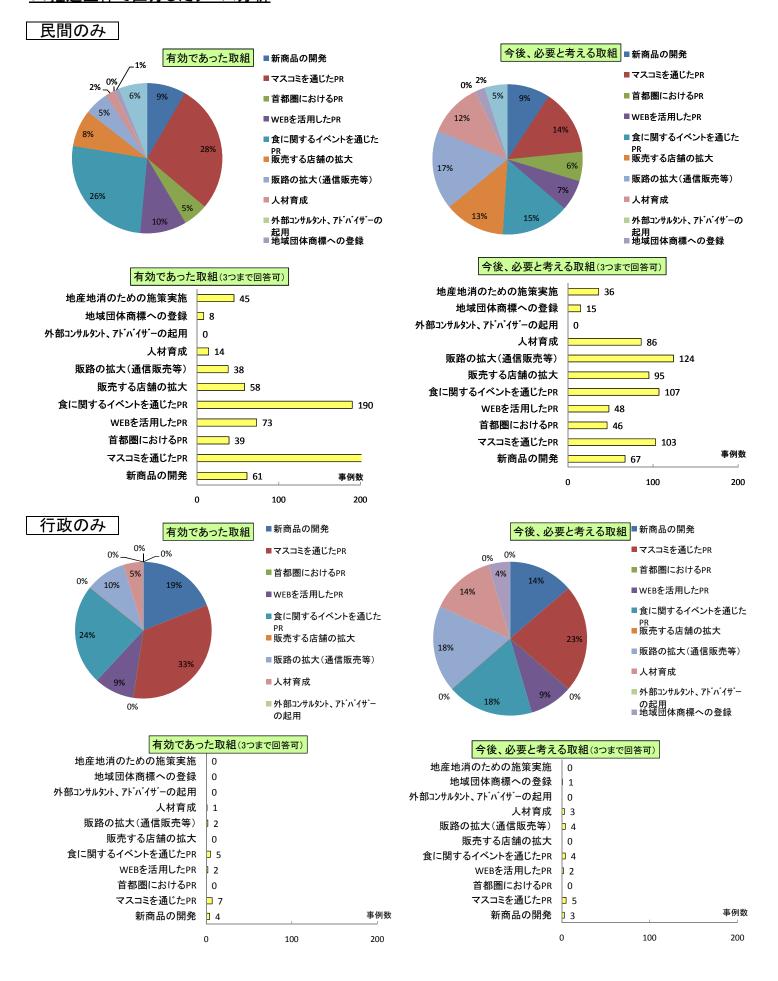




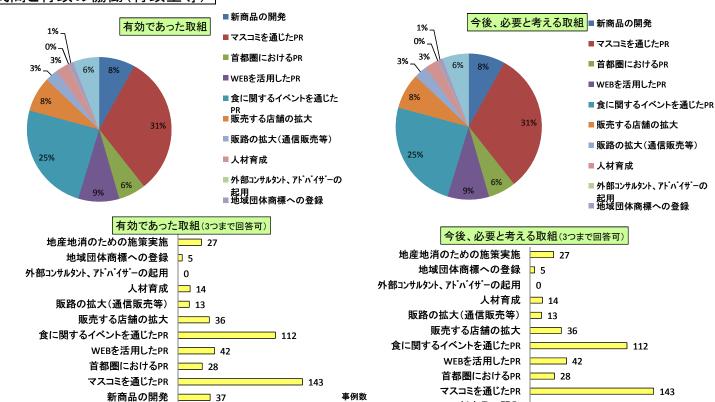




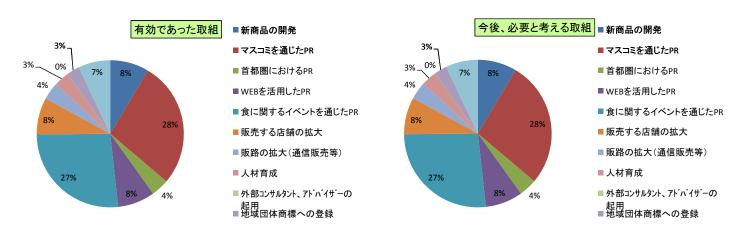
7:推進主体で区分したクロス分析



民間と行政の協働(行政主導)



民間と行政の協働(民間主導)



200

100

新商品の開発

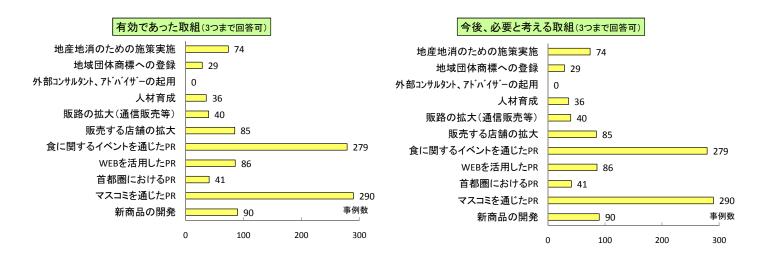
37

100

0

事例数

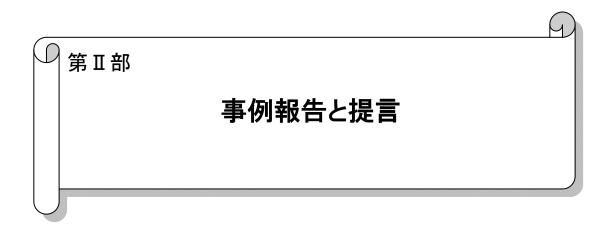
200



8:経済効果算出団体の抽出

	食の名称	素材の 産地	単価	セールスポイ ント	市町村名	取組期間(択一)	経済効果 (市町	内訳	経済効果以外の効果	形態	表彰歴等
北 海 道	オホーツク北 見塩やきそば	北見産のホ タテ・玉ね ぎ等	一食 850 程 度	₽	北見市	3~5年未 満	2.7 億円 発売以降 2年間	直接効果 148 百万円 一時波及効果 77 百万円 二次波及効果 49 百万円	平成22年度のB-1グランプリ全国大会への出場などにより全国的知名度が大きくアップした。	民間のみ オホーツク北見 塩やきそば推進 協議会	平成22年度 「B-1グランプリin 厚木」 10位入賞
北海道	阿寒やきとり 丼	阿寒産エゾ シカ肉	980 P 租 房	阿寒産エゾシ揚 肉を焼きの3種 げ・申刺しを載せ のた丼めし	釧路市	1年未満	0.1 億円	阿寒やきとり井売上 400万円 その他観光消費等 600万円	約50億円とも言われている道内のエゾシカによる 被害に対し、有効な活用 法のひとつとして考えら れる。	民間と行政の協 働(民間主導) 観光協会	
青森県	黒石やきそば・黒石つゆやきそば	特定なし	—杯 P 450 和 ß	太くて平らなコシ のある麺	黒石市	3~5年未 満	10.1 億円 (H20年度)	②市内焼きそば店焼き そば売上金額 4.9億円 B. 1次効果 2.8億円 原材料供給にあたる他 産業への波及効果 C. 2次効果 1.2億円 A及びBによる生産誘 発が雇用所得を誘発 し、雇用所得が家計に	・B-1グランプリへの出場などで「やきそばと言えば黒石」というように知名度が上がった。・観光客が増え、地元商店の士気があがった。	民間と行政の協 働(民間主導) 商工会議所	
青森県	天然蝦夷アワビ、天然蝦夷アワビ、天然中タムラサキウニ、、津軽海峡外海水峡 スルメイカ		900~ 12,000 P 円 租	E	東通村	5~10年 未満	5.0 億円 6年 (H17~22)	まわることによる生産 誘発 出荷額、その他売上 額、観光消費額等の合 算	業者・農業者等すべての村 民が知恵を出しあい自らの 地元食材についてPRや商	民間と行政の協働(民間主導) 漁協、産業振興公社、商工会等	平成17年~19年 度、経済産業省中小 企業庁JAPANブラ ンドに認定。
秋田県	横手やきそば	問わない	1食 500 円 月	地元で製造された茹で麺を使用したやきそば	横手市	5~10年 未満	億円 34 8ヵ月 (H21.9~ H22.5)	観光消費 29.9億円 やきそば売上額 2億円 関連商品の売上 2億 円	・地域活性化について、住民 自らがアイディアを出すよう になった。 ・都心部で認知度が向上し た。 ・横手市の知名度を向上し た。	民間と行政の協働(行政車導) ・協同組合護業会(店舗組合護議会(店舗組令書名) ・協写(店舗に受験を会) ・協同(は関係を) ・協同(は関係を) ・協同(は関係を) ・協同(は関係を)	・平成21年B-1グランプリn横手ゴールドグランプリ(横手やきそば暖簾会)
千葉県	びわソフトク リーム、びわ葉 茶、びわゼリー 等	地元産のび わ、びわの 葉を使用	びわソ フトー 個 350 度	地元産のびわを 使用	南房総市	1~3年未 満	2.6 億円 1年 (H20年10 月~H21年 9月)	経費関連 1.1億円 商品関連 0.9億円 観光関連 0.6億円	道の駅「枇杷倶楽部」を基点とし、「びわ」を地域特産物のブランド化したことで、観光客が大幅に増加するとともに、雇用の創出に寄与した。	民間と行政の協働(行政主導) 南房総市	「道の駅グランプリ2 000」 平成20年農商工連 携88選 地域資源活用促進 法に基づく事業認定
長野県	安養寺ら~めん	安養寺味噌 が地元産大 豆	一杯 700~ P 880 科	₽	佐久市	1~3年未 満	4.2 億円 2年	メディアへの掲載 0.3 億円	・望月地域の味噌カツ丼、軽井沢カレー、市内飲食店による組織化イベントの開催等へ波及・観光資源が弱い佐久への食による観光客の誘客	民間と行政の協 働(民間主導) 商工会議所	
岐阜県	奥美濃カレー	地元食材の 活用:郡上 の地味噌を 使用	1,000 程	・郡上の厳選素 材を使用し、隠し 味に郡上の地味 噌を使用 ・BIグランプリ H19より連続4回 出場 ・ 厳(しい認定制 度(市内25店舗、 70種類)	郡上市	5~10年 未満	2.0 億円 (H21年度)	・来店消費 20(1日) *300(日)*25(店舗) *800円=120百万円 ・レトルト販売 3500円 *6000個=21百万円 ・観光その他消費 来 店消費*0.5=62百万円	・郡上市の知名度の向上とイメージアップ ・調理師技術の向上 ・飲食関連業者と関係団体 等の連携意欲の向上 ・市町村合併後の新市の名 物料理として定着しつつある	民間のみ 奥美濃カレー組 合	地域団体登録商標に 登録
岐阜県	郡上めいほう 鶏ちゃん	地元調味料 の活用:味 噌・醤油	500~ £!	・昔から伝わる味噌・醤油ベースの秘伝の味付けをほどこした里山ならではの素はからい味まりがまります。 (H22)	郡上市	1~3年未 満	2.2 億円 (H21年度)	・来店消費 20(1日) *300(日)*13(明宝内店舗)*800円=62.4百万円 ・真空パック販売 800円=120,000個=96百万円 ・観光その他消費 来店消費*1.0=62.4百万	・明宝の食文化を全国に発信できた。 ・事業実施等に当たり、めいほう鶏ちゃん研究会(民間団体)と行政が連携できた。	民間のみ めいほう鶏ちゃ ん研究会	

	食の名称	素材の 産地	単価	セールスポイ ント	市町村名	取組期間(択一)	経済効果 (市町 村)	内訳	経済効果以外の効果	形態	表彰歴等
静岡県	a 宣士宮やきそ ば	素材の産地 はわかりま せん	450 円 程 度	l	富士宮市		約440 億円 9年間	やきそば関連 186億9890万円 メディア・ツアー関連 252億4650万円	やきそばと言えば富士宮と いうように、TVドラマでも富 士宮やきそばを焼いている シーンがながれるなど	民間のみ 行政の協力もある 富士宮やきそば 学会	H19地方自治功労 総務大臣表彰 その他多数
愛知県	豊橋カレーうど ん	豊橋産ウズラ卵を使用	800 程	・自家製麺を使用 ・生産量日本一の豊様用 ・生産権産力 卵を使用 ・器の底からごしうどんという構造にした ・食ベ方に特徴 を対けて1杯でが 特徴	豊橋市	1年未満	1.0 億円 5か月 (H22年度)	豊橋カレーうどん売上 額 約1億円 参考 電波使用料換算(テレビのみ) 約3億2000万円 その他ラジオ・新聞・雑 法の取材)	(の話題になったり、大学生か学譜の テーマにしたり、高校の放送部が取材 にきたり、小学生がこども関連施設のフ ラッグに画をかくなど広く浸透している。 、スタンプラリーにより、市内の再発見や 知らないうどん屋さんの開拓などラリー	民間と行政の協 側(民間主 豊橋商工会議所 ・ 豊橋頼光コン ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・	
奈良県	2 笠そば	奈良県 桜井市	1杯 円 500 程 度		桜井市 (笠)	10年以上	1.5 億円 (H21年度)	そば生産額 1千万円 そば処売り上げ 1.1億 円 地元雇入費 3千万円	・毎年10月に『そばピクニック』を開催、観光客が増加し地域が活性化、また、住民自らがアイディアを出すようになった。・県内外での認知度が向上。・他の商品の売上げが上がった。	民間と行政の協働(民間主導) (有)荒神の里・ 笠そば	地産地消優良表彰 受賞
高知県	₃ 鍋焼きら一め ん	県内	一杯 600 程 度	土鍋で「日本一 あついラーメ ン」、親鳥鶏がら ダシ	須崎市	5~10年 未満	2.0 億円	売上による直接効果 1.09億円 他産業等 生産拡大による間接効 果0.9億円	来訪者増による交流人口拡大、須崎の魅力発信	民間と行政の協働(民間主導) 商工会議所メンバーを中心とした有志で組織	平成14年高知県地 場産業特別賞、須崎 市政50周年表彰
宮崎県	4 伊勢海老	延岡市北 浦・南浦地 区	1食 5000 から 6000 度	「東九州伊勢え び海道憲章」を 遵守した商品提 供	延岡市	5~10年 未満	1.2 億円	平成21年度の食事・宿 泊・土産等からなる経 済効果は、約122,000千 円	「東九州伊勢えび海道」と銘 打ったイベントで知名度が向 上し、美味しい海の幸が味 わえるエリアとしてより多く の方々に認知されるように なった。	民間と行政の協 働(民間主導) 延岡観光協会	



第1章 食のまちおこしは地方経済の起爆剤となりうるか

第2章 食のテキスト化とワークショップから創造する地域ブランド事業

第 1 章 食を通じた地域活性化の目指すべき方向~ご当地グルメの振興~

食のまちおこしは地域経済の起爆剤となりうるか ~B-1グランプリと食のまちおこし~

俵 慎一

B級ご当地グルメが注目されている。B級ご当地グルメの定義は「安くて美味くて地元で愛されている地域独特の食べ物」。ここ数年注目を集めてきたが、2010年9月に開催された第5回厚木大会で大ブレイク。初の首都圏開催ということもあり、2日間で43万5,000人の来場者を集めるモンスターイベントとなった。



<B-1グランプリ in 厚木の会場風景>

このイベントのルーツは2006年2月に青森県八戸市で開催された「第1回B級ご当地グルメの祭典 B-1グランプリ in 八戸」である。屋内イベントではあったが真冬に全国各地の10のユニークなメニューを集め、一部で熱狂的な盛り上がりを見せた。翌年の「第2回B-1グランプリ in 富士宮」は、B級ご当地グルメの雄であり、すでに高い知名度を持つ「富士宮やきそば」のおひざ元、静岡県富士宮市で開催され、なんと2日間で25万人の来場者を集める巨大イベントとなる。その後第3回久留米大会、第4回横手大会と20万人

を超える集客を果たし、地方発のB級ご当地グルメの一大ブームを巻き起こす こととなった。

こうして急速にマスコミが注目し始めた「B級ご当地グルメ」は、ゼリーフライやたまごふわふわといった名前を聞いただけではどのようなもの想像できないものから、やきそばやおでんなど、同じ名前でありながら、全く別のものが出てくるといった面白さが満載である。全国にはまだまだ知られていないユニークなメニューや、地元では当たり前に食べられているが実は全国的には実に個性的なメニューが眠っている。こうしたメニューは地域の宝物として、新たに地域を元気にする起爆剤となる可能性があるのだ。

B級ご当地グルメは厳しい景気状況にあって、地方を元気にする切り札となりうる地域資源である。B級ご当地グルメブームとともに、食のまちおこしも注目を集めている。富士宮焼きそばの経済効果が8年間で439億円という試算が出て、世間の度肝を抜いた。たかだか数百円の食べ物のためになぜわざわざ観光客が訪れるのか。そしてたかだか数百円の食べ物がなぜ数百億もの経済効果を生み出すことができるのか。ここでB級ご当地グルメを活用したまちおこしの説明をしていきたい。

B-1グランプリとは

「B級ご当地グルメ」とは地域独特の安くて美味い地元に愛されているメニューと定義している。B-1グランプリ開催に当たり、1,000円以下程度で食べられる地方独特の日常食と郷土料理に代表されるご当地グルメを「B級ご当地グルメ」として同じ土俵に乗せたのだ。「B-1グランプリ」は日本全国のB級ご当地グルメが年に一回一堂に会し、グランプリを競い合う食の異種格闘技戦としている。しかしその本質はグルメイベントではなくまちおこしイベントであり、味を競っているわけではない。

B-1グランプリは食でまちおこしに取り組んでいる全国 71 団体(平成 23 年 2 月末現在)が加盟する(社)愛 B リーグ=(社) B 級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会が主催しており、愛 B リーグ加盟団体のみが B-1 グランプリへの出展資格を持っている。逆にいえば B-1 グランプリにおける出展者はすべて愛 B リーグ加盟団体であり、すべての加盟団体が主催者なのだ。

B-1グランプリで上位になれば莫大な経済効果があると、全国各地から出展の問い合わせがある。B-1グランプリは順位を競うイベントだが、そもそも食のまちおこしに取り組む地域が自分たちだけでは、なかなか情報発信も難しいため、全国の同様の取り組みをしている仲間と、一緒にお披露目の場を作ろうと開催したイベントである。従って、食のまちおこしに取り組んでいない団体が加盟することはできない。また加盟団体はライバルではなく仲間なので、

他の団体を押しのけて優勝を目指そうというのでは、決して愛Bリーグ加盟もB-1グランプリ出展もできないのだ。

B-1グランプリ成功の秘密

B-1グランプリの正式名称は「B級ご当地グルメの祭典!B-1グランプリ」である。 2010年の厚木大会で全国的に知名度を高めたが、一方で大変多く誤解をされているイベントである。B-1グランプリは、今年は首都圏開催だったこともあり、40万人以上の来場者が訪れたが、富士宮、久留米、横手といった地方都市に 20万人以上集めた実績があり、「B0万人以上集めた実績があり、「B170万人以上集めた実績があり、「B170万人以上集めた実績があり、「B170万人以上作力では「B170万人以上にB170万人以上にB170万人にB



<閉会式でまちおこし活動ののぼりを持った各団体>

県単位でのイベントも、ラーメンやハンバーガー、パン、丼、カレーなどのジャンル別のイベントも、全国から業者が集まった催事やイベントもあくまでイベントへの集客が目的であり、B-1グランプリとは根本的にはコンセプトが違う。B-1グランプリは集客を目的としたイベントではなく、まちおこしのお披露目の場として現地に行ってもらうための壮大な仕掛けである。そのため、イベントへの集客のための広告予算を持っておらず、イベント終了後に出展団体の現地に行ってもらうきっかけとなる報道に積極的に協力している。開催地では膨大な数のボランティアがイベント運営に協力する。そのためこれだけの規模のイベントでありながら広報費・人件費が極端に少ないイベントであり、大手広告代理店などは運営に一切かかわっていない。

B-1グランプリは巨大化し、著名になったがゆえに、従来のイベントと同様の常識的な価値基準で捉えられがちだが、従来の価値基準でみる限り、本質を理解することが難しいようだ。そもそもB-1グランプリはイベント自体の企画運営を目的としているのではなく、あくまで愛Bリーグ加盟団体のまちおこし活動のサポート的役割を持つ、ツールであり装置である。その最も重要な意味はB-1グランプリの優勝などのプライズは、料理が獲得したのではなく、まちおこし団体が獲得したものであるということだ。 2010年の厚木大会でいえば、「甲府鳥もつ煮」という料理が優勝したのではなく、「みなさまの縁をとりもつ隊」という甲府市のまちおこし団体が獲得したものである。

B-1グランプリは加盟団体の地元に来てもらうまちおこし活動であるため、B-1グランプリでお披露目する料理は本来現地に来なければ食べられない。しかしながらあまり急激に知名度が高まったため、全国各地に偽物・まがい物が数多く現れた。イベントや祭りで2010年に優勝した「みなさまの縁をとりもつ隊」に無断で販売する「B-1グランプリ優勝の甲府鳥もつ煮」はすべて偽物であるといっていい。「みなさまの縁をとりもつ隊」に確認せずに、「甲府鳥もつ煮」を提供する業者が出店させてしまえば、偽物を提供したイベント主催者として責任が発生する可能性がある。行政関係者・商工会議所関係者などはその信頼に基づいて消費者が購入するため、責任者や担当者個人が法的に処罰される可能性もあるのでくれぐれも注意してもらいたい。

B-1グランプリの本質は、なかなかにわかにはご理解いただくことは難しいと思うが、とりあえず「B-1グランプリはグルメベントとは違い、従来の概念では理解しにくい特殊なイベントである」ということをご理解いただき読み進めてほしい。

B-1グランプリを主催する「愛Bリーグ」とは

愛Bリーグの正式名称は「一般社団法人B級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会」である。北は北海道から南は九州まで全国の食のまちおこしに取り組む団体が加盟している。愛BリーグはB-1グランプリ開催に合わせて、全国の食のまちおこし団体によるネットワークの結成が構想され2006年2月17日のB-1グランプリ第1回大会の前夜祭に協議会の結成を宣言した。愛称を「B級ご当地グルメを愛する仲間たち」という意味で、アメリカ大学リーグをもじって「愛Bリーグ」とし、2006年7月29日の総会の席で正式に発足した。

そもそも愛Bリーグはいわば加盟団体の互助会的な組織であり、加盟団体が自分たちだけではなかなか解決できない課題などをお互いに相談したり、解決できない場合は事務局がサポートするといった体制になっている。愛Bリーグはまちおこしのために何かをしてくれるような組織ではなく、あくまで主体的に取り組みたいとする団体の互助、連携する組織である。

愛Bリーグの理念は「B級ご当地グルメで、地域から日本を元気にする」こと。私たちの活動は食べ物そのものを売る活動ではなく、B級ご当地グルメという地域資源を活用して、まちを売り (PRし)、地域活性化に資するものである。以下に愛Bリーグ憲章を記載する。

<愛Bリーグ憲章>

愛Bリーグは2007年11月に開かれた臨時総会で「愛Bリーグ憲章」を制定しました。この憲章は私たちの願いと活動の根幹をわかりやすく表現したものです。私たちは以下の言葉を胸に、目先の利害にとらわれず、一喜一憂せず、これからもそれぞれのふるさとのために尽くします。

- 1. 私たちは、様々な問題を抱える地域社会を少しでも元気にするために、遊び心をもって活動します。
- 2. 私たちは、地元の人々に愛されているB級ご当地グルメを通じて、地域全体の魅力を楽しくわかりやすく伝えていきます。売るのは料理ではなく地域です。
- 3. 私たちは、営利を求めません。無私無償のボランティア精神を貫きます。
- 4. 私たちは、他地域の仲間の活動を尊重しあい、助け合って活動します。
- 5. 私たちの活動の原点は、地域や食を愛する心です。美味しい物を食べると自然に笑顔になるように、みんなが笑顔になるような活動を行います。

これまで様々なまちおこしに取り組んできた人々がB級ご当地グルメのまちおこしによって大きな成果を出せるようになってきた。愛Bリーグはそうした

活動に取り組む仲間のネットワークである。

B級ご当地グルメのまちおこしの本質

「B級ご当地グルメ」は造語であり、元々ご当地グルメを通じてまちを売っていきたいと思っていたが、高級食材や郷土料理などが想起される「ご当地グルメ」のイメージに、富士宮やきそば等がカテゴリーに入るよう定義したものであることはすでに述べた。こうした地元に数十年前から存在していた料理を、「地域名+メニュー名」にすることでブランド化し、新たな地元の食べ物として売っていくことがB級ご当地グルメのまちおこしの基本的な手法である。

しかし最大のポイントはあくまでまちを売る「地域資源」として食を選んでいるのであり、食べ物を売ることが目的ではないということを再度強調したい。まちおこしのためにどのような地域資源を選択するのか。それまでも様々な取り組みをしてきた中で、たまたま誰もが当たり前に食べていた地元の食べ物に地域名をつけて、まちおこしをしようというムーブメントが2000年前後から同時多発的に全国で始まった。それが2006年に開催されたB-1グランプリというイベントで関心が高まり、徐々に知名度を上げて今回の初の首都圏開催である厚木大会につながった。

食のまちおこしの活動は、ほとんど予算をかけることなく、これまでに類を 見なかった莫大な経済効果をたたき出している。富士宮ではたかが数百円のB 級ご当地グルメが8年間で439億の経済効果をたたき出し、その上全国各地 に富士宮の名前をとどろかせた。また富士宮の名前を知らしめることは地域ブ ランド化に意識的に取り組んできたことの成果そのものである。

どんなにいいものであっても知られなければ存在しないことと一緒である。そのため、いかにメディアに取り上げてもらうか。まちおこしにおいては、その一点について考えるだけでも大変意味のあることだ。私たちの活動の一つの到達点は、「B級ご当地グルメ」が「温泉」になることだと考えている。もともと温泉は湯治場であり、高度成長時代の団体旅行ブームでニーズが拡大し、その後定番の観光資源となった。例えば旅行に行こうと考えたときに、「せっかくだから近くにいい温泉はないか」と考える人がほとんどだろう。一方、「久しぶりにどこか温泉にでも行きたいね」と、旅の目的にもなっている。B級ご当地グルメの代表格である富士宮やきそばは、少し前までは「富士五湖に行くんだったら富士宮やきそばを食べていこう」だったのが、「富士宮やきそば食べに行こうか。せっかくなら白糸の滝も見に行こう」といったような目的としても認知されることが増えてきた。こうしてすべてのB級ご当地グルメが地域資源として認知されれば、温泉同様旅の目的地近くにどのようなB級ご当地グルメがあるか、旅行ガイドやインターネットが情報として抽出してくれることになる。

そうすれば、B級ご当地グルメであると情報発信をすれば、そうしたメディアに取り上げてもらえるようになるということだ。温泉グランプリなどなくとも人々は温泉に行く。そこまでいけばもうB-1グランプリは必要なくなるのだ。

B級ご当地グルメでまちおこしのポイント

①食のまちおこしは「食」が先ではなく「まちおこし」が先

一般的に食によるまちおこしというと、大きく分けて4つのテーマで語られることが多い。「地産地消」「食のブランド化」「食育」、そして私たちが取り組む「B級ご当地グルメによるまちおこし」である。それぞれ熱心に取り組んでいる方々がおり、私たちのB級ご当地グルメのまちおこしとの接点もある。しかし、私たちの活動は食そのものを売ろうとする活動とイコールではない。私たちが捉えている「食」とは強いて言うならば「食文化」であり、「食材」や「料理」ではない。そしてさらに、私たちの取り組む「食のまちおこし」は、「食ありき」の活動ではなく、「まちおこしありき」の活動である。

食のまちおこしのトップランナーである富士宮やきそば学会は「やきそば」を売ろうとするのではなく「富士宮」を売り出そうとしてきた。また成功の理由に、他と違ったやきそばがあったからだという人もいるが、これは正確な表現ではない。他の地域と違うやきそばは、活動を始めた10年前にできたものではない。50年以上の歴史がありながら、富士宮やきそば学会が活動する前は全く地域外の人には知られていなかった。10年前に活動を始めて変わったのは、富士宮の「やきそば」が「富士宮やきそば」としてブランド化して情報発信を始めたことだ。つまり独特のやきそばを地域資源として「情報発信を始めた」ことで、知名度が高まっていったのであって、「独特のやきそばがあった」から富士宮やきそばが有名になったのではないのだ。

食のまちおこしは「食」が先ではなく、「まちおこし」が先ということの本質はここにある。つまり美味しいものがあればお客様が来るわけではなく、美味しいもの・特徴のあるものを発信することで、メディアに伝わり、広く知らしめられていく。最近、新しいご当地グルメ・B級グルメを創ってB-1グランプリに出ようという話がよく聞かれる。新たに作ったもので美味しいものはいくらでもある。美味しくなければお客さんを呼ぶことはできないが、美味しいものができればお客さんが来るという訳ではない。

食のまちおこしはまちおこしが先であるとご理解いただいたうえで、あえて 食の部分についても触れてみたい。食のまちおこしというと「地産地消」「食の ブランド化」の話をされることが多い。しかし冒頭に書いたが、私たちは「食 材」を売ろうとしているのではない。地産地消については言われるようになっ て久しいが、地元の旬のものを販売する直売所は年商で億単位の店もあれば、 地元のみならず遠方からもお客さんがやってくる農家レストランなどの成功事例も聞く。しかし私たちが地域資源としてとらえている料理は、必ずしも地元産の食材を使っているわけではない。地元に長年愛されている料理はそれが誕生したころは数十年前で、保存や輸送の技術がなかった頃、地元で手に入るものでしかできなかっただろうから、最初はほとんど地元産の食材だっただろう。

しかし日常食である以上、まちの住民に長年支持されて根付いてく過程で、飲食店では地元産にこだわるよりも、最も安く年間通じて手に入る方法で食材を調達することを考えることは必然である。こうして長年地元に愛されてきた「発掘型」のB級ご当地グルメだからこそ、食材ではなく背景や物語と共に地域名+メニュー名の形でPRをすることで、地域外からのお客様を呼べる地域資源になったと考えられる。一方で、加盟団体の方々も、できることならば地元産を使いたいと考え、実際に多方面と話をすすめてところもあり、できる限り地産地消に取り組もうとしているところは多い。しかし結局コスト面で合わなくて断念することも少なくない。仕入れ値が上がれば価格に転嫁するか、お店の利益を削るしかない。しかし日常食である以上、価格を上げることはお店にとって死活問題になる。逆に価格に折り合いがつくのであれば、地元産の食材を使うところは増えていくに違いない。

昨今、こうした事情や背景を理解せず、「B-1グランプリは食材にこだわっていない。あんなイベントはだめだ。」といったご批判をいただくことがある。私たちは地産地消を否定したこともないし、むしろできることならそうしたいと思っている。やり方は違えども、地域を元気にしていこうという志を持っているのであれば、是非それぞれに頑張って、地域を盛り上げていきたいと思う。

②食のまちおこしは飲食店が中心になってやってはいけない

少し前までは、食のまちおこしというと、飲食店の方々が集まって自分達ができることでまちを盛り上げたいという形でテレビなどに紹介される映像を見ることが多かった。またお店を束ねて食でまちおこしをするといったような話もよく聞く。こうした飲食店の方々が地元の料理を共同でPRしたり、地域産品を活用した新メニューを作ったりすることは昔からやられていることだと思う。ここまで何度も書いてきたが、私たちの活動は飲食店の方々が料理を売る活動とよく誤解されるのだが、実はこうした活動と私たちの取り組みはコンセプトが違う。

私たちの活動はあくまでまちを売るために、その素材としてB級ご当地グルメを活用するという考え方なので、活動主体は飲食業の方ではないケースが多い。イベントなどでの料理の提供に力を借りたり、PRの結果まちに来て実際の経済効果につながるのは飲食店なので、協力が必要なことはもちろんである。

最大のポイントは、まちおこしの活動の輪を広げるために多くの人にかかわってもらおうとするときに、飲食店の方が中心になっていると仲間を拡大していくのが難しいということだ。

実際に飲食店の方で高い志を持って活動されている方は、愛Bリーグにもたくさんいる。活動に当たっては自腹を切ってイベントを手伝ってくれたり、店を休んでまで手伝ってくれたりと、関わっている仲間にはそうした努力や思いがわかってもらっても、外部からの見え方で誤解を受ける可能性が高いということなのだ。例えば「まちおこしっていったって、あなたが儲かる話でしょ。何で私たちが手伝わなければないの?」という話になる。食のまちおこしでは飲食店にお客様が訪れるので、飲食店がいわゆる「直接受益者」となる。直接受益者が利益を得ることにつながる活動は、どれだけ熱心に取り組んだとしても、残念ながら自分の商売のため、つまり販促活動と捉えられてしまうと、まちおこし活動ではなく、営利活動と見られてしまうことがあるのだ。この誤解はなかなか解消することが難しく、しかもそのことをわざわざ告げてくれる人は少ない。異業種の方の多くは自分には関係のないことと思ってしまう。

一方、愛Bリーグの先進地を見てみると、飲食業以外の人が中心となっている例が数多くある。富士宮やきそば学会会長は保険屋さんである。厚木シロコロ・ホルモン探検隊隊長はペンキ屋さんである。浜松餃子学会会長は看板屋さんである。富士宮やきそば学会の会長はマスメディアによく出るようになった頃、「あなたは何でやきそばなんか売っているんだ」と聞かれたそうだ。「私はやきそばは売っていない。まちを売っているんだ。まちを元気にするためにいろいろやったがたまたまやきそばの仕掛けが当たっただけだ。」と答え、こう続けた。「まちが元気がなくなったら私たちだって仕事ができなくなるだろう。だからあなたも一緒にやらないか。」そこまで話して相手はやっと納得する。自分の利益のためでなく、まちが元気になるための取り組みであると見えることこそが多くの方々を巻き込んでいく大きな力になる。

こうした基本的な考え方はありながら、現在の愛Bリーグの団体には、実際にはさまざまな組織の形態がある。富士宮や八戸、厚木のように加盟団体に、飲食店や製造業、生産者など、いわゆる直接受益者は入会・参加することはせず、協力店・登録店といった形で協力してもらっているケースがある。小倉や甲府のように一部飲食店の協力者がしっかり入って、調理などを全面的にサポートするケースもある。また横手や黒石にように飲食店が活動の中心でありながら、多くの応援団がいるケースもある。見え方・形の面での議論はしてきたが、結局は人と人との結びつきに帰結する。まちおこしの本質はやはりここにあるということだろう。

③食のまちおこしは「創る」のではなくまず「探す」

愛Bリーグ加盟団体がまちおこしとして提供する料理は、大きく分けて「発掘型」と「開発型」に分けられる。食のまちおこしは食よりもまちおこし、そしてそれに取り組む人が大切だということで考えれば、まちおこしに取り組む素材=地域資源はどちらでもよさそうだが、これから取り組むのであれば確実に「発掘型」をお勧めする。

「発掘型」とは簡単に言えば、もともと地元に存在していた料理である。富士宮の「やきそば」は50年以上前からあったが、「富士宮やきそば」として10年前にブランド化したことで、広く世に知られるようになった。

地元では当たり前の料理が、地域外に行くと実はかなり違ったものだということがわかれば、今からでも2~3年程度で大ブレイクする可能性もある。「甲府鳥もつ煮」や「ひるぜん焼そば」は、地元では「鳥もつ煮」であり、「焼そば」であった。そこに地域名を加えることで、ブランド化し、その名称で情報発信し、まちおこし活動していった結果、厚木大会をきっかけに一気に大ブレイクする結果となった。

「発掘型」は活動を開始する時点で、できるだけ知られていないことが望ましい。地元の認知度100%、隣町の認知度0%というのがもっとも可能性を秘めた地域資源といえるが、実際にはインターネットなどもあることで、隣町で認知度0%というのはまずありえない。しかし地域限定性が高ければ高いほど、ポテンシャルも高くなるといえる。

まず外部にほとんど知られていないとなれば、情報を発信したらメディアはすぐにでも取り上げてくれる。それが知られてはいなかったが、実は何十年も前から地元では売られているとなれば、もうそれだけで地元にそんなに愛され続けているのであれば、おいしいに違いない、というイメージが勝手に醸成されていく。

こうして知られていなかった地元で長年愛されてきた料理に地名を組み合わせてブランド化して情報発信すると、ほとんどお金をかけることなく、新たなお客様を呼べる可能性はかなり高い。テレビ番組で紹介され、地域外からお客さんが来るのを目の当たりにすると、「えっ、これって名物だったの?」「確かにほかでは見なかったな」「こんなもの食べにわざわざ遠くからお客さんが来るの?」といったさまざまな疑問とともに、料理を見直すことになる。有名になってくると知人や仕事先に聞かれる。「あなたのまちの〇〇って、最近話題ですね。あれっておいしいんですか?」子供の頃から食べている料理なら、ほとんどの地元の人が答える。「いや、特別なものじゃないと思うんですけどね。でもうまいですよ。私は子供の頃から食べてます。」

「発掘型」の場合は多少有名になってきたときに、地元の応援が得られやす

い。慣れ親しんだものが、他地域で評価されることは、悪い気はしないからだ。 たかがB級ご当地グルメで知名度が上がった富士宮市民の多くは、「最初はやき そばなんかでまちを売るな。みっともない。」などと思っていた人も多かっただ ろう。ほかの地域でも、「B級」という言葉に対してネガティブなイメージを持 っていることで、B級ご当地グルメのまちおこしを必ずしも良しとしない人は 少なからずいる。しかし、身近で安い金額で親しみのある食べ物だからこそ、 住民の多くが食べたことがあり、発信された情報を好意的に後押しし、情報の 厚みがどんどん増してくる。

先行して取り組んでいる愛Bリーグ加盟の団体をみると、発掘型での取り組みで最も難しいのは、まちおこしに取り組む際の素材を「発掘型」の資源に決めることだとわかる。多くは地元で当たり前なので、「そんなもので人が来るか」と思ってしまう。

「うちには何もない」という話はこれまで山ほど聞いた。それで新しいグルメを作るという話も数多い。しかし、あえてちゃんと自分の地域の宝探しをやったのかと問いたい。食のまちおこしの本質は食を売ることではない。地域の宝探しをちゃんとやれば、場合によったら食でない宝物が見つかるかもしれない。「創る」前にまず「探す」。安易に創ることを考えては、宝物を探すチャンスを失ってしまうかもしれないと心得てほしい。

さて、「創る」前にまず「探す」事の重要性をご理解いただいた上で、愛Bリーグ加盟団体にも複数ある、「開発型」について書いてみよう。まず「開発型」がだめだといっているわけではないことを明言しておく。特に私たちが「開発型」の難しさに言及しているのは、あくまでまちおこしの素材として、開発型メニューでは難易度が高いと申し上げているのであり、いわゆる個別の企業や飲食店による新商品開発の成功例はいくらでもある。自分たちで一生懸命開発したものであれば、一生懸命売ろうとするだろう。しかしまちおこしで新たにメニュー開発を行った場合、多くの飲食店主が「言われたから協力した」「誰かが売るだろう」と他人事になってしまい、当事者がいなくなってしまうことが多いのだ。しかも当初補助金などでリスクを軽減されることも多く、リスクを冒さなければ、成功しても失敗してもあまり関係がないと思ってしまうのも当然だろう。その結果「みんなで作った」開発型メニューは短命に終わることが多いのだ。

さて実際に愛Bリーグの中でも「開発型」でいい活動をしている団体はたく さんある。しかし一般的には「開発型」は「発掘型」と比べて、食のまちおこ しという側面からみると、食を売ることが目的の活動になっているケースが多 く、継続するのが難しい上、継続させていくにも大変な苦労が伴う。食のまち おこしはまちおこしが大事なのだから、まちおこしがしっかりできる体制の団 体は、開発型でも当然うまく言っているが、やはり「発掘型」よりも成果が出るまでに時間がかかる。「発掘型」が早ければ2年程度で結果が出せる可能性があり、もともとあるものだから継続性については何の問題もない。それに対し、「開発型」はそもそもその継続性に問題がある。平均寿命は3年。星の数ほどの「開発型」のご当地グルメができては消えてを繰り返している。したがって、継続性がある取り組みになることを前提として、結果が出るためには最低でも4年、おおむね5年以上は継続性を見ていかないと、食のまちおこしの取り組みになっていくかどうかわからない。

「開発型」が難しい最大の理由は、まず食のまちおこしの本質を誤解していることが本当に多いことだ。「開発型」のご当地グルメは大きく分けて二つのタイプがある。一つは飲食店主による地元特産品を活用した料理の開発。もう一つは投票で何のグルメでまちおこしをするかをレシピコンテスト形式で決めるものだ。どちらも目的は新商品および新メニューのレシピ開発だが、瞬間風速で売れたものはいくらでもあったと思うが、地域のグルメとして定着したものを、愛Bリーグ加盟団体以外ではほとんど知らない。こうした取り組みは物を売ろうとする企画をまちおこしと言葉に変換しているのであり、私たちが取り組んでいるまちおこしとは、そもそも別のものであると考えている。

「発掘型」では飲食店が関わらなくとも活動ができるが、「開発型」では新しいものを創って新たに提供するので、飲食店が関わらずに取り組むことは不可能である。一般論でいうと、「開発型」の場合、ほとんど開発の補助金や予算がつく。そもそも私たちの活動は一銭もお金がなくともできる活動が本質である。予算がなければスタートできない活動は、予算が終わればたいてい活動も終わってしまう。こうして予算がついた段階で、コンサルタント・専門家などを入れて計画を作る。そして料理の開発を飲食店に「お願いする」ことから始まる。こういう事業構造では、飲食店主にはおそらくまちおこしの意識はほとんどない。新メニューを作ったらとりあえずPRはするだろう。そうすれば多少はお客が増えるだろうと考えるのは至極当然のことだ。

初年度はニュースにもなり、たいていそれなりに売れる。2年目になると、メディアの露出は激減し、売り上げは大きく落ち込む。観光客は増えず、地元客は大体特産品開発での取り組みなので、もののよしあしはともかく、日常的に食べるのには割高になる。しかも創作料理が多いので飽きられてしまいやすい。売り上げが下がると、お店では通常新メニュー向けに地元産の食材を仕入れるが、それが売れなければロスになるか、ほかのメニューに使用し、結果的にコスト高になる。そのうち予約制にしてロスを抑えようとする。

ところがわずか数百円のものを普通は事前予約などしてくれない。そうして 3年目にまったく売れなくなってメニューから消滅。予算もちょうど3年で終 わる。これが開発型グルメの平均寿命が3年の方程式である。

ものを売ろうしている限り、ものが売れるかどうかの議論にしかならない。 最も問題なのは、そのものを販売することで利益を得る可能性のある人以外、 新たに関わる人たちの和が拡大しにくい点だ。和が広がらなければまちおこし につながりようがない。開発された直後は、「新しいご当地グルメできました!」 と多くのマスコミに露出することで、ある程度のお客様は来るだろう。しかし 食そのものを売ろうとする限り、マスメディアへの情報発信は食そのものの情 報だけである。歴史的背景がない以上、新しくできた以外の情報出すのは相当 難しい。

開発型ながら愛Bリーグで成功している団体は最初から飲食店以外の人も少なからず関わっている。開発型メニューを地域資源としながら、熱心に取り組む人たちのおかげで、地元に受け入れられる努力をし、料理そのものを販売するだけではなく、人のネットワーク作りをとても大切にできれば、実は地域資源は発掘型でも開発型でも成功はできる。しかし、それでも「発掘型」に比べ「開発型」は2倍以上の労力と期間がかかることを覚悟すべきだ。そもそも私たちは10年、20年と活動することを考えているので、明確な結果が出るための期間は、2年かかるのか、5年かかるのかはたいしたことはないかもしれない。しかしこれから新しい料理を開発して食のまちおこしに取り組むのはお勧めしない。結果を出すのはものすごく大変なことだ。

④食のまちおこしは観光客をターゲットにしてはいけない

まちおこしといえば、通常はまず観光客を呼ぶための取り組みだと考えるだろう。しかし私たちの考え方は少し違う。B級ご当地グルメのまちおこしは、数百円の料理を地域資源としてまちのPRの素材として選んでいる。数百円のB級ご当地グルメは冷静に見れば集客範囲はそれほど広くはない。値段の高い、高級なものであれば遠くからわざわざ食べに来ることも珍しくはないが、しかしそのマーケットはある程度裕福でなければならないので、限定的になる。一方、たかだか数百円のB級ご当地グルメでわざわざ遠くから食べに来るには、B-1グランプリで注目されるなど、よほどのインパクトがなければ、そこまでの誘客力はない。逆に数百円だからこそ、近隣やレジャーニーズで幅広い層がターゲットになりうる。

食のまちおこしは現地に来て食べてもらうことが目的であり、それが経済効果を生む。しかし経済効果の側面だけでみると、実は地元消費のほうがはるかに大きい。これは活動を始めてからわかったことなのだが、地域外に対して「観光客のみなさん、是非現地に食べに来てください」と訴えることで、地元の消費が拡大することにつながっていくのだ。最先進地の富士宮では、数百円の富

士宮やきそばが8年間で439億円という莫大な経済効果をたたき出しているが、それは観光客だけでもたらされたものではなく、むしろ地元消費が大きい。 平日は地元のお客さんが、休日は県外ナンバーの観光客が訪れる。これが数百円のやきそばが数百億の経済効果をたたき出す秘密である。

B級ご当地グルメのまちおこしは、平日にまちなかや隣町の住民のお客様の拡大のみならず、そこに仕事に来ている人たちまでも、お客様になる可能性への道を開いた。そうして、平日の需要が拡大したうえに、観光客が訪れるというバランスで、実際にそれぞれのお店の雇用も拡大し、息子が後を継ぎに帰ってきたという話もある。横手では、昨年のB-1グランプリ終了後、8ヶ月で麺の販売量が3倍になったそうだ。マスメディアに取り上げられ、単独のお店の売り上げが、短期間数倍になるという話は聞くことがある。しかし8ヶ月もの間、まち全体の売り上げが3倍になるなどということは、これまでどのような取り組みをしたとしてもありえなかったことだろう。B級ご当地グルメのまちおこしが、店ではなく地域として取り組む意味がここにある。

さて、私たちは地域資源としてB級ご当地グルメを捉えているため、観光客「に」食べてもらおうとするのではなく、観光客「も」食べていいですよと考えている。まず地元のお客様ありきでなければ、食のまちおこしはうまくはいかない。これまでの観光資源としてのグルメは、観光客が喜びそうな高級食材か、その地域でしか食べられない郷土料理、いわゆる私たちが従来のご当地グルメという言葉から連想するものであった。和牛やカニといった高級食材は、旅行であれば「多少高くても、せっかくだから」と納得する。旅行の目的は「きれいな景色を見る」「美味しいものを食べる」「温泉でのんびりする」が長年上位であり、特に昨今グルメが注目されている。しかし元々旅行の目的であった数千円から一万円以上の料理と、日常食がB級ご当地グルメとして脚光を浴びるようになってきた数百円の料理が混同されて捉えられている。

数十年前の誕生した当初は、輸送技術も保存技術も発達していないため、地元で手に入る食材でしか作れなかった。今でいう「地産地消」である。さらに、高度成長期の工場などの二次産業の人口集積地で、肉体労働者中心の地元の住民向けに安くて美味くてボリュームのあるものが工夫されて作られ、人口が減少してしまった今も食文化として残っているものが注目されてきている。その料理が何故誕生し、長年地元に愛され、食べられてきているのかというバックストーリーがあればこそ、安くて美味いものとしてお客さんを呼べる地域資源に昇華してきたのだ。

高級食材であれば、そもそも日常的にはなかなか食べられないので、地元の人が食べていないものでも、観光客には受け入れられる。一方、たかが数百円のB級ご当地グルメは、地元で日常的に食べられているものであるからこそ魅

力的なのであり、地元の人が食べない観光客向けのものに、観光客は興味を示さない。B級ご当地グルメがブームだからと地元の特産品を使って、新ご当地グルメを開発してお客さんを呼ぼうとしてもそううまくいかない。そして地元の人が食べないものは、新しいものというアピールポイントがなくなれば、地元の人が食べない観光客向けのものとなってしまいあっという間に売れなくなってしまう。さらに、高級食材などをわざわざ食べに行きたいと考える観光客が「多少高くてもいいものを」という心理を誤解し、たかだか数百円の開発料理でも、「地元にこだわれば値段は高くなるが、多少高くてもいいものを食べてもらおう」と、コストパフォーマンスを考えない原価からの値付け設定をしてしまうこと。食べておいしいかだけではなく、値ごろ感も評価される観光客のニーズと合わないものでは、観光客はもちろん、地元の人は一巡したらまず食べなくなってしまう。そしていつの間にか消滅という道をたどることにある。

食のまちおこしはメインターゲットを観光客に据えるのではなく、まず地元ありきで考える意味をご理解いただけただろうか。食べ物を売っているわけではない食のまちおこしの主旨を理解し、従来の延長線上ではなく、新しい取り組みであるとの認識が広がることで、日本全国どこでも元気になるための可能性を秘めている。地方で実に多くの魅力的な人たちが頑張っている姿に触れ、きっと日本は地方から元気を取り戻すことができると確信している。

第2章 食文化のテキスト化とワークショップから創造する地域のブランド事業

金丸 弘美

●ブランド化や観光事業にも必要な地域調査

食やブランドを伝えるもっとも具体的な方法は、地域の食の調査を行い食材のテキストを作成して、料理までを作るワークショップ(参加型講座)を行うことだ。

食材の背景、歴史、文化、環境、地域、品種、栽培法、加工法、味の違いまでを調べ、それをもとに公開で料理までおこなうのである。

地域の食のブランド化や、食を取り入れての観光事業をするにも販売を行う にも食材の調査は欠かせない。

食材のテキストがあり、生産者や料理家が参加すれば、素材の持ち味から、食べ方、地域の文化や、新しい料理の展開まで、だれにでもわかる。地域の個性も明確に打ち出すことができる。

またたびたび問題となる食品偽装にも背景がわかるテキストがあれば明快な解答をだすことができる。

テキスト作成は、地域の食からブランド化をうながし、地域のために経済を 作る基本のマーケティングでもあるのだ。

食材のテキストを用いて文化的背景をあきらかにし、料理の展開まで行い、 料金設定を行って開催をするワークショップと農家へのツアーを1998年から行っている。

また学校においては、低学年では、食材を使い、五感を豊かにする味覚のワークショップを開催している。

これは「見た目、香り、味わい、手ざわり」などを、比較するものだ。そして食材のもつ個性を表現するものである。

大学においては健康調査を実施し、健康被害の実態を明らかにして、食と栄養バランスから伝え、料理を作るまでの展開を行っている。

また牧場を借り切っての乳しぼりから餌の内容、牛の品種によるミルクの違いなど知る味覚ワークショップを取り入れた牧場の料理会も実施してきた。

そもそも食のテキスト作成とワークショップの開催は、千葉県の農業指導を している方と農家から「消費者に直接米を売りたいのだが、どうしたらいいか」 と相談されたのが始まりだった。

消費者に米の籾だねから苗づくり、田んぼの環境と生態、稲作の仕組み、農薬の使用などを、写真を使って行う講座を開き、そして実際におにぎりを食べ

ることを開催した。

これが好評で農家に行くツアーが始まったのである。

実際におこなってみると、ほとんどの人は、稲の苗の作り方、苗づくりの昔と今の違い、多くの田んぼに使われる農薬、田んぼの生態と生き物、稲の生長、田にいる野鳥や昆虫などよく知らない。

米が450種類ほど栽培されていることや、有機農業と慣行の農業のことも、ほとんどの一般消費者がどんなものかを理解していないこともわかった。

それを実際の現場をみてもらい、田んぼの生態から、稲の成長を知ってもらい、そこから料理を食べてもらう。参加者への訴求効果は抜群であった。

千葉での試みは、農家に無農薬無化学肥料に導き、現在は一般の米の値段の 4倍の価格で取引されるようになっている。

さらに農業技術が各地につたわり、その一つ、宮城県田尻町(現、大崎市) では、科学者、大学なども連携して、田んぼと生き物の調査も徹底的に調査し

てのテキスト化がなされた。これらのノウハウが兵庫県豊岡市に伝わり、行政支援で、環境調査から行う田んぼのテキスト化と学習を農家、JA、一般市民と学習を農家、大会、農業技術にもまで交えて徹底。農業技術にもウノトリの放鳥に成功。米のブランド化、高価格の取引、観光客の誘致などに繋がっている。



これをさらに発展させて、環

境保全型のほかの地域との米の違いのワークショップからの調査、栄養バランスを考えた女性のための健康料理、米と地域産物を使った料理の展開とプロモーションまでを実施してテキスト化を行っている。

●地域経済と持続的なイベントを作るための地域調査

2006年に、大分県より日本でも初めてと思われる「食育事業アドバイザー」として依頼があり、そのときに年間計画を作り、食材のテキストから作成する食のワークショップを展開するようになった。

保健課、農政課、農業者、漁業、料理家、商店、栄養士、消費者などが連携するワークショップを開くようになった。

以後、大分県佐伯市、豊後大野市、玖珠町、佐賀県の食からの観光振興事業、長崎県平戸市の食の観光事業、茨城県常陸太田市の食からの地域づくり、岐阜

県飛騨高山の食のブランド事業、香川県高松市丸亀町商店街の食プロジェクト、 岡山県奈義町の食のブランド事業、大妻女子大学家政学部および明治大学農学 部などの食の授業など、各地で取り入れていただくようになった。

とくに、平成20年度の総務省でのプロジェクト「総務省地域力創造アドバイザー事業」では、茨城県常陸太田市で試みた「食からの地域再生」のプロジェクトは、総務省のトップ評価を受けた。

また市でも独自に予算編成を行い、食への取り組みの強化を実施している。 常陸太田市では、とくに力を入れた蕎麦のテキスト化は、認知度を大きく引き上げた。品種の特定、江戸からの蕎麦の歴史の調査、ほかの地区との違い、 栽培環境、伝統的な蕎麦打ちと材料の特定、蕎麦を虫媒する昆虫の調査、数量、 蕎麦の種まきから収穫までのロケ撮影などを徹底的に調査。これを専門的な資料と、ビジュアルでグラフィックなパンフレットにもした。

テキストをベースに、東京の有名蕎麦店を貸し切りマスコミを中心とした限



定の蕎麦会、イタリア料理店での伝統 的蕎麦とイタリアの蕎麦を使った料理 との共演するワークショップ (イタリ アでも蕎麦は栽培されている)、現地の 農村に招いての有料のツアーなどを展 開して、マスコミにブッキングを行っ た。これによって3カ月でマスコミに 37媒体に露出。さらにこれがベース となって、現在もマスコミに露出し続 けている。これはきちんとした素材か

らテキスト化をしたことで、地域はもちろん行政担当者が、明確に地域から食 を語れるベースができたからである。

その後、地域の蕎麦だけにしぼったガイドが作成され、地域の蕎麦店は一躍 人気となり、蕎麦の価格も周辺が下落するところも出た中で、価格面で維持で きるという状況になった。

●イタリアのスローフードと食のテキスト

食のテキストを明確に意識をして行政連携をし始めたきっかけは、イタリアで出会ったスローフード運動からだ。

これまで行ってきた食のツアーや、現場での食の背景や文化、環境を語るというワークショップが間違いないと確信をしたのもイタリアである。

ただし、イタリアでは、州政府も大学も連携するという大掛かりなもので、 かつ、グローバルななかで、対外的に打って出るという明確なコンセプトのも とで実施されている。

もちろん食やブランドのためのテキストや学習体系が徹底的に作成されている。

これはスローフードだけでの話ではなく、地域の食の環境、素材、加工法、などをあきらかにするブランド化事業は、EU諸国全体での取り組みとして行われている。

欧州連合 (EU) では、特定の地域で生産される食品の認証する「地理的表示 (Geographical Indications:GI)」という保護システムを導入している。

また「地域ブランド」を推進する EU は、世界貿易機関(WTO)の枠組みにおいて、地理的表示の拡大を推進している。

理由は、伝統や地域に根ざした食品の品質の認証や保護を行い、生産者が食品に付加価値的な価格を付けられ、経済が豊かになること、消費者に対し食品の品質を保証できることなどがある。

また、不正な偽装品から地域ブランドを守り、生産・加工・販売の確立と拡大、地域雇用の拡大、輸出市場での進出と差別化などがある。

実際、日本に持ち込まれるワイン、チーズ、サラミ、オリーブオイルなど、 近年増えているEU諸国の加工食品のすぐれたものは、品質保証制度がベース にある。

また、イギリス、フランス、ドイツ、イタリアなどをはじめ、EU諸国では スタンダードになったグリーンツーリズムにおいて、農村地帯での料理や食事 をするという観光事業にも密接にかかわる戦略的な事業にもつながっている。

こういった流れがあるなかで、独自性と地域から作り上げて、世界的に発信 し始めたのがスローフードの活動である。

●品質の高いオーガニック商品を世界に発信するチャールズ皇太子の農場とブランド

イタリアの視察の後、イギリスの旅で途中で寄ることになったのがチャールズ皇太子の農場である。

チャールズ皇太子のイギリスの農場は、イングランド西部グロスターシャー州のテルフルーという町をはさんで、なんと750~クタールもある広大な農地をもつ。すべてオーガニックで行われている。

チャールズ皇太子の農場から生まれた農産物は、農産物としてだけでなく、



加工して、チャールズ皇太子の店舗 でも販売されている。こちらも製品 は日本にも輸出されたり、ギフトで 持ち込まれたりするようにもなった。

店舗は「ダッチーオリジナル(英国王族の公領の意味)」と呼ばれる。できたのは1992年。オーガニックコットンの生地、ウールを使った服、オーガニックの紅茶やチョコレートなどが販売されている。



店は財団による運営で、売り上げは、農業の支援を始め、国際赤十字、芸術などに使われるという。

また小学校でのオーガニック農園を作り、そこから学校給食を作るという支援活動プログラムも援助をしていて100校を超えているという。こういった目に見える支援活動が多くの共感を生んでいるのだろう。

チャールズ皇太子が、オーガニックに興味をもって、農場経営と商品の開発や販売を財団で手掛けていることを知ったのは、2004年のスローフードのイベントだった。

スローフードの本拠地イタリアのトリノでは偶数の隔年に「サローネ・デル・ グスト(味のサロン)」という催しが開催されている。

このとき、チャールズ皇太子が、オーガニックと環境を守る農業についての 講演を行った。ニュースはたちまち翌日にイタリア全土にながれ、さらにスロ ーフード協会を通して、全世界に発信された。

というのは、EUは、1981年から農業政策を転換。環境を重視した景観保護、生物多様性による環境支払い、農家を宿泊施設にするグリーンツーリズムの支援、農村の観光事業への重視、地域の加工品の認証とブランド化を強烈に推し進めている。その象徴のひとつが、チャールズ皇太子のオーガニックの農業でもある。

このときスローフード協会の影響力とプロモーションの能力の素晴らしさに 改めて驚嘆した。

●教育、観光、コンサルタント、ツーリズムと産業に結び付けたスローフード 初めてイタリアのスローフードのイベント「サローネ・デル・グスト」に行ったのは2002年のことである。訪ねてみて初めて、そのイベントの規模に 驚いたのである。 トリノのリンゴットという大規模な会場をまるまる使い、一日ではとうてい観ることができないような、さまざまな食に関する展示や食事会が繰り広げられている。

食にまつわる著名人やジャーナリストの講演はもちろん、イタリア全土からの、手づくりのチーズや生ハム、サラミを始め、オリーブオイ



ル、パスタ、ワインなどのブースがずらりと並んでいる。

それらはスローフード協会が地域を調査したそのうえで、地元の伝統的な手法、材料などで作られた厳選したのものが集められてそろっていた。

そのブースのどこにも生産者や加工業者が立ち、試食コーナーとカラー刷りのパンフレットが置いてある。つまり顔のみえる関係が築かれているのだ。そして会場は商取引の場にもきちんとなっている。

世界各地からスローフード協会が呼びかけたジャーナリストも多く参加しており、取材レポートをすぐに配信できるためのインターネットの設備のある特別プレスルームとプレスのための詳細な色刷りのパンフレット、会場マップなども用意してあったのである。

当時の国際理事で、日本にもたびたび訪れていたジャコモ・モョーリ氏が、 会場のなかで、とくに熱を入れて紹介をしてくれたのが、ワークショップのた めの教室である。

いくつもの教室が並んでいて、「ここでは、食の背景や文化から学ぶ味覚のークショップを行うんだ」と自慢げに話してくれた。

味覚のワークショップは、食の素材をいくつも並べて、味わい、香り、見た目、栽培法、加工法など、その違いを、実際に食べながら比較し、言葉にしてメモをしていく。ワイン、オリーブオイル、サラミ、ハム、菓子類など、さまざまな食材ごとに開かれるのである。

例えば、チーズーつにとっても、牛の品種、羊、ヤギなど家畜の種類、地域の加工法や熟成の違いで、すべて見た目も味も香りも異なる。その違いを、一皿に並べた6種類ほどのチーズを、一つ一つを専門家のレクチャーを受け、生産地のことや、家畜の飼育法や、ミルクの違い、熟成方法、環境などの話を聞きながら食べ比べるのである。さらにワインとの相性をみたりする。ワインもソフトタイプからハード系まで何種類かが用意される。

「皿の上のチーズに小さな旗が立っていますが、そこから右回りにティスティングをしていきます。最初のチーズは山間地のヤギのチーズです。放牧してい

るもので、樹木の葉を食べたりしています。生産量が少なく、生産する人も高齢化をしていました。

加工する人によって品質のばらつきがあったために、スローフード協会が調査を行い、安定的に製造できるようにアドバイスをしました。これらのチーズをプロモートして、継続してできるようにしました。

美しい白色なのは熟成が浅いためで、香りは、草原の獣の優しさがあるでしょう。

二番目のチーズは、外側が茶色いのは熟成が進んでいるためです。塩味と酸味があります。しかし、中を割って香りかぐと、まるで胡桃のようです」

といった具合である。

これほどチーズが違うのかというのを初めて知った。そこに背景や環境が語られることによって、特徴が明確にわかる。まるで科学の時間のようだ。

実際、スローフードの味覚の講座は、生産、流通、環境、品種など総合的に 学ぶ科学的という位置づけになっていた。

このワークショップを知ったことで、単純に食べ比べるたけでも、同じ食品だと思っていたものが、素材はもちろん、地域性や加工によって多種多様な味わいがあることを理解できたのである。しかも際立った個性がある。

食べ物の材料や地域性や環境までを知り、ほんとうにおいしい物を自分たちで選択できる力を身につけるのである。ここから料理展開までを学び、豊かな味わいを知ることができるようになる。こうして多様な地域の文化的な食に、経済性を加えて、地域に持続させていく仕組みを組み立ていくのである。

講師になるのは、ソムリエや、スローフード協会の食の地域調査に携わった 専門家や、大学の食関連の教授、生産者などを交えて行われる。大量生産をしているところの関係者は講師には選ばれない。

味覚ワークショップは、一般の人の参加も多いが、バイヤーやレストラン関係者、食品会社、料理家なども受講する。これによって、より洗練されたおいしいものを手に入れることができるようになるわけだ。料理を行ううえでも、どれとどれを組み合わせで、どんなものができるかを具体的に示すことができる。店舗においては、店の特徴をだせる品揃えをすることができるというわけである。

この手法は、地域の小さな伝統的な食べ物を残し、経済的な基盤を築いてマーケットに残すためにあみだされた手法である。ワインのティスティングの方法が発展したものだ。

代々受け継がれていた地域性の高い食品、家畜や種の品種や、地元に受け継がれた技法などが、グローバリゼーションとファストフードを代表とする大量 生産の食品がまん延するなかで、次々と失われて行く。これは日本でも同じだ。 そのなかで、昔ながらの伝統的な食や、いいものを守りましょう、食べましょうといっても、なかなか広がらない。そこに経済性をともなう必要がある。 なにより、消費者に理解させるための教育の場が必要である。

なぜなら大手メーカーの手によって大量に作られる食品が、大手スーパーやチェーン店で一般化した現在、多くの消費は、もはや、地域の手作りの食品など、ほとんど食べる機会がなくなり、どんなものかさえ理解されていないというのが、現実だからだ。

そこから生まれたのがさまざまな食材を比較しティスティングして、個性と 味を知る味覚ワークショップである。

そして、マーケティングの専門家も交えて、地域性のある食材の商取引とプロモーションの場として誕生したのが、最初の「サローネ・デル・グスト」のイベントである。

素材を調査するための専門の委員会があり、地域から調査が行われる。

なかでも絶滅の危機にあるものは、「プレシディオ(味の箱舟)」に選定されて、スポンサードをつけて、祭典でプロモーションがされる。

また調査したものは、本になり出版もされる。出版物は、商品を購入するための手引きとなり、観光地の食のガイドになる。教えるための教材のテキストにもなる。広告も入れられて販売もされる。本の売り上げは、スローフードの継続的な活動に使われるというわけだ。

●食の地域調査からブランド形成と観光事業と地域雇用と作る

スローフード協会の会長カルロ・ペトリーニ氏は「画一されたグローバルな 食品がまん延するなかで、われわれは、多様性のグローバルゼーションを目指 す」と宣言した。また「味覚は文化である」とも。これは地域性の味こそ守る に値する文化と同格の価値あるものであるということである。

こういった具体的な手法は、まさに安心安全な食のより視覚的、味覚的なアプローチである。

スローフードは、日本では、いまだ、伝統的な料理のことや、ゆっくり食べることなど、食べ物のことと誤解されている。

だが、イタリアの本拠地では、環境と伝統的な食材や技法を残し、これらを 地域経済に結び持続社会を創るための運動であり活動であり事業となっている。

スローフードは、食文化をテーマにした事業体である。120名を雇用する イタリア最大の食のNPOだ。

さらに彼らは、集まった情報をもとに別会社で食をテーマにした出版活動を 行う出版社と、コンサルティングを行う会社の別会社、さらにスローフード食 科学大学を運営しており、人材教育から食関連のイベント運営から食品会社の コンサルタントまで手がけている組織なのだ。

「サローネ・デル・グスト」のイベントは1998年から偶数年にトリノで行われる祭典で、イタリア全土のおよびヨーロッパの伝統的な食材や加工品、農産物が一堂に会する。これはピエモンテ州の観光局との連携で、観光事業と特産品の販売、ツーリズムにもつながる、食の大きなプロモーション事業である。つまり地域ブランドの事業でもあるのだ。

州政府から1億5000万円、大きなスポンサーからは3000万円などのスポンサードも得て行われる大きな事業である。出店するブースは、スローフード協会が招待するもの以外は、ブース料金も設けられている。これとは別に入場料、ワークショップは、各テーマごとに参加費もとっている。会場ではスローフードの100点以上にもおよぶ食関連の出版物も販売される。

州政府の観光局と連携して、トリノの伝統的な建造物と歴史的景観を活かした観光、レストラン、オステリア(店主がいる店という意味=飲食店で、農家が運営するものを含む)などと、ツーリズムまでの事業に結びつけてもいるのである。

レストラン、オステリアは、これもスローフード協会が厳選した、地域の食材や料理、地元のワインやチーズなどをそろえている味の評価の高いところが選ばれる。

2006年からは、海外の農業者に呼び掛けて持続社会を築くための循環型 農業や伝統的な技術、種、品種などを受け継ぐ現場の生産者による国際会議「テッラ・マードレ(母なる大地)」も行われるようになった。

つまり実践的な技術を生産者同志が話し合い、これを連携させよう、そこから食と農と環境を連携させた持続社会を築くという壮大な構想である。

スローフード協会は、もともとは、地域の地元ワインを愛好するグルメのジャーナリストを中心とする集まりであったが、それでは地域の食を守ることはできない。

そこで、地域経済につながる活動が始まった。ワインの品種、環境、土壌の調査、製造法、醸造の手法などを調査したり、ソムリエやバイヤーや専門家を呼んでの学習会、ツアーなどを開くなかで、フランスからの樽詰や瓶詰など、加工販売までの技術や手法が現地調査されてイタリアにもたらされる。

地域のブドウ農家に具体的な技術や加工の手法、販売の手段を伝えたのだ。 それまでブドウは生産は生産だけで、醸造と瓶詰と販売までは、別々であった。 それを一体化することで、農業者には、大きな価格の商品に変えることができ る。これに販売する場を提供することによって、農業者は、これまで以上のお 金を手にすることができるというわけだ。

これはつまり、日本政府が農業政策として2010年に打ち出した「六次産

業」と同じことである。

六次産業とは、一次産業の農業、二次産業の工業、三次産業のサービスの、 1.2.3を足すと6になることから名づけられた言葉。生産、加工、販売を 一体化することで、農業の付加価値を出すための政策だ。

スローフードは、6次産業を、もっと文化的な視点で、すでに、1980年 代から取り組んでいたというわけだ。

農家が生み出したワインが、スローフードの手によってもたらされた情報によって質の高いものとなり、ソムリエと出版社とが連携したガイドブックの作成、イベントでのプロモーション、バイヤーへの連携、さらに輸出までにつながり、地域農業に経済性と持続性を生みだしたのである。

食をテーマに地域経済の基盤を築き、州政府と連携して世界的に人を呼び寄せるまでの祭典を運営するまでになった。

そこにチャールズ皇太子を招くことができるスローフード協会の力に驚いた のである。

●なぜ、食材のテキストとワークショップなのか?

地域の食を取り入れての観光事業をするにもブランド化をするにも、食材のテキストがあり、そこに生産者や料理家が参加すれば、素材の持ち味から、食べ方、地域の文化や、新しい料理の展開まで、だれにでもわかるようになる。地域の資源も個性も明確に打ち出すことができる。

また、2005年に国が制定した食育基本法が生まれ、学校や地域での食育推進は法制化された。これによって、各行政では、食育基本計画を策定するようになっており、食からの健康、地域の農産物や魚などの利用、文化の継承をすることになっている。

食育基本法には、「地域の特性に配慮し、地域住民その他の社会を構成する多様な主体の参加と協力を得るものとするとともに、その連携を図り(第四条)」、「あらゆる場所を利用して、食料の生産から消費等に至るまでの食に関する様々な体験活動を行うとともに、自ら食育の推進のための活動を実践することにより、食に関する理解を深める(第六条)」と書かれている。

また、「第二十四条 国及び地方公共団体は、伝統的な行事や作法と結びついた食文化、地域の特色ある食文化等我が国の伝統のある優れた食文化の継承を推進するため、これらに関する啓発及び知識の普及その他の必要な施策を講ずるものとする」ともある。

また「学校給食法」が2009年に改訂されて、給食は学習の場に位置付けられて、生産から流通までを伝えることになっている。

つまりテキスト化は、子供たちに文化をきちんと伝えるためにもなくてはな

らないものなのである。

テキスト化を各地で進めている。

というのも、これまで各地での食育の授業や講座などをのぞかせてもらったり、地域の食での町おこしの現場にいったりするたびに、いつも疑問に思っていたことがある。

それは栄養価や栄養バランスなどが強調されていて、食材そのものにほんとんど触れられていないということだった。

あるいは、農業関連の食育という場にいくと、農作業をさせるというもので、 そこに明確なプログラムがないものもある。参加者は稲刈りや食事をするが、 その素材の違いや歴史や環境を語り、その作業が、どんな意味をもつものか具 体的でないものが多い。

食育とうたった料理教室も、たんなる料理のやりかたで、従来のものとほと んど変わらないといったものが少なくない。

これで参加者は、本当に楽しいのだろうか? 食の学びにつながるのだろうか? という疑問が生まれた。

あるいは食の町おこしとうたっているものも、その地域のたくさんとれるものを売ろうというので宣伝をして、有名な料理家を呼んでというイベントがあったり、派手なのぼりと法被でサンプルを配布したりするのだが、そこに地域の生産者や食材の背景がほとんど語られない。素材が不明確なものも多い。

また値段設定がきちんと行われていないために、補助金をもらったときだけのものとなり、持続的な主体的なものとならない。するとイベントは一過性に終わり、ノウハウは地域には残らない。

●食と農業が明確に連携することが必要

食の町づくりとブランド、食育が連携するケースが少ない。食育は教育委員会や保健課が窓口。食の町おこしは観光課。地産地消は農政課といったようになっている行政がほとんどである。

ほんとうは、総合的な視点が食の観光事業でもあり食育でもある。

また。食のブランドと食育と農業と漁業は、すべて一緒なはずである。

また地域の個性がみえなくては、食育も食の町おこしもできないだろう。素材そのものがどんなものか分からなければ、文化を伝えることができないだろう。本物の味、地域性の味の根拠も示すこともできない。ほかのとの差別化も明確にできない。

農業でも食育でも「地産地消」が言われているが、大量に栽培される野菜と 伝統的な野菜の違いなど、明確に話される例があまりない。

また、食の観光で、地域の素材を使うことがされても、使う調味料がなにか

という話には、ほとんどが言及されていないことが多くある。

食材のことを十分に理解せず、ほとんど知らないままに行われているイベントや食の町おこしや食育のケースが圧倒的である。

個性が明確にならなければ、食のブランドも食での町おこしもないだろう。 さらに食が明確に経済につながる手法まで伝えないと人は動かない。持続性に 繋がらない。

●地域の専門家が連携すればテキスト化は簡単にできる

テキスト作成には、専門的な要素が必要だ。県の農産物試験センター、漁業振興センターなどの専門機関、市町村の農政課、栄養士、地域の料理家などに声をかけて作成すれば、簡単にできてしまう。

これに農家や漁業の関係者の取材を行う。というのは食材の環境は地域によって個性があるからだ。漁港であがる魚の種類も違うし、野菜の種類や栽培手法は地域で異なる。一般に流通する野菜と昔の地域野菜は品種が異なる。誰がどこでどんな手法でそんな素材で作るのかが理解されれば安心安全も伝わる。

いちばん具体的な形で、地域食材を調査に地域全体から県外までのブランド 化に料理を含めて実施して成功しているのが山形大学と山形在来作物研究会の 調査による在来種の野菜のガイド「どこかの畑の片すみで」「おしゃべりな畑」 (山形大学出版会)である。

画期的なのは、イタリアンレストラン「アル・ケッチァーノ」奥田政行氏と料理と大学と農家との連携で、地域ならではオリジナルな料理と商品という形にまで昇華させたことだ。これを県がバックアップして銀座にアンテナショップを展開した。これだけ的を絞ったアンテナショップは例がない。レストランはたちまち評価がたかまり、丸の内、伊勢丹などに進出。膨大なマスコミに登場する。

さらに奥田氏はイタリアのスローフードの「サローネ・デル・グスト」に招待された。これはイタリアと同様に、地域の独自性のある素材調査を実施した文化的背景をもち、そこをベースにオリジナルな料理を作るという創造性が高く評価されたからだ。文化と知性と食文化とデザイン力の連携の創造物である。

●ワークショップは地域連携を生みだす

食材は地域によって味わいも個性も違う。テキスト作りを通してワークショップを行うと、これまで地域で接点がなかった人たちとの新しい連携がうまれ、それまでに気づかなかった発想や料理の展開や、地域の再発見につながる。

最上の地域素材を使うことで美味しい料理が味わえる。素材の背景や歴史や

加工法などがわかることで表現が豊かになる。

例えば、豆腐を食べるとしても、地域の大豆の品種は各地で違う。木綿、絹、 汲み上げ豆腐など、加工法によっても味わいや触感が異なる。大量に出される 量販店の豆腐と手づくりの豆腐では味わいも違う。料理も、味噌汁や冷奴とい うのもあるが、中華や、デザートにもできる。おいしい豆腐なら、オリーブオ イルと天然の塩だけでも味わいが豊かだ。こういうことは、素材の違いと個性 と料理を知っていないと広がりができない。

ワークショップの開催の場所は調理室や料理店などもあるが、地域で景観のいいところがあれば、もっとも理想的だ。素材の背景が具体的に視覚的にも実感できるからだ。

例えば、大分県竹田市では明治時代からサフランが栽培されている。農家の周辺は、お堂があり、里山があり、蔵がありと、日本のかつての風景がそのままに残っていた。そこで農家を開放し地元の食材を使って地場産の食材を 99% 使ったパエリアのフルコースを作った。オリーブオイル以外はすべて大分産である。

サフランは、アヤメ科クロッカス属の球根植物で多年生。原産地は地中海沿岸地方およびヒマラヤ地方。主産地はイランやスペイン、中国、ギリシアなどである。花の雌しべを摘んで乾燥させて、食品の着色に使われるのだが、竹田市では鎮静剤の薬用として、これまで大阪の薬業者に販売されてきた。

10月下旬から11月上旬にかけて薄紫色の美しい花を咲かせる。湿気をさけるために、木造の家屋に棚を作って、土にふれさせないという独自の栽培が行われている。この栽培農家を解放してワークショップを花を摘むところから開いた。

テキストがあるので、サフランの歴史から栽培から竹田市にきたいきさつまでがわかる。農家も参加するので具体的な栽培の様子も理解でき、料理家がいるので料理のポイントもわかるというわけだ。そして農家の現場に触れることで、生産の現場や歴史的景観を楽しむことができる。なにげない地域のあるものが観光誘致や、食を活かした個性的なイベントとしても使うことができる。料金設定をして一定のお金をとれば小さくても地域経済に還元できる。そして継続をして行うことができる。

◆常陸太田そばのテキスト

茨城県常陸太田市では「蕎麦」の テキスト作成してもらい、農家での 蕎麦会を開いた。常陸太田市の「常 陸秋そば」は、12種類あった地域 在来種から選抜されたもので、北海 道や長野とは品種がことなる。香り よく粒が大きく味わいが豊かだ。

蕎麦は虫媒によって実をつける。 介在する虫はニホンミツバチやアブ、



アリなど70種類。虫が棲む照葉樹、広葉樹が多く自然環境が守られてきたことがわかる。

地元の蕎麦は山間地の主食。昆布とかつおの出汁に、イモの茎やニンジン、サトイモ、天然しめじなどを入れたものに蕎麦をつけて食べる「つけけんちん」。 江戸蕎麦とはまったく食べ方が違う。

蕎麦は江戸期から栽培されて、山間地の米ができないところでの冬場の主食となった。特産品のたばこの後に栽培されていた。

栽培のためには落ち葉と牛の糞を使い、たばこを育て、そのあとに蕎麦を栽培するという体系になっていた。こういった歴史や環境を踏まえて、農家の奥さんの蕎麦を食べるのである。すると地域ならではの蕎麦が環境と生態系も含めて理解できる。

●かぼちゃのブランド化を進める高山市

岐阜県高山市とJA、それに農家から依頼があり進めてきたのが、ひょろ長いかぼちゃ「宿儺(すくな)かぼちゃ」のブランド化事業である。

やはり最初にお願いしたのは、かぼちゃのテキスト化である。

長いひょうたんのような形状のもので、長さは50センチもあろうかという もの。緑の薄い色で、それがうっすら縞模様のようになっている。名前の由来 は、主産地である飛騨高山丹生川(にゅうかわ)地区の伝説の英雄「両面宿儺」 からとられている。宿儺は、飛騨から美濃まで地域を統率し、農業の指導者で もあったという。

宿儺かぼちゃは、正式には「ウリ科カボチャ属セイヨウカボチャ種」になる。 飛騨高山の標高500~900メートルの盆地で栽培されている。

もともとは自家用で栽培されていたものだが、平成13年に形のいいものを 選抜し、地域の名物にしようと会が結成されたという。

丹生川地域の農作物の中心は、トマトとほうれん草。山間地で平地ばかりではない。あいたところに栽培したのが始まりという。

地元では、東京に売り出したいという。料理を尋ねると、「煮物、味噌汁」だという。

ところがイタリアのスローフード食科学大学出身で食品マーケットの広報担当の岡崎啓子さんにうかがうと「ピエモンテの市場でも同じものを売っています」と、言う。

北イタリアのブラ市の市場を訪ねた。ほんとにそっくりのものがある。

かぼちゃは、日本には戦国時代に中央アメリカから伝わった外来のもの。セイヨウカボチャは南アメリカ原産で幕末に入ってきたといわれる。そもそも 15世紀にコロンブスがヨーロッパに持ち帰り、そこから世界に広まったといわれる。だからイタリアにあってもおかしくないわけだ。

イタリアの市場のおばさんのレシピは、パルメジャーノチーズと小麦粉を混ぜてオリーブオイルで焼いて食べるというもの。家庭の味だという。それにリゾットもいいとのこと。

じつは、こんな料理がむこうでは一般的。しかもイタリアの観光には日本の 女性客が多く訪ねている。さらにイタリアでの料理を学び、帰国して日本で料 理店をする人が増えた。東京だけでもイタリア料理は4,000 軒を超えている。

つまり地元で思っているかぼちゃ料理と、出口である東京の消費者のところでは、大きく食い違っている。実際には料理法はバラエティ豊かだ。しかも日本人が好むかぼちゃは、丸いほくほくの小型のかぼちゃが主流なのである。ということは、品種から味、料理展開までを知ってプロモーションが必要ということとなる。

実は、高山は、歴史的な景観をたくさん残した街並み、それに周辺の農村部などの風景が素晴らしいことから、観光客が 420 万人も来ている。地元にも優れた料理家がいる。一度、地元の料理家と農家が一堂に会して、料理を披露してもらおうと、ホテルに集まってもらい、かぼちゃ料理の試食会を開いてもらった。

スープ、豆腐、ふくめ煮、サラダ、焼き菓子、ジェラード、シフォンケーキ、マシュマロ、スイーツ、羊羹、プリン、クッキーなどなど、さまざまなかぼちゃの料理が登場した。それも味わいがいい。

せっかくだから料理店に農家がいって公開講座風の有料の料理会をしようと 提案。これが、イタリア、フレンチ、和食など、さまざまな形で実現した。

丹生川地区での築150年の囲炉裏つきの農家を解放しての外部からお客を 迎えて手作りでもてなすツアーも実現させた。これは秋祭りと冬場の雪の中の ツアーが生まれた。 また料理研究家・馬場香織さんを招聘し、地元の女性陣を集めて、かぼちゃ料理を実際に作り、32品目の料理をブッフェにして登場させた。

これらの活動が、さまざまなマスコミに取り上げられて、地域のかぼちゃの存在が認知された。また地域の料理店で、いくつもの加工品や料理も誕生。全国からの問い合わせにも繋がっている。



●素材を知るためのティスティング

料理までしなくても簡単で素材の特性を知るには、食べ比べるティスティン

グを行うといい。素材の背景と味わいがわかれば、それだけで十分な講座が開ける。

ティスティングでは、「見た目」「香り」「味わい」「手触り」などの項目のチェックシートを作り、実際に素材を食べ比べて、感じた印象をシートに書き込んで発表していく。

米だけでも、一般に食べるうるち米、 酒用の酒米、黒米、赤米といった雑穀



米など450種類もある。ブレンドしたもの、一つの品種だけのもの、雑穀を混ぜたものなど、比較をしていくと、地域で作られている米の個性、粘りやうまみや、甘さや、香りなどの特徴がはっきりする。

塩でおにぎりを作る。塩もティスティングをする。塩は国内で200箇所も作られている。薪炊きや天日の手づくりの塩と、一般に多く販売されている精製塩と、海外の岩塩とでは、見た目はもちろん、味わい、手ざわり、食べ物の相性なども異なるのだ。

塩の歴史を調べ、古代ローマにさかのぼると、軍事目的で塩田が作られ、軍隊や馬の維持のために塩が必要だったことがわかる。塩は人も動物も消化や体内の輩出物調整に不可欠で、かつ外からとらないと体内ではできない。塩がお金以上の価値をもち、塩を意味する「サルト」から「サラダ」「サラリー」や軍隊を意味する「ソルジャー」の語源になっていることもわかる。

塩が体にもたらす調整機能と働きだけでもゆうに30分は話せるだろう。塩

の味の違いと製法だけでも話はつきることがない。

つまり素材のテキストを作り、味を比べて、背景や文化を伝えることで、社会科や生物や理科や環境や栄養学や経済や調理や味覚まで、総合的な科学的な視点が開けるのである。

第皿部 地方自治体の取組

第1章 八戸市の取組

第2章 横手市の取組

第3章 上士幌町の取組

第1章 八戸市の取組

石塚 俊哉

【八戸市の紹介】

八戸市には、国の史跡や重要文化財に 指定されている数多くの遺跡や出土品 がある。なかでも、技巧的、そして芸術 的にも優れた出土品が多い是川遺跡や 風張遺跡(縄文時代)、古代蝦夷社会を 解明する上で貴重な丹後平古墳群(飛鳥 から平安時代)などを推察すると、古く から高い文化を持つ人々が生活してい たと考えられる。

建武元年(1334年)には、南朝方の 命を受けた甲斐の国(山梨県)の南部師



行(なんぶもろゆき)公が、現在の八戸市根城地区に城を構え、北東北を治める拠点を定めた。時は藩政時代になり、八戸は一時盛岡藩の支配下に入るが、寛文4年(1664年)に南部直房公を初代藩主として八戸藩2万石が誕生し、城下は商業や八戸港の漁業と交易によって栄えてきた。

そして、明治 22 年(1889 年)の町村制施行によって八戸町となり、昭和 4年(1929 年)5月1日に近隣の2町1村と合併し、人口約5万人の八戸市が誕生した。その後も、周辺町村との合併を重ね、優れた漁港施設や背後施設を有する全国屈指の水産都市として、また、北東北随一の工業都市として発展を遂げてきた。

また、戦後高度成長期の1964(昭和39)年には、新産業都市指定を受け、港湾整備、産業基盤が強化されたこともあり、港湾の貨物取扱量は東北地方でトップクラスを誇り、臨海部には、紙・パルプ・鉄鋼・食料品など工業地帯が形成され、北東北随一の製造品出荷額を誇っている。

さらに、平成 14 年には青森県内として初めて東北新幹線八戸駅が開業し、多くの観光客、ビジネス客が来訪することとなった。平成 17 年 3 月 31 日には、八戸市と三戸郡南郷村が合併し、人口約 25 万人、面積約 300 kmの新生「八戸市」が誕生したのである。

海から拓け、海とともに発展してきた八戸市と豊かな自然を有し、果樹やその加工品を特産とする南郷村とが1つになることで、海と山の魅力を併せ持つ

まちとなり、さらに新しい魅力を生み出す能力を有するものとなった。

当市は青森県南及び岩手県北約67万人の商業・経済の中心地であり、北東北の拠点都市として、官民を挙げて、さらなる飛躍に向けて取り組んでいる。

【旅行形態の変化】

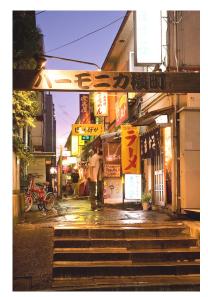
八戸市では、食を活かした観光施策による地域振興に取り組んでいる。当市が食を活かした観光施策を展開する理由の1つには、全国的な旅行形態の変化がある。これまでの旅行形態は団体による旅行が多かったが、近年は、一人旅、少人数による旅行へと形態が変化してきている。また、旅の目的も名所や旧跡地を巡り、金銭消費をするという物見遊山的な旅から、地域ならではの生活文化を体験しながら滞在時間を消費するという体験的な旅へと変化している。このことは、この地域ならではの楽しみ方を求めるニーズの増加であり、さらに言えば、名所や旧跡がなくても、地域文化を育んできた都市が観光地として成長する可能性を秘めているとも言えるであろう。

また、食を活かした観光施策を展開する2つ目の理由は、平成17年度の八戸市観光資源認知度調査である。この調査結果では、八戸市の観光資源の認知度はまだ低いものの、一度訪れた方は当市の食と自然に高い満足を得ていたところである。そこで、当市ではこの調査結果に基づき、食と自然に重点を置くとともに、当市の生活文化を組み合わせた総合的な観光施策に取り組んでいるところである。

【生活文化体験型~横丁と朝市~】

三陸海岸に位置する八戸市は、古くから「人」や「モノ」が行き交う交流の拠点として賑わってきた。八戸港はイカの水揚げ量日本一を誇る国内有数の漁場であり、海で水揚げされたばかりの新鮮な食材を求めて、早朝から威勢のよい声が飛び交う活気があふれる「せり」が行われている。そして、その新鮮な食材が朝市や市内の飲食店、市民の食卓へと届くのである。

当市の中心街は昭和 20 年の終戦後に形成され、今 もなお昔と変わらぬ風情を残しているのが横丁であ る。いくつもの店が軒を連ね、店の中からは楽しげ な笑いが外にまで届くほどである。横丁では、新鮮



な魚介類、八戸せんべい料理といった地元の食材を使った郷土料理を食事しながら、なごやかに会話を楽しむことができる。

また、時刻は午前3時という日も昇らない薄暗いなか、市場を中心に多くの人々が活動をはじめ、市内のあちこちで朝市が開催される。朝市では、焼きたての魚や小分けにされた刺身や惣菜が並び、お店で使う新鮮な食材を求めてくる人、家で待つ家族のために朝ごはんのおかずを買いに来る地元客であふれている。



そこで、このような郷土料理と新鮮な食材が集まる「横丁文化」と「朝市文化」に着目し、地元の新鮮な食を通した「人とのふれあい」や「地域文化の体感」を感じることができる旅の目的地として PR している。

【生活文化体験型~地元の食づくり~】

八戸市南郷区は平成 17 年に八戸市と合併した旧南郷村である。南郷区(旧南郷村)では蕎麦(階上早稲)の栽培が盛んであり、蕎麦を中心とした食の地域振興が盛んなところである。

この南郷区に「山の楽校(旧増田 小中学校)」という木造の廃校舎を 活用した交流施設がある。この山の



楽校の指定管理者である山の楽校運営協議会は、50年前にこの地方で行われていた「荒懇起こし」と呼ばれる伝統的な生業の復活に取り組んでいる。この「荒懇起こし」は簡単に例えると「焼き畑」のことである。文献によれば、この地方では焼き畑によって雑穀類を栽培していたと記されているが、そのことを知る者はもうあとわずかという状態であった。そこで、この伝統的な生業を後生に伝えていくために、この昔ながらの農法による蕎麦の栽培を始めた。さらに、蕎麦の栽培だけではなく、蕎麦を食べるまでの工程を昔のとおりに再現したところ、蕎麦独特の強い香りと風味がより一層引き立ち、昔懐かしい味を再現することができたのである。

また、山の楽校では通年で八戸地方の伝統的な食と生活文化を伝える講座を 開催しており、その講座の1つには蕎麦打ち体験講座がある。そこで、この体 験講座で、伝統的な農法で再現した蕎麦を使いながら、地元住民のおばあちゃ んたちと一緒に蕎麦打ちを体験することもできるようしたのである。

これにより、地方独自の伝統的な食文化と地元の人とふれあいを交えた体験 講座は、来訪者に昔懐かしい里山らしさを感じさせることができ、来訪者の満 足度をより一層高めている。

【自然体験型~種差海岸みちくさトレッキング】

八戸市には国名勝・青森県立自然公園 種差海岸がある。この海岸線は岩場と砂 浜が交互に続き、実に変化に富んでいる。 荒々しい岩肌、穏やかで美しい砂浜、さ らには、波打ち際まで続く芝生地が広が るほか、春から秋にかけて海浜植物や高 山植物が咲き乱れる景勝地である。この 自然の造形美に魅せられた文化人も大勢



おり、多くの作家と画家がこの景観を作品に残している。例えば、司馬遼太郎 氏は『街道を行く』において「どこか宇宙からの来訪者があったら一番先に案 内したい海岸」と表現し、東山魁夷は種差海岸に訪れ「道」という作品を発表 している。

この種差海岸を 100 人でトレッキングするイベント時においても、八戸ならではの食材を活かした昼食をメニューとして取り入れている。具体的には、八戸せんべい汁、三平汁、セグロイワシ、八戸前沖サバ、ヒラツメガニなど季節の旬のものを提供し、美しい自然に囲まれながら、新鮮な海の幸や郷土食を食べることで、八戸のイメージをより強く与えようとしている。このイベントは自然散策が好きな方が多いが、地元の新鮮な食を召し上がっていただくことで、八戸の食も好きになってもらい、より多くのファンの獲得に努めている。

【食の掘り起こし~今あるものを】

また、地元にある食材であっても、まだ知られていない、または地元では気づかなかった魅力ある食材がたくさんある。こういった食を掘り起こすことも地域振興で大事なことであると考えている。

【八戸前沖サバ】

・八戸港は日本のサバの主要な漁港としては最北端に位置する。古くから大量のサバが水揚げされ、トラックの積荷一杯に積み込まれる。以前はその水揚量の多さに市場付近の道路はこぼれ落ちたサバの脂で滑るほ



どであったとの話もあるほど。このため、サバは市民にとって大変身近なものであり、各家庭料理として広く親しまれている。これに注目したのが、はちのへ観光誘客推進委員会事業開発部会である。平成22年の東北新幹線全線開業を見据えて観光誘客促進による経済波及効果を創出するため、地域ブランドの振興策について検討していた結果、八戸前沖で漁獲されるこのサバに着目し、サバの価値、消費者の認知度を高める地域ブランド形成事業に取り組んだのである。八戸前沖はプランクトンが豊富なうえ、水温が低いことから、サバに脂肪を蓄積させ、500グラムを超え、20%以上が脂肪という大型のサバが数多く水揚げされる。このサバの脂はコクがあり、築地市場の目利きからも高い評価を得ていることから、この八戸前沖で漁獲されるサバの品質の高さを証明し、消費者に認知された地域ブランドを形成し、経済波及効果を生み出すことが期待できるとして、市全体でPRに努めている。

【磯ラーメン】

・八戸市は三陸沖に位置していることから、新鮮な海の幸が豊富に採れるところである。この新鮮な磯の海産物をふんだんに使用したラーメンが種差海岸地区にある。そのラーメンはどこの各店舗でも「磯ラーメン」というネーミングでつくられている。一般的に磯ラーメンとい



うと塩味のスープにワカメや昆布といった海藻をのせているものを想像させるが、八戸市内の種差海岸という美しい自然景観の周辺にある飲食店だけが独特の磯ラーメンを作っている。そのスープは、農山漁村の郷土料理百選に選出された「いちご煮」の潮汁をベースにし、具は種差海岸で採れた昆布、ワカメといった海藻に加えて、ウニ、イカ、ツブ貝、カニ等といった魚介類をもふんだんに使ったラーメンである。市内でもこの地区の飲食店のみで提供していたこの磯ラーメンに目をつけたのが、地元の種差観光協会と鮫観光協会。両協会がこの種差海岸地区ならではの料理を PR し、この地区の PRと誘客を図るために一緒になって取り組んでいる。今では、種差海岸をトレッキングする方のみならず、このラーメンを食べにくる方もふえ、地区の賑わい創出の1つとなっているほどである。

【カクテル文化】

・八戸市内のバーテンダーの技量が全国的に高いレベルを持っているというこ

とはあまり知られていない。市内のバーテンダー達は世界大会や全国大会に

エントリーし、その技と創造力を競いあいながら、日々その腕を磨いている。そこで、市内のバーがカクテルコンペ実行委員会を組織し、八戸市長杯カクテルコンペティションが開催されている。これにより、これまでの横丁の街としての魅力だけではなく、新たにカクテルの街として文化を発信することに取り組んで



いる。この八戸市長杯カクテルコンペティションも今年で第3回を数え、大会にエントリーするバーテンダーの数も回を重ねるごとに増え、遠くは福岡県から参加する方もいるほどである。このような活動が認められ、平成22年には世界大会の会場として東京以外では八戸が会場として選ばれ開催されたほどに注目を集めてきている。

【全国へのPR活動~ファンづくり】

- ・食の磨き上げの次は全国へのPR活動が必要となる。八戸市の朝市文化と横 丁文化、廃校舎での蕎麦打ち体験、八戸前沖サバ、磯ラーメン等を掘り起こ したら、それをPRし、全国の皆さんにファンになってもらいたい。そのた め、全国へのPR活動も展開している。
- B-1 グランプリでその名を全国へ広めた「八戸せんべい汁」。八戸せんべい汁
 - は、昔から各家庭の料理として食べられるほど、地元ではとても日常的な料理である。この食材に着目し、地域おこしに取り組んでいるのが「八戸せんべい汁研究所」である。八戸せんべい汁研究所が開催した B-1 グランプリは第1回の八戸開催から今年で第5回目を数え、回を重ねるごとに来場



者数も増加し、多くのマスメディアに取り上げられたことから、全国的に有名なイベントへとなってきた。これによって、「せんべい汁と言えば、八戸」というように八戸の知名度も上がり、八戸に来たら、せんべい汁を食べてみようという方が増え、飲食店のメニューのなかにも上がってきている。このような活動に対し市は補助支援をしている。

・また、八戸の観光と物産をPRすべく、集客が多いイベントに出展し、実際

に見て、聞いて、食べていただき、八戸の食を知り、ファンになってもらう機会をつくっている。具体的には、世田谷区民まつり、ニッカ、ふるさと祭り東京、といったように仙台、首都圏の物産展にも力を入れ、八戸のPRと認知度の向上に努めている。



【情報発信の多様化】

地域の魅力をより多くの人へ伝えるために、あらゆる媒体を通して情報発信を行っている。これまでは紙媒体によるパンフレットだけの情報発信であったが、最近は紙媒体だけではなくインターネット上の情報も多くなってきた。その中でも、ブログは新聞や雑誌等の媒体と比べ、はるかに容易に情報発信出来るため、とても手軽なものである。また、インターネット上での情報は、若い年齢層の方々の関心が高く、紙媒体以外からの情報を積極的に集める傾向がある。さらに、最近は、大きな影響力を持つブログも現れ、その記事の影響を受け、行動をするというようなケースもあるなど、情報発信力は見逃せない存在である。そこで、八戸市でも、平成19年度から「ブログ」を開始し、八戸市の自然、食、文化などの情報発信をすることで、さらに幅広くPR活動を展開している。また、平成21年度からはTwitterを開始し、八戸市の観光情報をリアルタイムで発信をしながら、八戸の魅力を伝えている。

【今後の展開】

これからも食を通じた地域振興を展開していくが、食だけではなく、その食にさらなる地域ならではの要素を加えることが重要ではないだろうか。食を通した地域振興を考える上で大事なことは、その地域に来てもらうこと。その地域で食べてもらうことが一番地域経済への効果が高いと考える。そうした場合、食だけではなく、横丁であったり、朝市であったり、国名勝・種差海岸であったり、行祭事であったり、あらゆる場面を組み合わせることで、その裾野を広くし、八戸に来ていただくお客様を増やしていきたいと考える。

第2章 横手市の取組

高橋 智和

横手やきそばを活用した地域活性化事例

■横手市の概要

横手市は、秋田県南部の横 手盆地に広がり、400年以上続く冬の小正月行事「かま くら」の街で知られる豪雪地 帯である。平成17年の市人の 県内第二の都市となった。全 国有数の生産量を誇る米やス、 しいたけ、りんご、ぶちら すいたけ、の生産量は県内し を誇り、農業を基幹産業としてきた。近年は、市



◆横手の小正月行事かまくら

内で食される横手やきそばを通じて地域振興を図っており、B-1グランプリの開催等により「やきそばのまち」としても知られるようになってきている。

■横手やきそばの歴史

横手やきそばの発祥は、第二次世界大戦直後にまで遡る。市内で屋台のお好み焼き屋を経営していた男性が、お好み焼き用の鉄板を使用した新しいメニューの開発に取組み、市内の製麺業者と試行錯誤を重ね、その原型が完成したのが昭和28年頃といわれている。

美味しさに加え、手頃な値段、また、調理も比較的容易で、特別な調理器具もほとんど必要としないことから、横手市周辺にやきそばを取り扱う店舗が増えていくことになる。

当初は子供たちの数少ないおやつという位置づけであったが、後に大人たちの夜食や一般的な昼食としても定着していき、現在でも市内には50店舗以上の横手やきそばを提供する店舗が営業を行っている。

■横手やきそばの特徴

横手やきそばの特徴は、具材に キャベツと豚挽き肉を使用し、出 来上がりには、目玉焼きをのせ、 紅生姜ではなく、福神漬けを添え る形が一般的であるが、一番のやき は麺の部分にある。通常のやき そばが細くて縮れた蒸し麺を使用 するのに対し、横手やきそばはな くまっすぐな茹で麺を使用する。 市内で製造された、その茹を 使用したやきそばを「横手やきそば」と定義している。各店舗で定 義を守りつつ、味や具材にアレン



◆半熟の目玉焼きに福神漬けが特徴的な横手やきそば

ジを加え、ホルモンやきそばやカレーやきそば、麻婆やきそば等を提供する店舗もある。

■横手やきそばプロジェクト

横手やきそばを地域の特産品としてPRする以前の横手市においては、通年を通して核となる特産品・物産品がほとんどなく、市としては特産品開発につなげるため、補助金の交付等を行っていたが、思うような結果を残せずにいた。そこで、新たに開発するのではなく、昔から食べられてきた横手のやきそばに着目し、これをPRできないかと市役所内で検討が始められ、平成12年に当時の商工観光課内に「横手やきそばプロジェクト推進本部」を立ち上げた。

それまで市内で「肉玉やきそば」等と呼ばれてきたやきそばを「横手やきそば」とネーミング、名称を統一し、地域名と一緒にPRしていくことを確認した。

また、経費を用いずにPRを行うため、まずは、当時の担当職員が自費で食べ歩き調査を実施、市内約50店舗のやきそば提供店について、味や特徴・価格・店の雰囲気等の項目について、データ収集・整理を行っている。そのデータを、同年10月に横手市観光協会のホームページ内で、「やきそばのまち横手」と題し発信したのがPRの始まりであり、同時期には、静岡県富士宮市でも「富士宮やきそば」を活用した情報発信を始め、この相乗効果等から、マスコミからの問合せが急増、横手やきそばを目当てに観光客が訪れるようになった。そこで初めて、パンフレットやリーフレットの作成に取りかかる。

横手市における活動は、横手やきそばをきっかけに、横手を知っていただく

こと、横手に来ていただくことであり、そのためには、地域が元気になる話題を作り、マスコミに記事として取り上げられるような活動を実施しているところである。

■横手やきそばの応援団体

徐々に横手やきそばが注目され始め、横手やきそばを応援するため、平成13年3月に「横手やきそば研究会」という民間の任意団体が発足した。主には、かまくらなどの行事に合わせ、観光客向けに横手やきそばの季刊誌を作成・配布したり、やきそばの歌を作成し、イベントで披露したり、やきそばのキャラクターを募集・決定、その着ぐるみまでも作製して、イベントに出演する等、横手やきそばの活動を盛り上げる役目を担っている。

■横手やきそば暖簾会

市民活動が活発になると同時に、店舗側でも観光客の受入態勢を整えるため、「横手やきそば暖簾会」という店舗組織が、平成13年7月に発足している。現在は、市内約50店舗が加盟しており、主な活動としてはB-1グランプリ等のイベント・行事への出展や、加盟店のレベル向上を狙った横手やきそば四天王決定戦という独自のイベントの開催、加盟店共通のポイントカードを発行する等の活動を行っている。加盟店には観光客にもわかりやすいよう、共通の「のぼり旗」を掲げており、横手やきそば提供店の目印として、市内のあちこちで目にすることができる。

このように横手市では、市民と店舗・行政が連携し、情報発信とおもてなしを行う体制を整えている。



◆共通ののぼり

■横手やきそば職人養成講座

横手市が交流をしている地域におけるイベント・物産展等へは、横手やきそば暖簾会が実際の調理を担当し、横手をPRしてきたところであるが、横手やきそばが知名度を上げるにつれ、出展要請が増加し、横手やきそば暖簾会では対応困難な状況が発生し始める。横手やきそば暖簾会と市では、絶好のPR機会を逃してしまう事態を解決するために、横手やきそば職人という人材を養成する講座を平成14年から現在まで計4回実施している。横手やきそば職人養

成講座と銘打ったこの講座は、一般の横手市民を対象に横手やきそばの調理の他、歴史や横手の観光 PR を行える人材を講習により育成し、実際のイベント会場で、横手やきそばの調理を通じて、横手市を PR してもらおうという試みである。講習修了者は、横手やきそば職人として認定を受け、横手の PR 隊として、B-1 グランプリ等の全国各地のイベントで活躍中である。職人には、市内の主婦や農業・美容師・会社員等、41名が登録され、ほぼボランティアで活動いただいている。この講座は、ネーミングのユニークさ等から、全国ニュースでも紹介された。

■他団体との連携(三国同麺・愛Bリーグ等)

平成14年6月には、同じく「やきそば」でまちおこしを行っている、静岡県富士宮市の「富士宮やきそば」と、群馬県太田市の「上州太田焼きそば」と「三国同麺(さんごくどうめん)」という協定を締結している。これは、同様にやきそばで活動する団体として、三者連携することで話題性を高めようというもので、言うまでもなく、三国同盟のダジャレであるが、言葉遊びでマスコミが注目する話題を作り出し、全国に発信した好例といえる。この協定締結をきっかけに富士宮・太田・横手の三市のやきそばは「日本三大やきそば」として認知されるようになる。

このように横手市にとって、富士宮市や太田市との連携は、地域間交流や情報交換が活発になる他、話題性を生むことにもつながっている。

このような連携を、やきそばにとどまらず、全国各地のご当地グルメに広げた活動が「B級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会(通称:愛Bリーグ)」の活動といえる。愛Bリーグには、横手やきそば暖簾会が設立当初から趣旨に賛同、加盟しており、主催事業のB-1グランプリへの参加や、他団体と連携や情報交換を行うことで大いに刺激を受けている。

■B-1グランプリin横手の開催

平成21年9月19日・20日には、全国B級ご当地グルメの祭典「B-1グランプリin横手」が開催された。開催にあたっては、横手やきそば暖簾会・横手やきそば研究会・横手市観光協会・横手商工会議所・横手青年会議所・秋田県・横手市等の関係機関が連携し、実行委員会を組織した。また、市民ボランティアを含む延べ1200名のスタッフに協力をいただき、まさにオール横手で大会を運営した。



◆26万7千人が来場



◆B-1 グランプリの閉会式

横手大会の特徴としては、2会場の分散開催を行ったことが挙げられる。郊外の観光施設の駐車場と、中心市街地の道路を通行止めにし、市内2箇所に特設会場を設営した。中心市街地特設会場は、地元への波及効果を狙ったもので、 実際に期間中の中心市街地は人であふれかえった。

また、チケット方式にも一工夫している。100円単位の金券が10枚綴りになったチケット方式を採用。B-1グランプリに出展の料理の他、会場内のドリンクコーナー、地元料理を紹介・販売する併設イベントの会場、地元商店街、お土産売場、近隣の道の駅でも共通利用可能とした。さらに、B-1グランプリ終了後も一定期間利用可能としたため、大会で利用しきれなかった来場者は、後日チケットを地元商店で利用したのである。一種の地域通貨として利用され、横手市に経済効果をもたらしたこの方式は、横手大会以降、各地のイベントで採用されている。

このB-1グランプリin横手には、26万7千人という横手市の人口の2倍以上の来場があり、横手を堪能いただいたものと確信している。

来場者の投票の結果、ゴールドグランプリに横手やきそば暖簾会・シルバーグランプリに八戸せんべい汁研究所(青森県八戸市)・ブロンズグランプリに津山ホルモンうどん研究会(岡山県津山市)がそれぞれ輝いている。

■B-1グランプリin横手の効果

事前告知をはじめ、大会の期間中、全国のマスコミが横手に多数詰めかけた。この大会が、放送・紹介された回数は、全国的なものを含め、テレビ50回以上、ラジオ9回以上、新聞40回以上、雑誌34回以上に上り、結果として、秋田県横手市という地名・情報が多くの方の目や耳に触れ、開催前とは比べ物にならないくらい横手市の知名度は向上した。以前の「かまくらのまち」というイメージから、今や「やきそばのまち」が定着するまでになった。

大会開催による直接的な経済効果は約13億円、大会開催後8ヵ月間でもたらされた効果は、観光客の増加や、やきそば麺の売上増加等により、約34億円と推計されている。

また、B-1グランプリをきっかけに県内各地で、地元の食をツールにまちおこしを行う団体の活動が活発になり、秋田県「食」のネットワーク協議会(通称:FOODPROあきた)が、平成22年6月に発足している。各団体が、イベントに相互出展し、情報発信を共同で行うことにより、話題性や発信性を高めている。全国的に見ても県単位でネットワークを構築している事例は珍しい。

■北海道・東北B-1グランプリin横手

平成22年10月24日・24日に開催された北海道・東北B-1グランプリin横手は、過去の全国大会のゴールドグランプリ獲得の4団体が勢ぞろいすることなどが注目を集め、来場者数12万4千人、横手市への経済効果は約6億1200万円と推計されている。

B-1グランプリin横手が開催された効果はここでも現れている。大会運営には、横手市に蓄積されたイベントノウハウが活用され、B-1グランプリin横手をきっかけに連携が始まった団体との協力、延べ500名のボランティアを含めたスタッフの協力があった。

■地域を元気にするために

横手やきそばをキーワードに展開してきた活動であるが、この盛り上がりを一過性のブームにしないことが必要だ。秋田県や横手市では、横手やきそばの活動をきっかけに、FOODPROあきた等に見られる、地域を活性化させようという動きが活発になってきている。市としては、そのような活動を後押しし、各団体と協力・連携しながら、地域が元気になる話題を作り、情報を発信していくことが重要になる。

また、この「横手やきそば効果」を、他の産業にどれだけ波及していけるかが大事だろう。決して、やきそばを売ることが目的ではなく、我々の活動は地域を売ることなのだ。

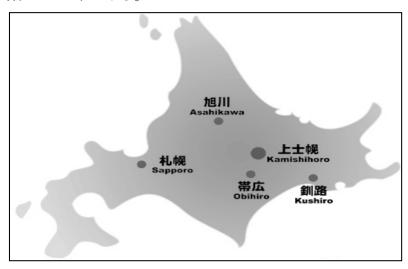
他の埋もれた地域資源の発掘も必要と思われる。すぐに効果は現れないかもしれない。何しろ、横手やきそばは、10年活動して、やっと地域に効果をもたらすようになってきたのだ。そんな第二・第三の横手やきそばが、合併して大きくなった横手市には、きっと眠っているに違いない。それらを発掘し、磨き上げ、汗をかき、知恵をしぼり、地域の情報を全国に向け発信していきたいと思っている。

第3章 上士幌町の取組

石井 あゆ子

I 北海道上士幌町の概要

日本の一大食糧基地・北海道十勝地方にある上士幌町は、人口5,192人(男2,519人、女2,673人、2011年1月末現在)の酪農業・観光業を基幹産業とした町である。



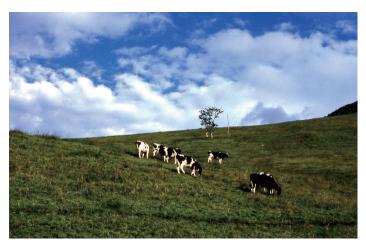
北海道上士幌町の位置

十勝平野の北部、大雪山国立公園の東山麓に位置し、東西に18.2km、南北に48.0km、面積は695.87km2と広大で、その約76%が山林地域であり、農用地が14%を占めている。また、町には主要な国道が2本(241号、273号)と多数の道道が通っており、十勝地方の中心地である帯広市までは、国道241号を通って、車で約40分程度(約38km)で行くことができる。



上士幌町へのアクセス方法

● 町を支える最も大きな基幹産業は、ジャガイモ・豆・小麦・ビートなど の畑作と、日本最大の公共育成牧場「ナイタイ高原牧場」に代表される 酪農である。農家戸数は約170戸、農家一軒当たりの耕地面積が平均50ha以上と非常に大規模であり、町の農業総生産額は1年で約130億円にのぼる。近年は、十勝ナイタイ和牛や十勝ハーブ牛といった食肉のブランド育成にも力を入れており、畜産も盛んになりつつある。



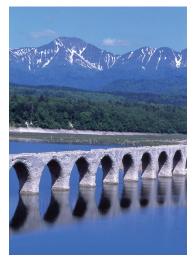
広大な面積を誇るナイタイ高原牧場

一方で上士幌町は、十勝管内では珍しく、観光業も大変盛んな町である。



北海道バルーンフェスティバルの様子

年に2度(夏と冬)行われるバルーンフェスティバル(熱気球の大会)では、 全国から熱気球愛好者や観光客が多数訪れる外、北海道遺産である旧国鉄士幌 線コンクリートアーチ橋梁群には、古代ローマを思わせるタウシュベツ川橋梁 中心に、近年、多くの観光客が訪れている。



一番人気のタウシュベツ川橋梁

町内の主要道である国道273号線は、上士幌町と上川町を結ぶ、大雪山国立公園を巡る自然好きには堪らない主要ルートである。そのうち、ひがし大雪エリアに当たる、上士幌町の市街地から北海道一標高の高い三国峠までの標高差は約700mあり、一つの町で、広大な農村風景から、白樺が青空に真っ直ぐに向かって伸びる雄大な山林風景が楽しめる珍しいエリアでもある。

また、このルートの途中には、全ての宿が源泉かけ流しを誇る温泉街・ぬかびら源泉郷があり、秋には、山もみじ等雄大な紅葉も楽しむことができる。

Ⅱ 上士幌町のまちづくり

上士幌町では、まちづくりのコンセプトとして、「スロータウン」という考え 方を取り入れている。都市部が持つスピード感や利便性、大量生産・大量消費 といった特徴に対し、上士幌町が持つ、豊かな自然環境や農業、歴史文化など の特徴を生かして、これからのまちづくりを推進しようという考え方である。



スピード社会とスロー社会のイメージ図

東京はスピード社会を象徴する都市だが、上士幌町はその対極として、「自然景観・環境、農林業・食文化、ゆとりや癒し」など都市にない魅力を磨き、まちづくりを進めている。また、その方策として、移住・定住・二地域居住や農林商工連携等を通じた「都市と農村の交流促進」に大変力を入れており、「健康・環境・観光」をキーワードに、「産・官・学」連携のもと、様々な事業を展開しているところである。

Ⅲ 「食」による地域活性化の取り組み

①まちづくりにおけるICT戦略

上士幌町では、「都市と農村の交流」を促進するため、ICTの活用に力を入れている。和歌山県北山村が開発したシステム(村ブロ http://www.murablo.jp/)を活用し、自治体運営ブログサイト「かみしほろん. c o m」(http://www.kamishihoron.com/)を平成20年12月1日から運用しており、地域の様々な情報や移住に関する情報を提供している。



かみしほろん. com

平成23年2月1日現在、会員数は約390名(町民はもちろん、町外・道外からの参加者も多数)、開設ブログ数206、一日のアクセス数は約50,00PV、一日のアクセス人数は約2,500PVとなっている。

上記ブログサイトの外、まちづくりにおけるICT戦略として、twittererにもいち早く取り組んでいる。ブログ上の更新記事は、twitterとも連動しており、平成22年7月、JOIN(移住・交流推進機構)が実施した調査によると、調査対象自治体(42都道府県、927市町村)のうち、ツイート数第一位(@kamishihoron、非公式)になったこともある(yahooニュースでも取り上げられる)。

②ICTを「食」による地域活性化に活用

このように、まちづくり全般にICTを活用する中で、「都市と農村の交流」の新しい切り口として、農林商工連携事業の展開が活発化する。

上士幌町では、平成21年度から、農林畜産物をはじめとする豊富な地域資源を活用し、地域の強みを生かした新たな商品やサービスの開発、販路開拓など、産業間の連携により新たな事業への進出や起業の取り組みを支援し、地域経済の活性化を図るため、「農林商工等連携促進事業」を創設し、財政的な支援を行ってきた。

さらには、このような事業で生まれる息吹を生かし、継続的に発展させるため、一次産品を用いた商品開発やビジネスモデルの構築等の専門知識を持つ人材を、平成22年度から上士幌町商工会に配置(農林商工連携専門員)している。

また、ブログサイト「かみしほろん. com」のシステムを活用し、平成22年8月に、インターネットショップ「十勝かみしほろん市場」を開設し、商工会の農林商工連携員を中心に、販路拡大と情報発信にも取り組んでいる。



十勝かみしほろん市場

③上士幌町の農業の特徴と今後の「食」による地域活性化の課題

前述のとおり、上士幌町の農業は、畑作・酪農共に、大規模経営の農家が多く、他の十勝地方同様、商品をつくるための「原料」を供給する農業経営スタイルがほとんどである。



上士幌町での農作業風景

収穫された作物や搾乳された牛乳は、農協等に集められた後、町外の大きな加工場等に出荷される。よって、町内に、農産品を加工できる施設や工場等はほとんど無く、付加価値の高い商品を町内で開発するためには、加工施設等をつくることから始めなければならない。

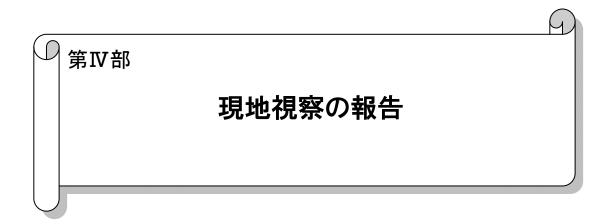
このような施設等をつくるためのコストは莫大であり、完成した商品の販路 獲得等、他の課題も多く、農家個人や町内の商店主等が積極的に取り組むため には多くの壁がある。

これらの課題を解決する大きな一歩として上士幌町で始まったのが、「十勝かみしほろん市場」の取り組みである。

一次産品そのものももちろんのこと、大きな加工施設を持たずに、自前の設備等で開発した小ロットの商品等でも、インターネットを通じて、全国に販売することができる。

現在、農林商工連携専門員が中心となり、販売商品の開拓・開発促進、販路の拡大、観光情報との融合による上士幌町のファン獲得等に積極的に取り組んでいるところだ。

まだまだ始まったばかりのため、売上等、課題も山積であるが、農村地域の新しい取り組みの一歩として、今後の展開に期待したい。



第1章 北海道・東北 B-1 グランプリ in 横手

第2章 岐阜県高山市 宿儺かぼちゃの取組

第1章 「北海道・東北B-1グランプリ in YOKOTE」

1 「北海道・東北B-1グランプリ」について

平成22年10月23日(土)、24日(日)の2日間にわたり、秋田県横手市において「北海道・東北B-1グランプリ in YOKOTE」が開催された。「(社) B級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会」(通称:愛Bリーグ)に加盟する、北海道・東北地方の12団体及びゲストである3団体の計15団体が、地域で愛されるB級ご当地グルメを通じ、自分たちのまちを知ってもらい、一人でも多くの人に足を運んでもらうことを目指し、北海道・東北におけるB級ご当地グルメのグランプリを競った。会場への来場者数は、23日4万8千人、24日7万6千人を数え、計12万4千人が二日間のうちに横手市を訪れ、大会は盛況を博した。

「B-1グランプリ」とは、「B級ご当地グルメの祭典!B-1グランプリ」 の略称であり、安くて旨くて地元の人に愛されている地域の名物料理や郷土料 理を「B級ご当地グルメ」と定義し、その日本一を決めるイベントであり、(社) B級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会と開催地実行委員会との共同開 催で行われ、2006年2月に開催された八戸大会(第1回開催は八戸せんべ い汁研究所が主体となって開催)以降、2010年まで年1回、計5回開催さ れているものである。第1回八戸大会は参加10団体、来場者1万7千人であ ったが、第1回で盛況を博して以降、第2回富士宮大会は参加21団体、来場 者25万人を数え、第3回久留米大会は参加24団体来場者20万3千人、第 4回横手大会は参加26団体来場者26万7千人、そして2010年の第5回 厚木大会は、参加46団体と大幅に増加し、来場者数は過去最高の43万5千 人となった。今回の「北海道・東北B-1グランプリ」は、2009年に青森 県八戸市で開催された「東北B-1グランプリ」に続き開催されたもので、秋 田県横手市が第4回B-1グランプリの開催地、また、第4回でゴールドグラ ンプリを飾った「横手やきそば」のご当地であることもあって、今回の開催に 至った。「北海道・東北B-1グランプリ in YOKOTE」は、来場者12万人 を数える中、北海道北見市オホーツク北見塩やきそば推進協議会「オホーツク 北見塩やきそば」がブロンズグランプリ、青森県八戸市八戸せんべい汁研究所 「八戸せんべい汁」がシルバーグランプリ、そして青森県十和田市十和田バラ 焼きゼミナールの「十和田バラ焼き」がゴールドグランプリを獲得した。本稿 では、「北海道・東北B-1グランプリ in YOKOTE」の視察を通し、食を活 用した地域活性化について検討する。

2 北海道・東北B-1グランプリ in YOKOTEにおける取組







北海道・東北B-1グランプ リ第2会場では、愛Bリーグの 北海道・東北支部に加盟する1 2団体が出店した。各店舗が食 によるまちおこしで鎬を削る 横で、「FOOD PRO あき た!」として、秋田県「食」の ネットワーク協議会に加盟す る団体による、秋田県内のご当 地グルメを提供する屋台が軒 を連ねていた。秋田県「食」の ネットワーク協議会とは、秋田 県内各地で愛されているご当 地グルメによって「食」でまち おこしを目指す団体のネット ワークであり、愛Bリーグと同 様、「食」を用いたまちおこし を行っている。

B-1グランプリの開催にあわせ、開催地域、開催県内によるまちおいる「食」によるまちおべる。気」を行っているの日本のいる。第1(ないでは、「F-1(は、「F-1(は、「F-1(は、が開催をでは、「F-1(はでは、が開催をでは、が開催をでは、が開催をでは、が開催をでは、が開催をできたが、富士宮が連携し、「食をできた。」をもいた。

また、B-1グランプリの第4回横手大会においても、秋田A-1フェスティバルが開催され、秋田の伝統料理だけではなく、特産品ブース、伝統芸能のステージイベントやきりたんぽ作り等の観光体験コーナーを設けるなど、「食」により地域の魅力をアピールするB-1グランプリの横で、「文化」による地域のアピールを行っている。



また、北海道・東北B-1グランプリ in YOKOTE は、JR奥羽線横手駅を出てすぐの駅前広場を第一会場とし、駅から徒歩5分ほどの大通りを、車両の通行を禁止することによって第2会場とした。駅から第1会場を通って第2会場に至までには、横手市の商店街等を通り抜けていくこととなる。

第2会場の通り沿いには、B-1グランプリの実行委員会が控える横手市役所、ふれあいセンターかまくら館のほか、洋菓子店をはじめ地元の商店が建ち並んでおり、また第1会場は駅前の商店街で設置された。このように、開催地の商店街付近、まちなかに会場を構える例は他のグランプリにも見られ、第2回富士宮大会においては、大会は富士山本宮浅間大社周辺で開催され、大社周辺には商店街が立ち並んでおり、また第3回久留米大会においても商店街の中の広場を会場としていた。



北海道・東北B-1グランプリにおいては、食券制が活用された。食券は、北海道・東北B-1グランプリ会場だけではなく、同時開催されている「FOOD PRO あきた!」や、大会終了後にも横手をで利用することが出来、一種の地域通貨のように利用できるが出来、一種のようになっていた。B-1グランプリ第4回横手大会、第

5回厚木大会においても、購入した食券が同時開催の開催県PRイベントや、 大会終了後の地域の協力店における利用が可能となっていた。このように、食 券を地域通貨としても活用できるようにすることは、使用者の利便性だけでな く、余った食券を利用するため再度横手を訪れる契機を作る等、地域経済への 波及にも効果があるものではないか。

B-1グランプリは、「食べ物」を売るイベントではなく、「地域」を売り込むイベント、食べ物を使って町を売るイベントである。そのため、地域の食、まちをアピールするために、各団体が様々な形でパフォーマンスを行っている。今大会にそれでしても、第1会場、第2会場内にそれぞれステージが設けられ、出場団体がユニークな格好、方法で、出りの地域、B級ご当地グルメをアピールしていた。





3 B-1グランプリの取組から考えるこれからの地域活性化

今回の「北海道・東北B-1グランプリ in YOKOTE」の視察から、「食」を通じた地域活性化にどのように取り組むべきかを考察したい。

B-1グランプリは、B級ご当地グルメの日本一を決める一大イベントとして近年評判を集めている。そういった一般的な認識がある一方で、開催側である愛Bリーグの憲章では「地元の人々に愛されているB級ご当地グルメを通じ

て、地域全体の魅力を楽しくわかりやすく伝えていきます。売るのは料理では なく地域です。」とうたっており、開催者側の基本理念は「まちおこし」である。

B-1グランプリでは、まちおこしのツールの一つとして生活に身近な「食」を活用しており、現地でB級ご当地グルメを食べてみたい、現地を訪れてみたいと思わせる契機を作る取組を行っている。観光庁の統計では、旅行に期待することとして「旅行自体の楽しみ・おいしい食事」が回答の5割を占めており(平成22年度観光白書)、「食」によるまちおこしは有効な地域のアピールポイントとなり得るのではないか。

一方で、B-1グランプリは飲食店の参加を認めておらず、活動しているのは飲食業を主としていない人々である。そのような活動が成功するのは、「食」を売るのではなく「まち」を売るからであるという。愛Bリーグ事務局長の俵氏は「何故うまくいっているかというと、食が先ではなくまちおこしが先だからである。もともとまちおこしをしようと考えた方々が、食ではなくまちを売るという理念を持っているからこそ、継続的かつ工夫を凝らした情報の発信ができる。」と語っている。事実、B-1グランプリに参加している団体は、自ら仮装し、また集まった応援者がB級ご当地グルメの歌を作成して応援したりと、工夫を凝らしてPRを展開している。

また、このような取組ができるのは、「まちおこし」をしたいと考える人々を結びつける「地域に愛される食文化・食材」があったからこそであると考えられる。食によるまちおこしを行うために、B-1グランプリのようなイベントを開催するに際しては、地域住民の協力は不可欠である。第 4 回B-1グランプリや、北海道・東北B-1グランプリ in YOKOTE においては、横手やきそばを応援する横手やきそば暖簾会や地元商工会が開催をバックアップしたことにより、成功を収めている。また、地域で愛される食をテーマにしているからこそ、同じ食べ物を愛する人々が集い、歌を作る応援者、仮装する応援者など取組が多様化し、また継続的になっているのではないか。

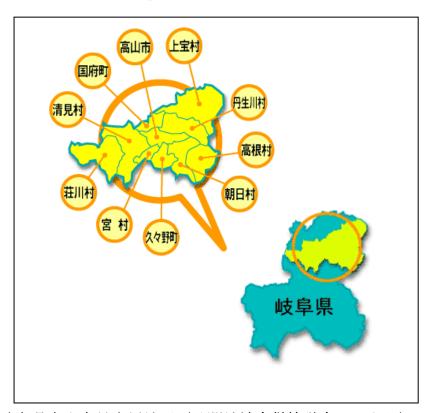
「食」による地域活性化は、あくまで「食」というツールを活用したまちおこし活動であり、食べ物を売るための営業活動ではない。持続的かつ創意工夫に富んだ活動を行うためには、「まちおこし」こそ活動の目的であるという理念を明確にし、そのために、「地域住民が愛する」食文化を活用することが重要であると考える。

第2章 高山市 宿儺かぼちゃの取組

石井 あゆ子

I 宿儺かぼちゃブランド化推進の取り組みについて

岐阜県高山市丹生川地域は、平成17年2月1日に誕生した新・高山市(高山市、丹生川村、清見村、荘川村、宮村、久々野町、朝日村、高根村、国府町、上宝村の1市2町7村が合併)にある、旧農家の歴史的な集落景観の保護・保存と景観保存地区の形成、飛騨エアパークの多目的活用を進めるなど、農業と観光・交流が盛んな地域である。



岐阜県高山市丹生川地区(飛騨地域合併協議会HPより)

今回の視察の主役である宿儺かぼちゃは、この丹生川地域で栽培されているかぼちゃである。もともと、宿儺かぼちゃは、数戸の家庭で自家消費用に栽培されていたヘチマ形のかぼちゃで、平成13年に地元出荷組合が試験栽培に取り組んだことを契機に生産拡大につながった。

当時の丹生川町では、地元の伝説の人物「両面宿儺」を起用した地域おこしに取り組んでおり、そのことから「宿儺かぼちゃ」と命名された。

翌、平成14年には、丹生川宿儺かぼちゃ研究会が設立され、現在、この研究会は、会員数210名(平成22年)にのぼり、今回、視察として参加した

宿儺かぼちゃツアーも、同研究会が主催している。

取り組み以降、珍しい形やホクホク感が強く、なめらかで甘いこと等が評判となり、JAひだを通じて各市場に出荷されるようになる。さらには、地元直売所や量販店でも販売されており、飛騨高山の新しい特産品として、現在、注目されている。但し、残念ながら、関東以北では、ほとんど出荷は見られない。

このような一連の宿儺かぼちゃの取り組みをさらに促進するために、平成 20 年度より、農林水産省の「農林水産物・食品地域ブランド化支援事業」として推進することとなり、効果的なマーケティング、品質の向上等、ブランド化に向けて、食総合プロデューサーの金丸弘美氏(当研究会委員)による一貫したアドバイスを受けている。この事業は、3カ年をもって終了となることから、今年度は、最終事業年である。

Ⅱ 宿儺かぼちゃツアー

平成23年1月23日(土) 11時、JR高山駅前に、宿儺かぼちゃツアー参加者は集合した。宿儺かぼちゃと大きく書かれたのぼりを持った高山市役所 農政部農務課の職員とJAひだ職員、そして、宿儺かぼちゃ研究会の会長らが 笑顔で出迎えてくれた。

このツアーは、農林水産省の「農林水産物・食品地域ブランド化支援事業」の事業の一環であり、宿儺かぼちゃのブランド化に取り組む宿儺かぼちゃ研究会が中心となり、市役所や関係諸団体の協力の下、開催されている現地集合のツアーである。参加費用は、1人当たり宿泊費込で1万5千円である。

参加者は、北は北海道から南は鹿児島まで18名が参加していた。参加者の特徴としては、以前に開催された産地見学ツアー等に参加したことのあるリピーターがいたこと(相当な宿儺かぼちゃファンと見受けられる)や、同じ岐阜県内からの参加者も数名見られたことである。同じ岐阜県でも、町が違うと、意外に知らないことが多いという。

マイクロバスに搭乗した参加者は、丹生川地区に向かう。途中、研究会会長の若林氏より、簡単に丹生川地区と宿儺かぼちゃの説明があった。

ツアーー行は、宿儺の湯にて昼食をとり、飛騨大鍾乳洞を見学、その後、宿 儺かぼちゃ研究会メンバーのしいたけハウスに立ち寄り、飛騨やまっこ(特産 しいたけ)の収穫体験を行った。その後、旧農家の伝統的建築である大谷家に て、花もち作りと交流会を行った。



宿儺かぼちゃツアー2011の参加者



しいたけ収穫体験の様子



花もちづくりの様子

今回のツアーは、宿儺かぼちゃツアーであるが、冬期のため収穫時期ではないことから、直接、宿儺かぼちゃとふれる機会ほとんど無かった。しかし、宿 儺かぼちゃによって、丹生川地区の地域活性化に取り組む人たちには、たくさ んふれ合うことができた。

夜の交流会の席では、ツアー参加者全員と、研究会や農協、市役所支所職員等、丹生川地区の皆さんが食事をしながら打ちとけ合った。食事のメニューは、ほとんどが地場産品で作られており、調理法等も、丹生川地区に伝わる伝統的なものであり、参加者の目を引くものばかりであった。特に、もちつき体験は大変な盛況で、都市部からの参加者や子どもたちは大喜びでもちをついた。ついたもちは、研究会女性部の皆さんと参加者が一緒になって丸め、作業中、様々な世間話をすることで、さらに打ち解けることができた。



もちを丸めている参加者と農家の女性

交流会の最後には、研究会や関係諸団体の方たちのご厚意により、参加者全員に、飛騨の特産品が当たるあみだくじ大会が行われた。参加費が1万5千円と格安にも関わらず、スタッフの皆さんの温かなおもてなしの心が伝わってくる一場面であった。

この交流会の席では、今回のツアーを企画・運営した様々な人たちと意見交換することができた。筆者が特に印象に残っているのは、宿儺かぼちゃ研究会会長の若林氏のお話である。若林氏は言う。

「一連の宿儺かぼちゃの取り組みは、宿儺かぼちゃをブランド化して、売り出すことも目的としているが、一番大切なことは、このかぼちゃを栽培している丹生川地区の人たちが元気になることである。今回のツアーに参加しているスタッフの多くは、農業は子どもたちの世代に任せて、割と時間を自由に使えるが高齢である。ツアーを通じて、他所の地域の人たちと交流することで、私たち自身も元気になれる。」



参加者の前であいさつする金丸氏

本来、ブランド化推進事業は、商品を市場に拡大することを目的に行われる 事業であろう。しかし、丹生川地域の実態は、単に経済的に地域を活性化する ことではなく、都市と農村との交流を促進することで、これまでにない新しい 人と人のつながりでき、このことによって、地域が元気になる効果を上げてい た。参加しているスタッフの皆さんは、一様に大変元気で、筆者の目には、経 済的な効果よりも、むしろ、人との交流による効果の方が大きいように見えた。

このツアーを含め、宿儺かぼちゃのブランド化事業は、今年度をもってひとまず終了する。今後、このような取り組みを継続するのか、高山市役所農政部農務課の職員にヒアリングしたところ、事業の継続が丹生川地区の住民にとって、とても重要であることは十二分に認識しているものの、国費に頼らず、高山市の自主財源だけで、同規模の事業を支援することは困難であるとの回答を得た。

丹生川地域は、宿儺かぼちゃの取り組みだけでなく、農業経営も比較的安定している地域であるという(スタッフとして参加した農家の方の話より)。よって、今回の一連のブランド化の取り組みが、新しい雇用をいくつも生み出したり、爆発的な経済効果を生み出したとは言えないと筆者は思う。しかし、元々安定した農業経営を背景に、これまで取り組んだことのないブランド化事業に取り組むことで、それらに携わる人たちに生きがいを与え、高齢化した農村地域に元気をもたらしていることは必見に値する。

地域活性化と一言で言うと、何だか簡単なようにも聞こえるが、何をもって 地域活性化とするのか。日本中のそれぞれの地域によって、背景が異なる。ま ずはその目標を明確に定めることが重要なのではないか。

今回の視察でわかったことは、特に高齢化した農村地域の地域活性化を考える場合、各々の農家の経営がどのような状況かによって、目指すべき地域活性 化の目標が大きく異なってくるということである。農産品を使用した商品開発 や販路拡大等の経済的な活性化を目標にするのであれば、その分野の専門家に

- 一部手を貸してもらったり、国の補助事業等資金の援助が必要になるだろう。
- 一方で、交流人口を増やす等であれば、地域の人たちが手を取り合い、地元ならではのおもてなしの精神をもってできることもたくさんあるはずだ。

そういう意味で、今回の丹生川地域の今後の取り組みがどうなっていくか、 気になるところである。

第Ⅴ部

食を通じた地域活性化の取組 に関するアンケート結果

+ 食を通じた地域活性

7 ①地域資源活用促進法に基 づく認定 --(②NPO法人北海道遺産協議 会「ムラの宝物」として登 録

地域資源活用促進法に基づ く認定

第23回空知信金ふるさと づくり貢献賞 (H22年3月)

第47回(平成20年)農林水 産祭内閣総理大臣賞受賞 (園芸部門)

<u>=</u>

本取組が地域活性

本取組を推進してN、 の場合、主体的役割 表彰歴、地域団体商

[北海道]

E E 4

100	素材の融	車	セールスポイント	市町村名	開	能		表彰歷等
地ば用 元約 確を	産をも		こだわり	空知管内及び 雨竜郡幌加内 町	% ↑ ↑ ↑	式関係者相互の連 国 と。 ックや各種イベン・ E知」及び「空知 1名度が向上し	(単一) (単一) (単一) (単一) (単一) (単一) (単一) (単一)	
夕張市	l In	3,700 (単力 の世帯が (重報の)	厳正な品質管理と検 査のうえ、生産・出 日、荷される日本を代表 程・するメロン	夕張市	10年以上	日の	業協同	昭和61年 北海道産業貢献賞受賞
を 単地	田	- 80 ₩ 4	業頃焼き鳥はレバー やハツ、玉子、皮な やハツ、玉子、皮な 日 どさまざまな部位を 程 1 本の串に刺して焼 度 < 「モツ串」が特徴	美頃市	10 中 十	「焼き鳥といえば美唄焼き 医間のみ 鳥」というように、美唄市の 知名度が向上した。 Ofばい焼	机	
米世	美質	441 11 11 14	地場産米に鶏肉やモンを入れた醤油味で、中村は域の各家 で、中村は域の各家 庭に代々皮・特数がれ てきた郷土の味を商品の	美祖市	10年以上	①地域内及び消費者との交流 民間のみの場が創出された。 ②特権品として市の知名度が、ながむ5 向上した。	بر جر ک	北海道産業貢献賞 (H14 年)、カが村は美しく一北 海道運動第2回コンクール 地域特産部門銀賞 (H16 年) 他
本に		一人一 500	炭鉱で栄えた時代に 食べられていた鍋田程産産産産産産産産産産産産産産産産産産産産<td>赤平市</td><td>3~5米</td><td>41%</td><td>展間と行政の協 働(民間主導) 赤平の食を考え る会</td><td></td>	赤平市	3~5米	41%	展間と行政の協 働(民間主導) 赤平の食を考え る会	
元か	地元の薬 種から件	270ml 700	地元産の安全安心な 菜種油 円 程 産	世三 輿	- - - - - - - - - - - - - -	作付面積日本一の海川市のP 民間と行 R (行政 3.A	民間と行政の協働 (行政主導) 引 A	
表と元使	小 あた かた 他 元 の を 使 用 数 が が が が が が が が が が が が が が が が が が		地元原料を使用した 安心安全 円 程 産	世三 輿	- ↑ ↑ 推 - ↑ ★ 推	市民グルーブによる商品の開 民間 発 市民	最高部一一一	
		500g 600∼	味付け ジンギスカン 発祥の地 田 程 歴	七三 演	10年以上	(4)	1	北海道遺産に認定
-E *ml	道内産等		かつて、肉体労働を する炭鉱労働者等の 円 疲れを癒した、各店 程 が競い合って生まれ 度 た美味しさです。	砂川市	5~10 新希米	砂川市と言えば、「お菓子の 民間、 まち」というように、知名度 働 (が向上し、まちのイメージ アップにつながった。 商工3	民間と行政の協 働(民間主導) 商工会議所	
出き	地元産野 菜を使用	350~ 700	地元の漬物名人が 作った昔ながらの味 円 程 度	歌志内市	3~5	各種イベントの出店により市 民間。 の知名度が向上した。 働 (f	民間と行政の協働 (民間主導)	
账 無 無		5kg2, 09 0 10kg4, 1 80円	が特徴であままち」 が4年後、投いた後で も、かっくのとした 食感と粘りが長祎 するのでお弁当やお にぎりにもだっすり です。	光 二 宗	5~10 米	反間のみ . Mきたそ	民間のみ JAきたそらち	
※三座	趣	1000円 以不	地元で生産される良 質・良食味な、米と そばを活用した新ご 当地グルメ	※三十	3~5米	展	民間と行政の協働(民間主導)	

(①農商工連携88選 (平成20 年17別表の会) ②農商工連携ペストプラク ティス25選定

帐	⊕で②会録	若へ 基認	能し		ļ	雅種。 4.然園							<u> </u>		⊕年②テ農江農 イ		ļ	
形態	民間と行政の協働(行政主導) 働(行政主導) ふかがわ地域資源活用会議	民間と行政の協 働(行政主導) ふかがわ地域資 源活用会議		民間のみ 町内の製造5社 氏	民間のみ 個人	民間のみ 衛艦沼ワイナ リー	民間と行政の 働(民間主導	イベントについては実行委員会 ては実行委員会 民間と行政の協働(民間主導)	Mきたそらち北 竜支所 同間 (作助のお)	氏間と行政の協働(民間主導) 雪中米ファンクラブ	民間のみ 商工会議所		民働ス	さっぽろ推進協 議会	民間と行政の協 働(民間主導)		民間と行政の 別(民間主導 ・当品が止え	(1)
経済効果以外の効果	をという。	リんごの産地としての再認識 につながり、リんごへの関心 が高まった。	アまご開イにん発	長沼町の米を使用し、地産地 消の推進PRとなった。	特産のトマトジュースとの相乗宣伝効果	①ぶどうを活用した新たな特産品開発の促進 ②ワインブームにも後押しさ れた認知度の向上	開催口	と地 者な	消貨者の顔の兄ろきるようになった きるようになった 竜 = 「ひまわり」 ジをより深く浸透 となった	○5年75月 ②町内外へ沿田町産「雪中米」のPR	若手を中心に商業・農業・行政等の異業種連携が図られたこと		①札幌の高度な都市機能と自然が調和した街並みや、北海道の冷涼な気候などで「さっぱって、	にまるメーツ」の認知があ がった。 ②スイーツの消費拡大により、札幌の食産業の技術等の 底上げを図っている。	①地場産小麦を利用すること Fで小麦の生産量が増大。 で小麦の生産量が増大。 の輸入小麦を使わないことで ロレドマイレージ(食糧輸送	③農商工連携88選に選ばれたことで行政視察が増えた。 ことで行政視察が増えた。 ④「麦の里えべつ」としての 知名度向上	①千歳市の特産品ヒメマスのPR	(シノキヒメ(採部後のヒメベス~ほっちゃれ)の有効活用
	₩₩2~5 ₩	3~5 米	- 件框 - 件框	3~5 米	井瀬 米	10年		-H	5.件框	件 推	件	框	5	○ * * *	01~± ##	握		十 年 来
市町村名		世三 账	田 一 田 一 田 一 田 一 田 一 田 一 田 一 田 一 田 一 田 一	長沿町 (2)	一	E 田無	il i		北竜町	量 田 煕	E E	î İ		L幌市	2別市			十歳十
セールスポイント		発酵の過程で生まれる天然の微炭酸	地元の商業高校生が企画・開発した商品の画・開発した商品	社氏自身の作った米 を使用している点	月形産のトマト、トマトジュースを使用	ぶどうの栽培面積日本一。 本一。 国内では珍しい大型 1収穫機有り	国味の強い希少種。 そば通の間では人	z 生產情報公表農産物 JASを取得し、生産履	(権) (本) (本) (本) (本) (本) (本) (本) (本) (本) (本	J 24年以后にあり、 月1回地元産米を無料で食せる	①米の消費拡大や米 粉を身近なものとす るため米粉を活用 ②地元の若手菓子業	づくりを担う地域の 管理栄養士数名が中 でとなり考案	安心安全な原材料の 宝庫である北海道の 原料を使用		①市民と産学官の連 携組織である「江別 人前700円 経済ネットワーク」 程度 内から生まれた取組 で、家干し麺み	2 ②麦の生産→製粉→製麺を全て江別で行っている。	①これまで、あまり 使用されていなかった探卵後のヒメマス	を自効応用している。 (る) (2)使用する食材は、 地元産を極力使用することを義務がはている。
庫 単価	無無 5000 5500 数 五階極	り 1735 本 日曜報	の 180g 220 220 220 M型田	** 300 	800	トレイン1 (720ml 円 mm) (m	1, 500 1, 500	T. 200	m	* *	- 1個 - 1個	(400 + +	な料理 大品を 大品を の 日間を 日間を 日間を	04			A A A A A A A A A A A A A A A A A A A
素材の産	地米 元を の使	者 に い で し か し	町原たり特ん内木けこ製産しをんう	格 を 単 の 出 の に の に の に の に の に の に の に に の に	正 思	職 正 子 子 子 か り り り り り り り り り り り り り り り り	市業 二二四日 二日日 二日日 二日日 二日日 二日日 二日日 二日日 二日日 二日	 <u>₹</u>	光米 衛 臣	地 出 産	老 形 本 を を を を を も を も を も を も を も を も を も を	E	ラルク	くとなる では過少 で原理を は対め は対対	対 素 を を を を を を を を を を を を を		-	文との使効メ親用が水線用が水線に
食の名称		C10 1/2	曲 うどか いた け	どぶろく	月 の し い ト イ ト し い し し し い し い し い い い い い い い い い い	らしるインシャ		±	ひまわりライス	* * * ** **	雪だるま	(東)		さス し イ ほ ー ろ ジ	江沼小凌			女キ玉添とし 湖メイ
				表彰歷等		昭和61年 北海道産業貢林賞受賞 		北海道産業貢献賞 (H14 年)、わが村は美しく一北 海道運動第2回コンクール 地域特産部門銀賞 (H16 在) 地				北海道遺産に認定						
		あった (1000)	⊒ .°	形態 民間と行政の協 軸(行政主導)	Ē			民間のみ なかむらえぶろ ん倶楽部	民間と行政の協 働 (民間主導) 赤平の食を考え			市民グループ 民間のみ	民間企業	民間と行政の協 働 (民間主導) 商工会議所	民間と行政の協働 (民間主導)	民間のみ JAきたそらち		民間と行政の協働(民間主導)
ア結果	が た (さい)。 回答願います。	ソト、主に地域活性化の効果があった な全市町村を、県全体での取組の	C、 なが必要以外のもの20分れは毎回台襲い来す。 題いまで、(ヤー)。「医国の分」があいは「医国主導」 移や離放場についても他回答題います。 じたは域活在化に資する実績があれば種回答題います。	経済効果以外の効果・地域のそば関係者相互の連 推が宣まった	・ガードブックや各種イベン・ガードアックを各種イベントによる「空知」及び「空知のそぼ」のそぼ」の知名度が向上した。	言えば夕張メ ように夕張市 ごた	「焼き鳥といえば美頃焼き 鳥」というように、美唄市の 知名度が向上した。	①地域内及び消費者との交流 の場が創出された。 ②特産品として市の知名度が 向ト1.ナ.	いろんな場面でのPRにより、赤平の食はがんがん鍋という、手の食はがんがんがあいましています。	コーウィ。 作付面積日本一の滝川市のP R	市民グルーブによる商品の開 発	ジンギスカン丼など地元飲食		砂川市と言えば、「お菓子6 まち」というように、知名店 が向上し、まちのイメージ アップにつながった。	各種イベントの出店により市 の知名 度が向上した。			
J	質を通じ ノイヘル サせん。 ニエで鎖	スポイン の 調 で で 調 に	外のも5)。「E いても1 に資す3		3~5 米5	10 以 上	10 以 上	6.以 种刊	% ₩ % **	₹ ~#	摇	(十捤	10 万 十	5~10 米米	3~5 米5	2~10 #*	(十 <u>框</u>	3~5 米
るアンケ	ルメ振興等、1 段に行を追加(頂いても構い言 適宜照会されが	単価、セール)ます。)果のあった場	、 経済効果以 割います (択一)でや構成等についたな構成等についた地域活性化	中町村名	空知管内及び 雨竜郡幌加内 町	夕張市	美順中	無過十	赤平市	七二娘	# = #		七三浬	砂川市	聚志内市	# 三 別		张 一
性化の取組に関す	角のブランド化やご当地グルメ振興等、食を通じた地域活住化こうさ、値回答顧います。 ・他のお親います。 相限はありません(衛置下級に行を追加してください)。 出していない事例を側回答[編/7年稿/5世分 情報を有している場合は、適宜概念された上で御回答顧います	本で、「本のの大きなのです。」で、「大きなのです。」で、「大きなので、「大きなのです。」で、「大きなので、「大きなので、「大きなので、「大きなので、「大きなので、「大きない」で、「大きない。」で、「大きない。」で、「大きない」で、「大きない。」で、「大きない」で、「ない」で、「大きない」で、「ない」で、「大きない」で、「ない、「ない、「ない、「ない、「ない、「ない、「ない、「ない、「ない、「ない	5年によんこうして必乗の中で、終済必乗以外のよのかあれば毎回台票でしてもあるいで、といる形態によっして韓回送職います(択一)。「氏間のみ」をないはの発動で無度であっても朝回登職います。 16発動を果だす 民間結構の名称や構成等についても朝回登職います。 16年前標の登録など、食を通じた地域活性化に資する実績があれば御回	セールスポイント 地元産へのこだわり		厳正な品質管理と検 査のうえ、生産・出 荷される日本を代表 するメロン	素児焼き鳥 ロンパー やハツ、 エチ、 皮な やハツ、 ま子、 皮な 田 どさまざまな部位を 程 1本の 串に刺して 焼 度 < 「モツ串」が特徴		品化 炭鉱で栄えた時代に 食べられていた鍋	地元産の安全安心な 菜種油	地元原料を使用した 安心安全	来付けジンギスカン	発件の地	かつて、肉体労働を する炭鉱労働者等の 1 疲れを癒した、各店 1 が競い合って生まれ 度 た美味しさです。	地元の遺物名人が 作った昔ながらの味	「美味しさ長持ち」が特徴。炊いた後でも、ふっくらとした		
5性化	、	3いた8 2番題間 1カたる 2110人原	5年15k 7人いる 3役割を 1体商場		円程度	C 九の 円程度	円程度	^細 岩	E #		程度 日	程度	円程度	日程度	- 円程度	!	- -	E

	€ 02₩	素材の産	題	サードンポイント	市町村夕	景	经路均里以外仍约里	12000	2000年度
	マツカワ (王鰈)	元 日 元 日 本 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日			数	₩₩ 		と行政の協 民間主導)	平成22年度 第30回全国豊かな海づくり 大会大会会長賞を受賞
			極					南かやべ漁協 鹿部漁協 砂原漁協	
一人 四 縣 報 十 未 未 果	制 注 い か		1//**/7500 西語	70年12 る道7	無無	70年	平成15年大規模いちご生産団 地の整備による雇用の場の増 大	民間と行政の協 働(民間主導) JA	平成18年「豊浦いちご」と して地域プラバ 化商標登録 認定
	田 が 光 ー 、 8 ー 、 人 人 人	主、等老パペ生産周村要パ〜産ン一地小辺:食子・ グ・麦食道	200	バーガー・バーグト でかって「食材H国 (であわり、) の場間な (食材を道服!! 関われを道服!! (食材を道服!!)	也 光 百	3 ★ **	○ ハーカー・ヘークルを通 し、華楽者が生体となった場 域活体との取り網みとして はまかにいる。②悪に細胞 対度が可した。③悪に細胞 対度が可した。③他の勝高 があった。④かい 観光等が増え、町の雰囲気が 明るくなった。	民間のみ 白老パーガー& ペーグル研究会	
	スト ス も が	国恒	7 × 8 3000 ∼ 5000 ∼ 四階極	大阪	重真可	10年以上		民間のみ JA	
	7 7 7 7 7	及 日 高	l	①地元で仕座され寒気の発生が切りな過度 機の発生し着切な過度 管理をしているため 安定した糖度の高い メロン (②生産農家は最適な (②生産農家は最適な	在 日	10年	野菜ソムリエ 薬年晩子がブープュースしているリャル フェースしているリャル グラース・アイーにアサード が開まれれ場中での知名度 マスコミなどに取り上げられて 実験により 他無味がもの問い 合わせが増えてきた。	展聞と行政の協	
) 	뒺	現あ時よ変る任る期の動。 でる期の動。 でがにてす) 「程度	始を基本に上品で題かな味わいのメロンかな味わいのメロンを作り出し時期に を作り出し時期に おって由種を変え、 よっての種を変え、 手切っての種を変え、 いものを届けている					
	ಪ 三 を つ も	鵡川地域 及び近隣 地域	 300 000 正暦極	北海道太平洋沿岸に しか生息しない日本 固有のししゃも	むかわ町	10年以上	- 6	展間と行政の協 働(民間主導) 漁協	
	びがか豚	地		日高産ホエー豚のメンチカッとトマト、レチカッとトマト、レタスを道産小麦を使用したパンにはなみ、トマト・カー・カー・カー・カー・カー・カー・カー・カー・カー・カー・カー・カー・カー・	押 供		・ホッカイドウ競馬の拠点である北海道門別競馬場において販売することにより集客に 貢献した。	民間と行政 立 協 (行政 主 導)	
	ンメヤ ハンソ ボボ	神 事 を を を を と の に の に の に の に の に の に り に り に り に り に	2 5 5 5 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	プも日前産にこだわった一品 かった一品	· 电被 高 电	本 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、			
	ツット	おいました の無いかか をもまる 出いまる	100 H 20 型 型 型 型 型 型 型 型 型 型 型 型 型 型 型 型 型 型	秋の味覚、天日干しシシャモ	恒四四	10年以上	町の知名度が向上した。	民間のみ 商工会	
	びとりてマトレッ	お トマト アト 体 の か	日韓	作りのこだわりを もった味わいのある 美味しいトマト	平取町	10 十 十	・新規就農者によるUター フィンの増加。 ・加工工場などにおける地元 雇用の増加に貢献している。 ・日本の3大トマト生産地と しての地位を確立した。	間と行政の協 (行政主導) 	①平成7年ホクレン夢大賞 宣中成13年第30回日本農業 富大賞 受賞 ③平成13年第40回農林水産 祭 日本農林漁業振興会会 長賞受賞
年第1回8-1グラ 立入賞 ンピック平成19 年優勝	巻 k 記 ソ コ	推 四 田	1袋150 8 4~ 円 5個入 程	新記ピーヘンは「みおり」という、乗り おり」という、乗り が薄くやわらかい昭 福で命に豪色が議ぐ 乗ぶかく甘みがある。	年記 集	5~10米米	北海道では新冠町が一番の生 産量を誇り、そのことで町の P R することができた。	民間と行政の協働(行政主導) JA	
	額置	<u>共</u> 値 ロ	オス 980円/ kg メス カス パ 350円 韓 /kg	日高山脈の清流を母 として育った。 天然 の脂と身色を持つ鮭	高衛	10年 以上		民間のみ 日高定置漁業者 組合	平成19年第4回コープさっ (ぼろ無業者治業部門 治業大賞・コープさっぽろ 会長償受賞

_													
表彰歷等			全国推奨観光土産物品として認定。									平成18年第1回B-1グランプリ3位入賞 ・プリ3位入賞 ・やきとリンピック平成19 年・20年優勝	
光觀	民間のみ	民間と行政の協 働 (行政主導)	民間と行政の協 働 (民間主導) 商工会女性部	民間と行政の協働(民間主導) 部(民間主導) おたる祝津にし ん祭り実行委員	民間のみ 寿都魚醤醸造研 究会	民間と行政の協働(行政主導) JAと協力	民間のみ 各飲食店	民間のみ ホテル第一会館	民間のみル	民間と行政の協働(行政主導) 物(行政主導) 対策(行政主導) ナルカップ短別 発推進協議会	民間のみ JA	記聞と行政の協 が(民間主導) 診臓やきとり逸 5会	民間と行政の協働(民間主導)
鳗	市のP Rとして効果が見込まれる。 れる。	マス・メディアの紹介により、旅行ツアーの企画など入込客数が増加	安心安全な地場野菜の消費拡大と食育もかわたスローフードを進め、町の名産品として、地域活性化の原動力となったった。	ルイメントの「おたる投海に同 しん祭り」の開催を通じ ②顔にゆかりの深い地域独自 必な行の題りが悪し、中部版 をするきっかけとなった。 ③・特権機関、の知名度ファ。 ①・特権機関、の知名度ファ。 ④観光機関に参与した。	度向上につながっ)高品質安定生産 ブランドの確立化	飲食店が工夫して、ハーブ豚 の料理を考案するようになっ た。	(1) 町の特性である「※噌!」は 団 国際のなスキー/ レートー にませらか」が注目されている。 の (2) 美味しきたい にいまれていません (3) 美味しきたい にいまれていません (3) 美味しきたい (4) の形に関係している。 もの形に関係している。	「らいでん西瓜」といえば北 海道の夏の風物詩として定着 し、共和町の知名度があがっ た。	大きく、事楽目的に で、回側の度・理解度 で、初の知名度同と 改集が得られた。	余市産リンゴのPRにも連動している ている	室蘭のご当地グルメとして定着。ふるさと小包のヒット商品。	市内の飲食店で各店が工夫を 関係等にしたか、生賃を使用した 創作等を提供するように なった。苫小牧イコールホッ キの町として知名度が向上した。
展 選 置	5 4 5 4 7 7 8	件瓶 件瓶	5~10 米 米	一件摇 5. ★	2~5 米 米	10 以 上	2~10 米 10 米	70 中七	0 以 十	- 件框 .≤ ++	10年 以上	10 本土	5~10 米 米
市町村名	北広島市	石狩市	- 別田	小棒市	寿都町	蘭越町	真符村	俱知安町	共和町	神惠內村	余市町	運 車 七	苫小牧市
セールスポイント	(1)北広島産の人 搾り汁を道内産 麦に練合セ製造 ②麺はオレンジ すが着色料など 使っておりませ 使っておりませ		簡単調理。 安心食材。	⑤しな関る 語る かたられる であるからから	あ か ひロ	全道で最上級良食味 米	地元で飼育さえれた ハーブ豚を使用		۳-	。 ンや	天然果汁100%	①「やきとり」なのに、使っているのは一次 使っているのは一級 なる一級 の一級 の一次 かったボガラシ」が動やきとりの特徴	市町村別漁獲量 9 年連続日本一(農業 水産課独自調査)
中田	2食入 500 (ラ どん) 円 600 薩超 (ら) (ら) (らん)		630 日類風	1- 50 0 西雄	500 田瀬	ほしの ゆめ5kg 田 1,900 種	1000	800~ (土華 (一) (一) (一) (一)	1000	※製造原価 1 個 250円程度	400 田暦 西	1本120 田 田 田 田	日程度
素材の産 活	北 大 大 で か が か が が が が が が が が が が が が が が が が	原則、石 狩産の食 材を使用	田配加	小棒産及 び近海も の	4 元 か か か か	地 海 衛	4 4 4 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8	地元特 の男爵い もを使用	出 麻	種小具く元々ケ公用ダ元メをは表。(全年をケン公用が元々をとう。)(進子ノき。)を三角、分地トの・コを約七十とも使われた。 しまま はまま はまま はまま はまま はまま はまま はまま はまま はまま	町内産 りんご使 用	吊	古 小 牧
食の名称	ひろう シボル・ トカン カカ	石沖鍋	いもだん ご キャット	抵	研り は 本郷 の が に か を が か が か が か が か が か が か が か が か が か	で米 い し	真 が が が かか り	を を を も か が が が が が が が が が が が が が が が が が が	らいでん すいか	神 オイ 思 し ア う イ ン り ろ り ろ り ろ り ろ り ろ り ろ り ろ り り り り り	りんごの ほっぺ	室 を とり	ホッキ貝

	食の名称	素材の産	- 単一		市町村名	景	経済効果以外の効果 形態	表彰罷等
	国 マッ ロケ	厚沢部町	業 本 田田田	地元で生産された ジャガイモを豪快に 油で揚げる様子は圧 巻です。			実施することで、集 あり、厚沢部町の き いを広くPRでき 調	間と行政の協 が(民間主導) 3まつり実行委
	ゆり最中	地元特産 のゆり根 を使用	10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 1	中用 た ひし 帯な	7 2 部町	10年以上	乙部町でしか生産されていな 民間のみ いため、町のPRにも効果が ある。	1994年全国菓子大博覧 会大賞受賞
	太 計 川	活 漁 漁 漁 漁 (東 海 大 を を を を を を を の の の の の の の の の の の の	本 300 田輔頼	素材をできるだけ地 元産を使用すること (水、魚は必須)	奥瓦町 4	3~5 米	大りもある場上料車を対象 医間上代数の16 店でメニュー化を図ったこ、側、側、尾間主導)で、 患を訪れる観光を等に認 調(前・尾川主導)と四度が向上に、 地域資源のひ、 汁砂密金(調料としたなった。	生學 (5)
	第一 米 阿 多 多 他 他	米、 と と か を 使 用	四-1-1-55 -1-1-650 -1-1-650 	巨板	今 田 田 ※ 4.55	5~10~米	内で産出した適米「吟鳳」 町内を流れる一級河川の満 砂板売利別川の伏派メを使用 る事で、農業と清流日本一 クリーンなイメージを町内 ヘアピールできた。	0.余 任意団
根	特別釀造 酒 「万太 郎」	米 た か か か か か の の ま の の は は の の は り は は り で は り は り に は り に が は り に が に が に が に が に が に が に が に が に が に	2. 1. 350 2. 4. 350 350 350 350 350 350 350 350 350 350	町内産の酒米と水を使用している点	令 田 田 **	5~10米米	甲内企権出了協議、「最適の と町方を指える一般団川の選 指後指型別川の代議大や使用、今後指題の会 テクライ、課業と議社団を「町民の任義」 マンコーン・スイメージを回互(中民の任義)	の強化意団
	然 - IJ 米 - G - Z - M - D - D - D - D - D - D - D - D - D	地 いい からい 7 を使 3 日	4 合瓶 1, 500 17 瓶 2, 980 硅	5産きらら397を使用した特別純	セトな野 治・中 か か の が が が が が が が が が が が が が が が が が	5~10米	(1地元度の米を原材料にして 民間のみ 人のまたが、 画業はもち 人の表での表現にもつながっ 地が高速も多く、地産地溝 異な柱 につながった。	觀光灏
	たが こ キ	地元産た こを使用	009		せたな野 大政区 1	10年		業協同
	あったか 旭川 まん	生元粉を具川をし産用地産と入材産中た品にの酒れに野心磁を出来ね場では様を地米粕、旭菜と場使	300 图 图 图 图 图 图 图 图 图 图 图 图 图 图 图 图 图 图	5が、日本の観 京上最低気温を ンた日(1月25 バール (1月26 バールサポナルの こされており、 1に因んだ一般 E品をベースに	旭川市	年 本 米	今後の展開ではあるが、兼々 医間と行政の の後しい8回1での優かい後へ 他(民間主義) かとしての展開が銀俸され、 おったが3回11で る。 んプロジェク	数の語 主義) 部川末 ェクト
	サルカー カント カーケー カーク	は か か か か か が が が が が が が が が が が が が が	. 2. 2. 2. 2. 2. 2. 2. 2. 2. 2. 2. 2. 2.	半肉特者の匂いが少なく、 適度なサンが かって乗っかい 入って乗っかい	H 任 日 10.4 光	~5 件框 0 + ⊀	上別市が最年にわたって取り 展開と行政の協 あんできた「レイナーク単に」 動 (行政主導) あんできた「レイナーク単に」 動 (行政主導) 原本は、より元数なまちに 存・機関・一位の登録 本・機関・一位の登録 の一位のでは、一位の登録 り組みを上来のの取り り組みをはある組織にして、 を設立している。原質な年の を設立している。原質な年の を設立している。原理な年の を設立している。原理な年の を設立している。原理な年の を設立している。原理な年の を設立している。原理な年の を設立している。原理な年の を設立している。原理な年の を設立している。原理な年の を設立している。原理な年の を設立している。原理な年の を設立している。原理な年の を設立している。 を記されている。 を記さ。 を記されて、 を記されて、 を記されて、 を記されて、 を記されて、 を記されて、 を記されて、 を記されて、 を記されて、 を記されて、 を記されて、 を記されて、 を記されて、 を記さ、 を記さ、 を記さ、 を記さ、 を記さ、 を記さ、 を記さ、 を記さ	(東美)
の門 金七郎 河 賞	個 人 と サ ナ	米 開 単 発 を 発 単 単 単 単 単 単 単 単 単 単 単 単 単 単 単 単	000 日期極	の 3 条 の 3 条 の 3 を 4 の 3 を 4 の 3 を 4 の 3 を 4 の 4 の 4 の 4 の 4 の 4 の 4 の 4 の 4 の 4	報 長 七 公 20 20 20 20 20 20 20 20 20 20 20 20 20	~ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○	が、体の部の対象がある状の。 対の一の部の対象があるがある。 対の一の部の対象がある。 対象の表現で、個方で別り部分 を構成し、個方で別り組み を構成した。 ・ の数別のな調が通す。 に、飲養光のな調が通す。 に、飲養光のない。 に、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、	同位議会の前身である、食 の トライアングル(熊・ 施・利・伊地グル) 近端 中

表彰歷等				· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	帝国レベルでの状刻状配金等で多数入貨等で多数入貨								北海道ウォーカー「道の駅 なんでも選手権駅弁部門」 網算 「同選手権景観部門」を賞 したらん「((ぎゅうわ ん) グランブリ」で「ぎゅ うかまどん」9位
形 動	民間と行政の協働(民間主導) 働(民間主導) 様似町観光協会	民間と行政の協 働(民間主導) 日高 昆布フォー ラム実行委員会	民間のみ 商工会	民間と行政の協 働 (行政主導) えりも以西栽培 漁業振興推進協 議余	展聞と行政の協働 (民間主導) ルル・ア・ア・ア・ア・ア・ア・ア・ア・ア・ア・ア・ア・ア・ア・ア・ア・ア・ア・	民間と行政の協働(民間主導) 働(民間主導) 函館地域産業振興財団	民間のみ 函館市 漁協	民間のみ 戸井漁協	民間のみ 南かやベ漁協	民間と行政の協 働(行政主導) 産業クラスター 研究会(任意の 団体)	民間のみ 干軒ソバ生産会	展聞のみ 農業者を中心に 約20人の住民 グループ	:間のみ : / 国観光振興 : / オ : / ナメブティッ 「もんじゅ」
の効果	①地域の知名度向上②生産者・仲買・小売の一体 化が図られる		道外からの発注依頼が増えた。	ブランド化によるPR効果でマツカワの知名度が向上。 マツカワの知名度が向上。	が機構馬機能の能素した が機構の で表して が表しており、 影響後離者も があっている。 があっている。 があっている。 があっている。 かがっている。 かがっている。 かがっている。 かがっている。 かがっている。 かがっている。 かがっている。 がったいる。 がったいる。 がったいる。 がったいる。 がったいる。 がったいる。 がったいる。 がっている。 がっている。 がっている。 がったい。 がったいる。 がったいる。 がったいる。 がったいる。 はったいる。 がったいる。 はったいる。 はったいる。 はったいる。 はったい。 はったいる。 はったい。 はったいる。 はったいる。 はったいる。 はったいる。 はったいる。 はったい。 はったい。 はったいる。 はったいる。 はったいる。 はったい。 はったった。 はったった。 はった。 はった。 はったっと。 はったっと。 はった。 はった。	大学の研究シーズによる地域資源を活用した事業化の成功例として、地域企業の産学官例として、地域企業の産学官連携に対する意識が顧成された。		高品質の鮪として評価を得る ことで, 函館の知名度向上に 寄与している。	の流通が多く,商 高いため,産地の ている。	度が向上した。 写が増加した。 系統、商工業者そ 5理解が深まっ	地域住民が主体となった取り 組みにより、当該地域の活性 化につながっている。	たいない。 なりにはない。 のの特徴品にしようた住民が かったが他にしようた住民が ルーガ金を構成し、イランが ドイガをを構成し、イランが ところ。 ところ。	観光客が増加し他の商品の売 居 上も増加した 上も増加した たことにより、さらに観光客 公 が増加。
展置	 	- 件框 - 件框 - 米	8 4 5 米	25 → 1 ×	70 中十	24 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10	24 ₩ ₩	% ₩ %	0 1 1 1 1	% ₩ %5 ₩ %5	5~10 米斯	8 * * * *	件框 件框 **
市町村名	様似即	樣似即	えりも町	えりも町から 函館市までの 太平洋沿岸市 町村	新ひだか町	函館市	函館市	函館市	函館市	松前町	福島町	江差町	上ノ国町
ラスポイン	新鮮なウニを安価で提供	日 高 ほ し さ を P	町内イベントでは、 人気の商品となっている。	国身や寿司はもなる 体のこれ、様々は準 単の上役と「人のこれ。 作を被めた最高の罪 行い。 随いたれて すい。 動したれて ンメ・カレイ 動の中で ・神石に身が着の中で ・オレイ をして、 ・神石に身が着の中で ・神石に身が着まり果 ・神石に発	創業管理を統一し、 もか時本のゴウンドに もの時本のゴウンドに 関を誇る。全国レス ルでの技肉共励会に おいても多数入資。	函館近海に分布する ねばりが特徴の海 藻。有用成分が多く 含まれる。	漁船の生 まま運ん 鮮度が良	津軽海峡で水揚げされる れる鮪で, 高度な鮮 度処理を行っている	身が厚く切り口が白 いことから白口浜真 昆布と呼ばれ、 滲ん だダシが豊富にとれ る	津軽海峡産の天然本 マグロ。 マグロ。 新・ご当地グルメ 1 杯前マグロ三食 E 井」	そばつゆも、福島産 のしいたけ、昆布か りらだしを取るなど 『地産地消』にこだ [おっている]	国内の製御条件やソン(店では他回版から別の関係のというでは、日本のでは、日の産に切り着えるなど徐々に近着ないに増加る。	地元産の天然にラメ・野菜・山菜・米・砂菜・山菜・米を使用
申	文氏 型 容駐 巴 群極	日程度	ーパッ ク 700 程	田程度	版店位よ興ま 売、にっなす。 舎 てり 日類度	- 田程度	- 田程樹	- 日程板	- 田程度	00 事 (80)	800 日韓函	- 林600 円 程	880 E
素材の産 単	藤 三 二 十 一 十 一	田 電 会 内	地元産の — 灯台つぶ ク を使用 70	大西海子 フト カ 大 京 中 田 田 田 一 一 一 一 一 一 一 一 一 一 一 一 一 一 一 一	新国区に を を を を が の の が の の が の の の の の の の の の の の の の	光图 第一 第一	光图 節 計 記	光图 無過	光图 衛間 三	1 沙 神軽海峡)	地元で栽 培したソ バの実を 使用	名江の 本差種の に名りの は田地ぐののこうす は田地ぐのは日のを はいれて 、内 には出るなな田。 を出るなるのの。 を出るなるのの。	ボ ボ ボ ボ ボ ボ ボ ボ ボ ボ ボ ボ ボ ボ ボ ボ ボ ボ ボ
食の名称	11	日高昆布	男の つぶおで ん	王 (マッカ ワ)	4	が ご か 手	生け簀イカ	年まれ	白口浜真 昆布	松町本マグロ	千軒ソバ	ゆがそば	ト ド い 、 は

	ブまをを	Γ°ζ				I						
	bグルメダラ t O 1 O in丘 準ダランプ k部門で第 2	(当地グルメグランプ) 味部門&コストパーマンス部門%.1				全国食味分析鑑定コンク・ル金賞受賞 (H18~H20)					ーブさっぽろ賞	
表彰歷等		新・ご当 リ2010 「 フォーマ				全国食味 ル金賞受工 (円8~上					無	
形態	展聞と行政の協働(民間主導) 働(民間主導) 商工会			民間のみ 北海道手延べの 里製麺組合	展間のみ 製造:中華札幌 販売:アウル (道の駅)			民間のみ (有)無限樹 (農業生産法 人)	民間のみ 羽幌えびタコ焼 き餃子推進協議 会(任意団体)	民間と行政の協働(民間主導) 適別産ヒラメブランド化研究会	民間と行政の協 働 (民間主導) 北るもい漁業協 同組合天塩支所	民間のみ 天塩タコキムチ 井椎進協議会・ 天塩商工会
経済効果以外の効果	着整物度居において地場産の 着産物活用が高まった。 当地料理として通過型観光 ら。滞在型観光に変わりつつ る。 メディアでの露出 大り「美瑛町」という名の 名度が更によがった。	:町における食と観光の先駆・となり、知名度も向上し。。。	殿	最北の手延べ麺の里という機 運が高まった。	第78以支人系表の条件の条件、 質・金閣係な、1 日平均5 の個売れている。原油商機や バス旅行の減少の中・12の はの駅の入り込み減少を廃い にある効果がある。	もい米という名称での認が向上	まき小麦の作付面積が増加けた。		都市部での認知度が向上し 新たな商品開発に向けた機 が盛り上がってきている。		、大きさはNo1を誇る天 ブランドが確立された。	当地グルメ目当ての親光客 町の観光をしていただける うになった。
	3~ ** ** 	- 年 - 年 - 未 - 本 - 大 - 大 - 大		5~10 米 米 順調	生活 生活 発見の ご泊山	2~10 米 新年至	~ 5 ← 本框 ・ 5 ・ ★ 一	- 4 4 4 4 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5	- 年満 - ← - ** - ** - ** - ** - ** - ** - **	- 种瓶 - + + + + + + + + + + + + + + + + + + +	10年 公上 計	~ ○ ○ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・
市町村名	美瑛町	南富良野町	占冠村	百三万	美沼田	留 小 相 毛 田 男 男 男	古前町	超海知	羽帳町	風脳風	天塩町	天塩町
セールスポイント	日間で の の の の の の の の の の の の の	町内で処理なるなるなり カめを薄く伸 カッカレー	地元の山菜を活用	手延へ製麺工場が最 大で13社あった。 (現在10社) 原料が すべて北海道産 手延へ製法でコシが 強くもちもちとして いる。	[* 	良食味米	最里しら塩種油どに一どだん北、、の、か」、よ切がわでの下塩1油らを全り使手りす	安全・安心報ニトマト1009ストマト1009ストマント1009	漁獲量日本一を誇る 甘えびを使用	○地元産のヒラメを 使用 ○各店舗独自の料理 を提供	Om Om	天塩のご当地グルメとして新登場
曲	存1 0 0 0 日 田 西	950 種類	650 田暦極	315 田暦 田暦	300 種型	10kg (新 米) 祖 3,480 建	1東 (150 250円 1着 程 (10東 康 2,500円	180ml 300円 7710ml 1,160円 相 1,000ml 極 1,500円	銀 (5000 (5000 (5000 (700) (7	18 5 000 1,00 世類	生1kg 1,530 強	960 下 下 田暦
素材の産	地元産 小麦・豚 内・牛 乳・野菜 を使用	西 で で カ を 用 を の の の の の の の の の の の の の の の の の	無	無	地小コ使にンあ年 元教タ用はいみの用はなる 角い方ははるを のルを ラブ 万 楽 使る ラッズ 原 美 使り で 深 乗 り で 深 用	雷斯 市 市 市 二	地 地 市 市 表 を 使 用	# 	地縁たタ 子 で た が た が り り り り り り り り り り り り り り り り	地元産の トラメを 使用 を	K 耐 甲	天塩町
食の名称	美 レー ん ん	南富良野 エゾカッ カレー	ゴフ 採 七	奥蝦夷 (東京) 東京 (東京) 東京 (東京 (東京 大瀬) (東京	美深 ホル カ	南るもい米	と を が が が に だ だ だ に が に に に に に に に に に に に に に	ニ ト ト ト ス カ ル ス ス ス ス ス ス ス ス ス ス ス ス ス ス ム ス ス ス ス	え数 ジナ焼、ヤナフ タ 数焼 (ヒラメ創 作料理	しじみ	大幅は でみだけ かっなだけ サーキ ナム

į į	400	素材の産	E	1 1 1 1	+11447	H H		EX.450	
	# 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1		850 B	マートングインイ 機能・本中国イン域 一の食材を使用し ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	の ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・	三	なる ない ない ない ない ない ない ない ない ない ない	の記 民間と行政の協 が(民間主導) ト勝芳室コーン が飯地域活性化 記議会	X vone de
	そのまま	が 国内 を を	- 一	収穫後4時間以内に 液体窒素で瞬間令等 円し、旬の味をそのま 程まパック	中札内村	5~10米	生産・加工・販売のシステム F 化で村に新たな雇用の場が生 まれた。	民間のみ H	H20年第39回日本農業賞 (特別賞)
	十 H 一 酸	胎 日 日 一 本 中 を 使	(田種	地元チーズ工房から のホエーを飲ませ良 の豚肉生産、産業 間連携	大樹町 中札內村	2~10 米 米		展間と行政の協 働(民間主導) 十勝木エ一豚協 会	
	金時甘納豆	更別村	200 田曜	金時生産高日本一の 本村産金時を原料と 円している点 程	更別村	世 撰	好評、た。	民間と行政の協 働 (行政主導)	
	#* 7	本の 回 が 神 神 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 古 の 日 は 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日	157~ (単記) (単記) (中記) (中記)	本町で生産された原 業を本町で加工、本 型が高標整線レルブ コンド。「キレイマ コンド。「本レイマ 11、』で展開	本別町	% ↑ ** **	(i)十勝の回おいっプランドか い、十勝林の回といっプランドか アンドレーて本町の船の展アット (i) 繋がっか。 (i) 繋がっか。 (i) 離れっても地味な可です。 が、地にはにも関心を持ったが、 が、地にはにも関心を持った。 が、地にはにも関心を持った。 が、地にはないない。	民間と行政の協働(行政主導) 参別町と町内加工業を別町と町内加工業へ外の連携、Ac 本別町と 持、Ma 本別町と 本別商工会の協力	
	のびのび 対 対 サー	地元庫の 生乳を使 用	1 日曜 四	の窪ヶ園 放さ一味 牧れズ	足寄町	3~5米	できた	民間と行政の協働(民間主導) あくまう農産公社	
	雪室ばれ いしょ (男爵)	占警無	5kg 735 強	雪の冷熱エネルギーで保存。鮮度が保た円れ甘味も増します。	浦幌町	3~5 米 **)啓発、普及	民間のみ JA	
	図 よっ 本 本	図 ※ ボン・ 日 日 日 日	980 田暦郵	阿姨3た男は君女	中路 時	一框 米	約50億円とも言われている道[のロエゾンガによる被害に対 し、有効な活用法のひとつと。 して考えられる。	民間と行政の協 働 (民間主導) 観光協会	
	響っ, フ 羅 & h + & つ も つ 也 つ (鎖しも 器し、 種 な 引 の は	(1) (1) (1) (1) (1) (1) (1) (1) (1) (1)		岩路標	○ 世報 ○ 世報	レーやもの新しい商品開発 取り組む事業者が増えた。 取り組むイントなどで勧節 にももを扱うところが増え イベント開催により、鎖路 イベント開催により、鎖路 大藤げ豊が全国有数である とが市民に周知された。	原間と行政の節 (行政計學) 当該地域リップ に本権機関係し しきも専用部金	
	えもん丼	地元 カキ・ア サークを使 田		地元の水産物をした井	厚岸町	↑ ↑ ↑ ↑ ↑ ↑ ↑	Jと観光 P R に繋	民間のみ 商工会	
	摩周そば	地元 そばを 用 用	そば巻 1 kg 1, 260 乾麺 1東 程 400 度	①地元の気候と風土 に適した品種を収穫 使用②生産量が少なく幻 のそばと云われる	弟子屈町	10年	関中国サウオ	民間と行政の協働(民間主導) 働(民間主導) JA	
とブランドとかち し	キャ キャンズ キュンズ コーキー ニ	村 名 体 田 田	600 1,000 正婚赵	「日本で書も業しい 村」鶴居村の生現を 使い、「平国に一つり とつ職人の手作りで とつ職人の手作りで 当生まれる濃厚な味わ	鶴居村	。 ○ 世 ○ 米	チーズ本体に「纏居」の名前 E が付けられているので、村の 6 知名度が向上した -	電子 (本文学の) (本文学の) (本文学・) (本文学	郷のコイードジャバンナードリードリードリード・オートーグリードルが 乗りカードーグロールが 対)及で優秀館の説、第7 ロオールジャバンチェリー のオーバットが、第4 産金件権制の課業を表現を表現を表現を表現を表現を表現を表現を表現を表現を表現を表現を表現を表現を
	根室 さん まロール 寿司	根 本 中	840 田曜	地元で水揚げされた サンマ及び棒前昆布 サンマ及び棒前昆布 田 を使用 種	横室市	~ ↑ * * *	■交流人口の拡大により、根 [室市内の経済効果に大きく寄 [与することができた。 動地産地消の拡大に繋がっ た。	民間と行政の協 働(民間主導) 落石・歯舞地区で リンピジョン協議会	14

表彰雁等 不明											ふるな ビブランドとかち しみず認証品に登録 みず認証品に登録
形態 民間のみ 不 JA	民間のみ 遠軽町立鏊アス バラ生産組合	灰竜	民間と行政の協働 (行政主導)	計のみ は 漁協	民間と行政の協 働(民間主導) 商工会	民間と行政の協 他(民間主導) 一勝がひろ技 一関でフラダ語地域 正性七協議会	民間と行政の協	働 (民間主導) 十勝ネイチャー センター	氏国と11英の協働(民間主導) 多(民間主導) その他	個間行政の語 で同じた第一十二章) 「一本の記録」である。 「一本の記述」である。 「一本の言述」である。 「一本の言述」である。 「一本の言述」である。 「一本の言述」である。 「一本の言述」である。 「一本の言述」である。 「一本の言述」である。 「一本の言述」である。 「一本の言述」である。 「一本の言述」である。 「一本の言述。 「	R間 のみ 勝清水牛玉ス + 井地域活 化 協議会
経済効果以外の効果 規格外を加工品としたことで 安定収入が図られた	知名度の向上を図るため、町 内の飲食店 15店がプスパラ 内の飲食店 15店がプスパラ を使った料理を提供する「ア スパラ料理フェア」が開催さ れた。	(ハーブ) による地域 きを民間と行政により こいる。	都市部での認知度が上がっている(ノースブレインファーム、アドナイ等の企業)	「雄武産のサケといえば高級 ブランド」というように、雄 武町の知名度の向上に貢献し ている。	で 内 単 選 選 乗	十陽産小麦の普及拡大・付加 価値向上	珍しい「植物性モー	度向上	などいえばというように、 追町の知名度が向上してい。	関リ語を対象がとことので語か が、国内教徒高を動めた。 など新し、物施品を国金体で 女と新し、物施品を国金体で 支える機道の顕現ができた さる。	(1)民主体、行政が後方支援と いう即づくりの基本形が確立 できた。 のとし頭が、 通対策等を派して関加のの影響、 性を共者できた。 はを共者できた。 は、 は、 は、 は、 は、 は、 は、 は、 は、 は、 は、 は、 は、
(10 (10 (10 (10 (10 (10 (10 (10	5~10 米 湯	10年 以上	10年 以上	3~5 料基	- 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4			- 件框 - ⊀	10年 以上	件摇 5. K	— 推 + +
市町初名佐呂誾町	届 森敦	塩工無	異部町	雄武町	大空町	帯広市		毎 田 田	鹿追町	百十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二	清水町
セールスポイント 完熟かぼちゃの果肉 名蒸し、無添加・無 着色のまま粉末・フ ニーク状に加工した	立義報告により、ほぼ一年中出荷することができる。また、各様できる。また、香寿は議事な味わいて、夏芽は皮が柔らかくて食べやすいのが特長	地元で生産		ml/ and	・井のタレは各店ナ リジナル ・8店8様の味わい で、食べ比べも楽し める。	十勝番小衆を使った む打ち 在 もちち もちち で もちが と と と と と と と と と と と と ら ら ら ら ら ら ら	181	ル温泉を豚に与 のびのびと飼育 た豚肉 	地元で生産されたそば粉を使用	() のな米面の () のな米面の () のな米面の () のなが () のない () のない	地元産牛肉(道内生 所第2位) やカット に第2位) やカット と、鶏銅(道内生産 等3位)を組み合か 中本一下 に第2位) を組み合か せた新しいタイプの 「牛丼」
丰価 100 g 円 程	508 800 日 田 田 田	500 田産	円類度	1匹 3,000 番	1,000円 以下 (価格 #800円円 ~900 田	950 巴 <u>斯</u> 柯		100g 95~168 程 度	日報惠	半 ない ない ない ない ない ない ない ない ない ない	086 田軸
素材の産 地 地元の南 瓜	遠軽、生 田原地域	町内で生産	地元産の 牛乳を使 用	地 市 か で い い よ の よ り た り か い い い い い い い い い い い い い い い い い い	大空町 の豚肉、 長いもを 使用もを	十奏パ枝他全産よも小フェ勝57万000円で見見て。の十奏2001円のほう。の十奏2001円ののでは、シュを201円の80%と対土セバ勝・シュロの80%とは、ののも勝いと産して	ストンポーシーボーシー 本本		地元産そ ば粉を使 用	崇	岳 长 誓
度の名称 かぼちゃ パウ ダー・フ	アスパラ 「遠軽 によっ きーず」	よっく) とし(じ	К Н	ゆうほう 雄宝 (サケ)	大 と た か が 本 が 本	+ + C C S S S S S S S S S S S S S S S S S		十勝三 海州 と と と と と と と と と と と と と と と と と と	鹿追そば	新得地調	十 年 第 五 元 十 六 十 十 *

表彰歷等				・ 中原8年度優良かるとコ ンクール農林水産大臣賞受 ・ 前の4年度産地直売推奨品 ・ 中度74年度度が ・ 平成14年度第51回全国水 ・ 平成14年度第51回全国水 華加工たへもの展大阪府知			1990年 四島衛 1993年 1993年 1993年 1993年 1993年 1993年 1993年 1729年 1729年 1993年 1992年 第四島東道 1992年 第四島東道 1992年 第四島東道	平成17年~19年度、経済 産業省中小企業下JAPAN ブランドに認定。		昭和62年月全国101村展 で「甘塩ウニ」がグランプリ受 :
売 最	原間と行政の協働 (行政主導) (行政主導) 大湊落章 コロッ ケ普及会(任意団 体)	民間と行政の協働 (行政主導) 町内産業団体	民間のみ 今別町 商工会	展聞と行政の協働 (行政主導) 第3セクター		民間と行政の協働 (民間主導) 商工会	民間と行政の協働 (行政主導) 核御町と(財)核制 可産業振興公社で いごフーク研究所 の協働	民間と行政の協働 3 (民間主導) 展議協、産業振興公社、商工会等社、商工会等	民間と行政の協働 (民間主導) 商工会	民間のみ
経済効果以外の効果			加工団体等の商品開発意欲につながった。	・町の特産品として認知されて いる。 ・地元の雇用に貢献している	・地元産そばのPRIこつながった。 た。 ・お土産品として定着しつつあり、販売業者の売上増につながった。	開発途中	・ お域服家への生産意欲と所 場の同よ ・ 町の対名仮向上 ・ プランド(Timeswork)の確立。 ・ 尾用機等(Engework)の確立。 ・ 作加価値型服業の推進	金融業者を行びの任民や強業者・農業者等へての対民が 地震を対象へての対民が 知恵を出しあい自らの地元後 所ついて存み者の開発等 地域活性化に即り組みことが でき意識改革を含めた今まで ごない統合的な事業展開がで ぎた。	地域の素材に対するこだわり の意識が高まりつつある。	塩ウニの販売イベント等を通して、生ウニの知名度が向上した
	3~₩ ₩₩	5℃ ↑ ↑ ↑ ↑ ↑ ↑ †	5 以 十	10 年十	- 世 - 世 - 世 - 世 - 世 - 世 - 世 - 世 - 世 - 世	3 4 4 5 8 8 8 8 8	10 十 十	5~10 無施	10年 以上	6 4 4
市町村名	むつ市 大間 町 風間計 町 風間計 東通村 東通村 様 浜町 村 ケ所	つがる市	今別町	短無狀	西目屋村	秦	板や	東通村	風間浦村	佐井村
セールスポイント	田海軍のアンピー語	漢字等が、 は、 は、 は、 は、 は、 は、 は、 は、 は、 は	・素材も地元産を使用。 ・もずくを粉末にし練り こんだ	大然のわかめを食べやすく極状に加工 すく極状に加工	・自神山地の麓でとれたそばを使用。ロマくせがなく飲みやすいロのが特徴	赤い果肉のリンゴであ る	リルにまるかじり条例に 基づく表替町で生産さ たな会を切らな形象り んごを原料に製造。	本州最北東端尻屋崎 周辺の津軽苗峡と大平 周辺の清軽はと見覧なこん 洋の荒波と良質なこん ぶを間に採まれ育まれ た逸品。	・ふのりを蕎麦に煉りこんで「こし」を深める	# 新様な生や二は甘ぐて * トロッとした意感、甘塩 * ローは一体を開発します。 * ローボール・ファール・ファール・ファール・ファール・ファール・ファール・ファール・ファ
	> 00 ○ 200 ○ 正 世 ※	円程度	田程度	T ## ED	T # E		日報板	上程長	個139 田 産	井った。
垂			350 (1パッ ク2食)	級 180	1,380	幾 架 世	0001	900 ∼ 12,000 ⊞	— (IIII)	しま24mmを25
素材の離	生いた 美麗 大口 生活 なき 大口 北 な 産業 物 人 見 かん な な な な な な な な な な な な な な な な な な	つがる市	地元産の もずく使 用	岳 無 践	田屋村	株 塩 ボ 塩 ボ ム	車 被 禁 ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○	車 横通 村	地元産の ふのり	を を を が に に に に に に に に に に に に に
食の名称	大 参加 田 東 東	しかるブラ ソド (編 権 参 8 旧田 に 対 す 8 か ゴーに 対 す	もずくうどん	しるし から ち から から か	そば焼酎暗門	紅の夢 (ジュース・ ジャム)	「完熟」アップルグュー ス	大然 カバ、 カバ、 オタムラサ キウニ、 軽 軽 を 神 を が 神 大 大 大 大 大 大 大 大 大 大 大 大 大	ふのり蕎麦	半軽 を 角 し 一
				県	垂 (1) (1) (1) (1) (1) (1)	品単位(ある)			/ランプ 入賞(8	

表彰歴等							中位14年度 山木品幹金 農林大陸工館受賞(下編 日女金) 中女会) リルご品幹金 農林水産大田賞受賞(高野 支金)	(ただし、各企業の商品単位では数々の受賞歴がある)			平成21 年東北8-1グランプ 優勝 1グランプリ厚木入賞(8 位)	
震動のみ	別事ジャンポオタテバーガー地域活性化協議会	民間と行政の協働(民間主導) ・中標達ミルキーラーメン制作委員会	民間のみ 丸和信和建設㈱	民間のみ 羅曰漁協女性部		民間のみ 民間と商工会議所 の協働(民間主 導) 青森魚菜セ ンター	民間と行政の協権 (行政主導) 弘前リんごの会	引と行政の協働 民間主導) (戸前 沖さばブラ ド推進協議会	民間と行政の協働 (民間主導) 商工会議所	民間と行政の協働 民間主導) A	間と行政の協働 民間主導) エ会議所 エ会議所	民間と行政の協働 (民間主導) 三沢市商工会
経済効果以外の効果(1)まちの知名度の向上	②特産品のブランド化 ③住民の親光に対する意識の 前内上 (の観光客が市街に流入するよ うになった	①町飲食事業者・農協・商工 国会・観光協会・町が推断して 優安 り組むことが出来た。②牛乳の消費拡大・当町の牛口。②牛乳の消費拡大・当町の牛口割を内外にPR出来た。	今まで、あまり有効利用されていなかったプナ鮭を原料として活用できること	町内・都市部でのイベントで 商品を披霧している。他商品 への関心も高める効果がある。 と考える		新たな観光名所として認知度 が向上 市場に活気が戻り、観光客へ の対応を考えるようになった	日本一の分小で産地であるこ との市民意識が高揚した。 ・地産地指が権進された。 ・機廠面での効能などを適して 食育が推進した。		- B-1グランブリヘの出場などで 同 「やきを代定者」で指揮力という (ように知る度が上がった。 ・観光客が増え、地元商店の土 気があかった。	商品価値がないため生産者は 商品価値がないため生産者は 廃業していたが、焼酎の原料 供給により有効活用が図られ た。 と商品を全工用に関すの登録り と前くプリナイメージ機能が成 切し、販活制限を実施する店 調で、地域活性化にも貢献して、 いる。	一大分様をと言えば、十利田ハ 日子後き」というように、十利田市 の知名度が向上した。非た、今一年度 本作の何知 (報告 本) 日本日 カーソウンブリント 中国 カーソウンブリント 株きゼミナールが参加、入賞したことにより、一層知名度が向上したと認識する。	に本き目の開車方法に飲食店屋 がエナを送ら、即車に対する(リ モナイーションが高まった。 ・場間限定のため、条期間にも かかわらず県内外から訪れる 人がいる。
英語	- 件框 5 米框	- 件版 5 米	- 叶杉 5 米 ^組	- # * # * #		4. 年 来	10年 以上	- 件框 ≤ ⊀框	3 4 4 5 4 4 5	10年十二	% ₹ ₹	- 件 ≤ + *
市町村名	宙	中標準即	宙	羅臼町		松松	弘前市	八戸市	黒石市	五所川原市	十 田 田 田 中	三沢市
セールスポイント野付産の大ぶりなホー	タラブ、低温殺菌のおいしい 牛乳 いしい 牛乳	町内産の牛乳をスープの20%以上使うこと		魚を食べれない子ど もたちのために開 円発。食管は肉と間違 程えるほど。 度		・市場の新鮮魚小から 自分で具材を選べる薬 しさ 円・市場でそのまま食べ 程る醍醐味をおー人様か 度う楽しめる	・当市はりんご生産量 が日本一 ・リルごは、健康と美容 に効果があります。	、 ①和脂肪分が多くおい しい 円、②EPA・DHAが豊富 程	太くて平らなコシのある 麺	土原料に工所川原の特 使用である人名羊を 使用した無動性とある。 本格様的。異家(キレ がある味わいのつくわ 芋焼酎です。	ш	・漁期が限られているた め、冬季間限定の井 物。
更	田程度		5			1,000 円	—────────────────────────────────────	日 世 世 世 田 世 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田	- 林450 円 陸 種	T.370 田 翻 翻	500 ~ 五點	7000 中型 日本 日本
	把 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、	町内生産 12 牛乳 300	標準産鮭 11/% を使用 350	ホッケ 400	[]	市場内 に り り 等 に を 乗 は を が し が し が り が り が り が り が り が り が り が が り が り	青森県弘 前市内	乗幅 (型川)//)	44	五形二原 中	国部 を 性地 大 大 大 大 大 大 大 大 大 大 大 大 大	ll
100	別ンタジキズ 海米別ャター ジ牛猫ンナガ キ乳 ボ	ミラ ナメー ーンメ	維節	ホッケ バーガー	[青森県]	古川市場 のoけ丼	弘前産りんご	も共産に入る。	黒石 やきん ば・黒石 り み やき そば	の(お 世) かってま わ」	十和田バラ 焼き	三沢ほっき井

ボイント 市田村名 認識 統済効果以外の効果 形態 教物配等	IIII	加工しずらいと言われるスイ 1-2	游为村 ————————————————————————————————————	要を紹に、 1~3 民間主導)		日野盆村 本本	配 古 市 七 八 八 八		骨水煮缶詰 民間のみ 食べてもおい 10年 せんべい、 宮古漁協 カ材料として 以上 ウム不足を補 コントア足を補	B出た重茂 地域で波に た薬肉の
セールスポイント 市町村名						(4まなすジャムとたの (4だコーケルトを使った 用)・一スと地元産合職。 程をサンド、たのはた4単、 度を使用し地元のNPの福 社法人が続き上げたバ ン		・マガキの中から特に 大きいものを検護し、さ らにマースカカ兼部し、 サイン・イン・カー・ サイン・イン・ルー・ ・で濃厚な味わい。		太平洋に突き出た重茂 半島の荒磯地域で液に もまれて育った薬肉の ロ 間・250 とまれる
哥	300,	210 程	1000	300 700 正極極	300	380 500	2.500 2.500 (個人向 円 (1階品 相 由 相 計) 相 由 相 由 相 由 相 由 相 由 相 由 相 由 相 由 相 和 由 相 和 和 和 和	1個 220 (個人向 田 (一下商品 雇 而格帶) 度	1個 250 (個人市 (一個人市 (一個別品)	300g 672
素材の産		第 沢村内	淹沢村内	漁沢村内	淹沢村内	地元産牛 男, 3一 グルト、合 場, 鮭	阁 七 七 七	四 古 湾 產	地元 <i>産の</i> サケを使 用	
食の名称		スイカゼリー	りんごケーキ	りんごまん じゅう	クイックス イートプリン	たのはた バーガー (あいがも バーグ・あ バーグ・あ いがもソ テー・鮭フラ	早採りわか め「春いち ばん」	花見かき	元祖 "さけ の中骨" 水 煮缶詰、 こっ粉缶詰	サイド 日子 中田 十二 田 十

表彰歷等	平成200条 建全国的用牛林改块 中成200条 建建四酸(日本一) その告参数 理解(日本一)			·平成20年度大船渡市水産 功労表彰受賞 ·H20.12 「恋U系」商標登録							
形態	民間と行政の協働 (民間主導) あおもり着 石牛館 柄推進協議会 (生産農寮、JA及 び行政)	民間と行政の協働 (行政主導) (バちご煮祭り実行 委員会		展間と行政の協働 (行政主導) 地元漁協 行政		展間と行政の協働 (行政主導) 参加店舗	民間と行政の協働 (民間主導) 岩手町ご当地グル メ研究会	原間と行政の協働 (行政主導) (行政主導) 海沢村 総済産業部農林 課	原間と行政の協働 (行政主導) 海沢村 経済産業部農林 課済産業部農林	民間と行政の協働 (行政主導) 滝沢村 経済産業部商工 観光課	民間と行政立協 (行政主導) 海沢村 経済産業部 機務産業部 農林課 商工観光課
経済効果以外の効果		いちご煮祭り開催により、観光 客の増			・岩手県庁からのマスコミへの 売り込みにより、当市の知名度 が向上した。	・交流人口の拡大	うどんのみならず「岩手町」の 名前を広く周知できた。また。(同研究会の熱意が町民に浸透。 し、活気ある町としても他町村 より認知されてきた。	・地域のリんご生産者の一体感 限 が関皮された。 ・生産者の新品種等、新たな分 ・生産者の新品種等、新たな分 ・カンティレンジ管欲、 売れる ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・	40.0) 14	・地域のケーキ屋等の新商品 開発、農業と連携、6次産業 化?)意識の醸成	・生産者の新品福等、新たな分野へのチャレンジ高級、売れる野へのチャレンジ高級、売れるためでのではから場が高揚した。 中国
開門	10年 以上	10年十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二		5~10	10年 日本	- 4 4 4 3 3 4 3 4 3	- 件 ≤ + 未 6 + 未	- 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4	- 4 編 · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	- ₩ - ₩ - ₩	. ↑ ↑ ↑ ↑ ↑ ↑ ↑ ↑ ↑ ↑ ↑ ↑ ↑ ↑ ↑ ↑ ↑ ↑ ↑
市町村名	青 本 田 内 内 か が が 数 が が が が が が が が が が が が が が が が	田十盟		大船渡市	岩手県陸前高 田市	人久二 戸慈戸 市市市	中 中 田 田	海光	游 游	漁沢村	灌沢村
セールスポイント	脂身の自宅と良質な赤 り、そして絶勢に属す るほどの霜解剤の様子 音りの離散がなハーモ ニー。適度な甘みとロ の中でとろけるまろや かかを持ちながら、大 ら、旅で育うた撃態あらかれ る異深い味わいも感じ	ぜいたくな郷土料理		鮮度抜群! 安全安心な地元産養殖活ホタテの地元産養殖活ホタテの産業の売りませた。	.E)	岩手青森の県境3市で の取組	・町内産食材を3種以上 使用 ・B級グルメでは珍しい 野菜を豊富に使ったメニュー	·盛岡生まれ、浦沢南ち の品種 一部制度、好食感、蜜量 大 ・綺麗な黄色	- 北東北で収穫される 高品額なつます。 - 従来の14かがよう ではなた、若者に人気 の「ネットリ」食飯 ・ ケーキ 干し羊等への 円)加工のしやすさ 度	・従来の「ホウホク」食感では表示、者者に人気ではなく、者者に人気の「なかい」。 の「ネッド」」食器、音性の「たい」、「ない」、「という」、「という」のできる。 程:の手香るロールケーキ 度	- 岩手山火山灰土に青 まれた高い糖度と端々 しさ、シャキシャキ食感 1.2 - 1.2 - 1.2 - 1.3 -
	焼肉用 (うむも も)2,200 カ 円 (200g) ら	- 本 1,000 北 治 出 た が 満 祖 - 本 種		1kg 625 程 度 程	1個 150円 程 度	数 百 日田田			150~ 190/kg 电五 度	950 田本	300~ 日 2500 程
車車					1			200∼			
素材の産 地	者 三 本 三 三 年 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日	地元産の ウニ、ア ワビを使 用	[当]	大船游市 陸町越 車米湾	岩手県陸 前高田市 (広田湾)	終料 園 禁 類 型 型 型 型 型 型 型 型 型 型 型 型 型 型 型 型 型 型 型	ント 町内 産 材格3種 以上使用	滝沢村内	淹沢村内	漁沢村内	海沢村内
食の名称	あ おもり倉 石牛	こちに漸	[岩手鳴]	恋し浜 ホタ ・	エゾイシカゲガイ	光のコナモ ン専覧か	岩手町 焼きうどん	りんご新品 種 「はるか」	はつま 羊 新 品種 「ッイックス イート」	クイックス イートロー ルケーキ	滝沢スイカ

ЯÞ				「Bー1グランブJin横手」秋 田魅新聞特別賞					米・食味分析鑑定コンクール」 ル」 H20用途別部門金賞、H21用 途別部門特別賞2名(個人受賞)				
· (4)(2)(2)(4)(4)(4)(4)(4)(4)(4)(4)(4)(4)(4)(4)(4)	勿産	分奏	り協働	「B-」 田魅新		で 破 ・ 他	D協働 工余		トノエが資	り協働	り協働		
形態 民間のみ 名取市商工会	引行政のみ 角田市観光物産 協会	行政のみうめまつり実行委員会	民間と行政の協働 (民間主導)	民間のみ油数井の会	行政のみ 薬原市	民間と行政の協働 (民間主導) 東松島市商工会	民間と行政の協働 (民間主導) 東松島市商工会	民間と行政の協働 (民間主導) 大崎商工会	民間と行政の協働 (民間主導)		民間と行政の協働 (民間主導) 商店街		民間のみ
(証式効果以外の効果) ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・	へを加上的部計等/を交員した。 た。 ずんだまつりの開催により市内 外の人々の交流ができた	梅まつりの開催により、 市内外 の人々の交流ができた	「はっと屋台村」や「はっとフェ スティバル」を通して登米市をP Rしている。	「Bー1グランブリ」や「ふるさと」 祭り東京」に出展することによ リ、テレビを始めとするマスコミ・ に取り上げられ登米市を多い にPRできた。		平成19年から行った取り組み [によりぞ・総長供店の売り上げ(「アンル」 ディーアップ・また市の搭館 での宿泊客増加に繋がった。 [3]	平成22年度に開発したのりうど 同 んです。現在に計算整準15 (店舗で提供しております。今後 更に改良等を進めてのりうどん による食の町を目指しております。 す。	地域農業者との取引が生まれた。	源流という本町の地理的位置 国づけが浸透した。 水質保全、慣用保護の意識 付けがなされた。 安全な食物志向がはかられた。	・食による地域活性化について、住民目らがアイディアを出て、住民目らがアイディアを出すようになった。 ・弁当を目当に観光客が増えた。	・食による地域活性化について、住民自らがアイディアを出すようになった。	・丸森のお土産といえばじそ 巻きらっきょう」というように、知 名度があがった。	・冬の保存食 自家消費でしかなかったものが商品化した。 ・町内外で認知度が向上した。
日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日	5~10 米維	10 十 十	10 中 十		- サポペー 米海	- サポ		3~5 無 無	3~5 無権	- 种摇 - 未組	- 仲頫 - ★雅	10年 以上	10年 以上
市町村名名町村名名町市	角田市	角田市	米米	光	無 原 中	東松島市	東松島市	大亭十	七ヶ宿町	大河原町	大河原町	九森町	九禁甲
セールスポイント 日本ー上評価される図 上版の連 価なアカガイ が7つ使用されている 点	及 - 香りも良く大粒で食べ 応えがある「秘伝」とい 日 う品種の校 豆を使用し 用 ている。皮が薄いので 年 そのままずんだにでき	るのが特徴。	シルシル、ショショの食 豚、メニューの 豊富さ	だし汁を吸った油熱とネギに絶妙に絡む半熟・オギに絶妙に絡む半熟・日、玉子、ヘルシーでほっとはする美味しさです。	()栗原らしさ (②市場体 (③独自体 ()強自体 円 (④生産者の取組 相 (⑤消費者評価 程 (⑥安全安心 度 ()独自の基準をクリア	冬の宮城を代表する 「牡蠣・のリ・ネギ」など 地元録りたての食材を ものがたんに取り入れた り 円 各店オリジナルメニュー 度	極上ののりをふんだん に練りこんだうどんを 使った各 店才リジナルメニュー	かわいいパッケージや商品外観。トマトとチー商品外観。ドマトとチー3、ズを使い洋風に仕上げた点			具材・調味料も地元産 を使用	・地元産を使用。 ・1個づつ丁寧に手作業 3で仕上げる点 E	丸森の冬の風物詩といえば軒下の干し柿。美元は軒下の干し柿。美容を健康によいわりかる上竹を従来のもれるとはまるというなります。 本語のより楽らかく仕上げ度 た・季節限定の1品。
部 2100 本 正監 在 本 正	400g入 300 世 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田	1 中 日 田 田 瀬	500 田暦 田	009 日類		ー人 1500円 (大部) (大部) (本部) (本部) (本部) (本部) (本部) (本部) (本部) (本	一人: 700~ 円 1,000円 程	105 田村	田程度	○000 0001 匹替柯	400~ 600 韓	田程度	日韓極
素材の産 世 地元産の 赤貝を使 用	地 地元庫 砂伝豆を 使用	地元産の 梅の使用	小表		地 地 一 は 一 は か 同 は 地 万 を の 同 対 対 は を の の 原 材 が の の 原 材 を が を が を が を が を が を が を が を が を が	社職をに にめ、地 元の魚か 類・野菜 などを使 用	毎年 されも軽量 たれる数ト を発りの んだがに んだがが	地元産の デリンャ ストマトを 使用		港元権の 米、野 類、調味 料等を使	地元 本 米 粉を使 用	地元の農 産物を加 エ	地元の機 産物を加 エ
食の名称赤貝井	ずんだ	梅	はっと	油機井	乗 原ブラン ド	第ぞ〈 意	のりうどん	とまっチー ズ	米岩	お花見弁当	米粉めん	しそ巻き らっきょう	あんぼ柿
	**		+			ال			単 流 能				

		4			1					##			
表彰歴等		平成19年5月5日地域団体 商標登錄		今年のB-1ガランブリ(厚 木市)に岩手から初出場			【参考】 平成22年度 『B-1グラ ンプリ』出場			平成19年食材王国みやぎ推進優良表彰式プランド化部 『月受賞			
形觀	民間のみ 重茂漁協	民間のみ 田老町 漁協	民間と行政の協働 (民間主導) 飲食店 商工会議所	民間主導) (民間主導) 北上調理節会		医間と行政の協働 (民間主義) 仙台寿司薬組合 一宮城県寿司業 組合	民間のみ 石巻茶色い焼きそ ばアカデミー		民間のみ 金華御膳・金華ラ ンチ参加店(料理 組合)	民間のみ 塩釜市水産振興 協議会 塩釜市魚市場買 受人協同組合	民間のみ 合同会社顧晴れ (がんぱれ)塩竈	民間のみ 気薬会(住民の任 意団体)	民間と行政の協働 (行政主導) 日右市(観光キャ ンペーン推進協議 会)
経済効果以外の効果			・市外からの来店客の増加が 見られ各店舗の意欲の向上に つながった。	県内のB級グルメといえば北 原 上コロッケフとうように、北上 コロッケ・北上市のPRが図られ た		NO NO	B級グルメの波にのり、街おこしを模素 住の観光振興を図る。		食の観光振興を図る。	価向上を接換を強めの安定供給及び魚 同価向上を対象の生鮮マクロ類の大 日本有数の生鮮マグロ類の大 日本有数の生鮮である塩産市像市場 が出ているの名を促了ップ を通じた観光資源の創出		・新しい「食」の観光資源として全国に「情報を発信し、 市の知名度が上がった。	中心商店街の賑わい、観光客の増加、おもての心の醸成
	10年 以上	10年 以上	- 4 5 米 ボ	3 4 4 5 4 4 8		- 4 # # ********************************	- 件框 5 米框	- 件框 米	- 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4	10年 以上	- 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4	3~5 無維	3~5 無権
市町村名	超 七 七	图 七 七	樂 七 七	# 기 유		1000年	石巻市	石 巻 干	石 一 中 中	編 中	領	気仙沼市	白石市
セールスポイント	獲れたての新鮮な生う 「でをおりなの貝酸にふ んだんに盛付け、蒸焼 んだした名品。 1章にした名品。 変	 天然漁場から採取した地種だけを使用しためかり感のある窓極の円にだわり。 円にだわり。 関連事業の中でも良度第ケルの産地で 関連なりの産地で 関連なりがの産地で 首った自信の逸品。 	- 極細縮れ類 - 琥珀色の透き通った - 琥珀色の透き通った - ボロー	コロッケとしては珍しい、さといもを使用。地場の素材にこだわる場の素材にこだわる		・素材も所定を使用。 ・素可離 人による各店 独自の工夫。 ・1500円までの面格設 ・産学連携による開発。	石巻のB級に当地グルメで、茶色い麺と後がけ メで、茶色い麺と後がけ 円・ソースが特徴 程	世界三大漁場と称される「金華山沖」でとれる ネタを使用している 1	世界三大漁場と称され る「金藤山沖」でとれる ネタを使用している 1	鮮度・色つや・うま味・ 脂のり」に優れ、日本ー とも言われる目利き人 (中貫人)が「酸選 	神事に倣った伝統的な 製法で作り上げた自然 な塩	豚モッをニンニク味噌 で味付け、焼いたらウ 円 スターソースをかけ、せ 程 ん切りキャベッと一緒 度 に食べる独特の食べ方	油を使用しない麺の製 法 14 15 16 17 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18
中田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田	1個 1,470 (個人向 円 (1)商品 種	200g 500 (個人向 円 (付商品 積 価格帯)	- 200 - 200 - 200 - 200 - 200	1個200 円程		————————————————————————————————————	009	2,000	御職 3,150 ランチ 1,575 田	2,000日 2,000日 人一之 (章) 正本	80g 500円 租	上版極	本 500 1,000 田軸
素材の産事	包 七叔 市 選	四 古 帝 田 二		さたいも、 アスパー、 アスパー、 無毛者 ・ロペーパーク ない。 大に、 はない。 一次 では、 はない。 一次 では、 はない。 一次 では、 はない。 はない。 一次 では、 はない。 はない。 はない。 はない。 はない。 はない。 はない。 はない。		国 		ツャント で成米米 で、ネタは 一番・日本・日本		数のサート なりなり なり なり なり ない		宮城県産 等	一部は白 石産の小 麦を使用
食の名称	焼うに	真崎わかめ	発 石ワーメ	光上コロッケ	[宮城県]	自合づけ井	石巻焼きそ ば	石巻特選 「金華寿 司」	「金華御 勝・金華ウ ソチ」	三陸塩竈ひ がしもの	値 他 動 本	処金治 ポプモン	白石温麺 (まるごと う一めんま つり)

民間と行政の協働・仙台牛・仙台黒毛和中につ (民間主導) いては、地域団体商標に登 (済み・ (済み・	日間と行政の協働 仙台牛, 仙台黒毛和牛につ (民間主導) いては、地域団体商標に登録なみ、	Lo Moss	民間と行政の協働 平成21年B-1グランブリin (行政主導) 横手ゴールドグランブリ(横 -協同組合領手や	部名は際議会 (店舗組織を) (本語 大きな) (本語 大きな) (本語 大きな) (本語 大きな) (本語 大きな) (本語 大きな) (本語の任意 四体) (日本語 (本語の任意 (本語の) (本語	(民國士學) (民國士學) 編十二業語合教 田內容		民間のみ 秋田かやき協議会 (商工会議所内)	1 () () () () () () () () () (医量の今 (大力)を対策	11 高級能力 医臓の シーカル 大学館 かかっかん かんしん アルカー 日子館	民間のみ 元気なふるさとづくり県民運動 動	The Breath Rest Company (大成主導) (株) 工コサカ	民間と行政の協働 第29回秋田県特産品開発 (民間主導) コンクール最優秀賞 サフォーク白神	民間と行政の協働 (民間主導) 平電源新士子推進
—————————————————————————————————————		〈	・地域活性化について、住民自らがアイディアを出すようになった。 ・教心部で認知をはない。 ・教心部で認知をが向 Fl ケ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	年未・横手市の知名度を向上した。 高端 ・ 横手市の知名度を向上した。 600 000 000 000 000 000 000 000 000 00	キー工業が日外田大砂川開発 動物のでいた「秋田市を代表するでは、大型の一部では、大型の あずる洋菓子作り」に、支部の 加盟店等7社がそれぞれの試 活品を出出。後日秋田駅町で 開催した無料試食会で、「あき だロールが世代を関わず高い	新 宇宙 (大水を 株の 大東北 以	・出店や新聞、雑誌掲載により 新たなB級グルメとして知名度 がアップした。 ・加盟店に県外からの来客が 増えた。) au.	田田の学名物として認知され 日田の学名物として認知され によっつる食文化の認知向上。 1~3 年来 満 満	・伝統のあるカナガブを商品化 F ~ 3 することで、地域住民の伝統を 本 寺 る言識が高まった。	B-1グランブリ出場による地名度の向上。	1/イオマスタウン構想に基づき 同1~3 菜の花の作付けを振興し、資 年末 源循環型農業の振興と新たな 活 地域プランドが生まれた。	藤里町のサフォークに対する 1~3 取組がPRできた。 作未 満	五城目町の郷土料理として全 国に定着している。 10年
				横手市		类 田 H		⊒ H ≰	男鹿市	こかほ市	金光市	小坂町	岳 田 騰	1
基幹種雄牛「茂洋」を活用した石巻地域の利牛 ブランド産地化対策「茂 円 洋の郷づくり」に取り組程が、地域の特色を生か	にた優良肉用牛の生産 振興を展開 みやぎまるごとフェス ティバル(10/16-17)に ア パネル雇売 計令	円:アンケードを実施し、 4程後のブランド振興に資度する。	地元で製造された茹で 麺を使用したやきそば	1	年知には無極めぞに まちの米粉を使用。教 田の女性をイメージさ せる白いしっとりとした スポンジが特長。自家 製の生クリームの中 に、年乳で炊きあげた	和のでによったのかって 相ています。ケーキの中 度にお来の意像も採わっ こができます。ツリー こかできます。ツリー が使ったみたらレゼリー を使ったみたらレザリー を入れ、味にアクセント と深みを出しています。	秋田の旬がギュッと詰まった安くておいしいー人鍋 場上の歴史とともに育まれてきた「かやき」を	現代に合わせて副追 に、	 	格伝の漬物作りによる 奥深い味付	度 ・昔のカレーと現代のカ ・アーがあいが(けになっ 円 ている	度 :遺伝子組み換えをして いない100%国産薬種 円を使用し、薬品を使用 程・甘ず昔ながらの圧搾法 程・7200円搾法	に作品できる。 脂肪がつきにく、ヘル アーといわれるボゲット の脂与を、山桜のチッロブジ傭しました。	野趣あふれる味と「だま こ」のやさしい食感
				200 200 200	¥	1000	样	200	————————————————————————————————————	級00	4 存 00	660g×2 ★ 3,400~	100g60C	
15 石巻市 (県内 (県内 円)	.	しもぶりレッ・県内一円 ド		領土できて、問わない	# * -	米粉、秋米田川県産田田川産産田田川市産田田川市産田田田川市産田田田市産田田田市・田田市産田田田市・田田市・田田市・田田市・田田市・田田市	新田から 一番 日本 一番 日本 一番 日本 一番 日本 カンチョン・カード カー・カー・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	かわぶつで 田沢 年氏 伊用 佐田 佐田 大田 でんこう 日子 は 日子 は 日子 に 日子 に 日子 に 日子 に 日子 に 日子 に	性域加工 田である しょっつる しょっつる 発展用し 予度のやき たタ用し そば おタアと	所の指定 瀬を使 から	おいが(7神 昭) カンボ、 あいが(7神 昭) いが、 ペカレー リガッコを	使用 薬々の油 地元産の 薬種	ホゲット山 地元産の 校 サフォー が優し ク種羊肉 (輸し を使用	五城目町
民間主導) (民間主導)	展闘のみ	なった 民間と行政の協働 でき丼 (民間主導) で定着	上げ向 観光協会	物とし 民間上行政の協働 (民間主義) (発信で (民間主義)	カが利 民間と行政の協働 (民間主導) イメー 製光協会 7-7-2 観光協会	にして定 民間のみ	経験食 民間のみ 開発に 物産開発研究会	形り上 民間のみ 加工品 <u>三七7とJAとの協</u> 動	正計等 医間と行政の協働 上げら (行政主導) しば。 美里所観光ギャン 途化 ペーン東行委員会	(50名 民間主導) 発者の (民間主導) 協同 おれた。 商工会と民間 たこと			人们的主题) (有数主题) (有数主题)	大面と11歳の 路電 (行政主導)
. 掛斗	掛井	・各店舗がアイディアを絞った 井が提供され、様々なかき井(が味わえるようになった。 ・な島の新たな名物として定着 ・な島の新たな名物として定着	* してこだ。 ・松島名産のかきの売り 上に寄与している。 	- 夏期における松島の名物とし 民間と行う 3 で定着した。 未・松島の新たな食文化を発信で 6 きた。	・女性層を中心に多くの方が利 目 川 た。 (10 ・7ンチをとおして松島のイメー (10 ・7ンチをとおして松島のイメー (10 ・7ンチをとおして松島のイメー (10 ・8 期における松島の新たな魅 カを創出した。	着した。 着した。 着した。 されまでなかったから焼き体 これまでなかったから焼き体 年素、松島の新たな魅力向上につな がった。 かった。 かった。 大きな島になった。 ボックで	5~10 をきっかけに、新商品の開発に 年来 取り掛かっている。 満	- 併設の	・期間限定て提供する郷土料・3 理としてテレビ等に取り上げら 木 れたことで認知度が向上した。 ・飲食店同志の連携の強化	- たんぶりにつき共通のものを 作ることで町内参回事業者の 創作意欲の上が図らよい 育本意様のの選化がなみれた。 満 非たどんぶりを広ぐのたいこと 記りませんが到りません。 観光客人口を増幅させた。		「みやぎ寿司海道」の知名度も 5~10 あがり、定着してきている。 年末 満	δ₩	δ₩,
5 5 4 4	00 以 上		长 _挺 # ===================================	校 問用 本 計 補	松島野 45~10 新	校 島田 本 世	大總町 年 ※	色麻町 14	無 田 日 田 所 新	英二 世	南三陸四 4米米	塩竈、石巻、 5~ 気仙沼エリア #	拉米男, 大 3~5 和男, 大 4米米 和男 新	3~5 宮城県 年未
田沢田	日用	1	衣 呵 三	数	, T			l .	1		I	福低	4	
宮城県下有数の生産 量を誇 る農作物	良質なホッキ貝の産地 として全国的に名が定 着している	松島の家庭で昔から親 しまれているどんぶりを 提供。			1	養殖いかだからとれた てカキを各自で嫌いて でかられます。 かられまり戻した漁師 カキを知り戻した漁師 だけの楽しみを皆様 に。	地元産の大豆、菊芋、 地鶏を使用	エゴマをえさにし、中性 脂肪を下げ、アレル ギーやアトピーの体質 改善に効果がある。2 リブノン酸を含く含む鶏	の場で収用。390円で度 べ <u>が穏。</u> 地元に伝わる郷土料理	・安心安全な食材 ・デカ盛り・隠し味は愛 情	・素材も地元産を使用。 ・4シーズン約30種類の 1キラキラ丼を町内で提供している。	県産米と新鮮な魚介類使用		泉か開発した品種
	良質なホッキ貝の産地 として全国的に名が定 円 着している 程 権	松島の家庭で昔から親 しまれているどんぶりを 提供。	工幣板		松島のホテルや食事処 のプロの料理人による コンテスト人賞作品を 建能できます。		地元産の 地元産の 大豆、菊 生、 大豆、菊 生、 地鶏 250 円 芋、地鶏 250 円 を使用 を使用 を使用	エコマをえさにし、中性 地元産の「一杯350 脂肪を干げ、アレル エコマを (たま ギーヤアドビーの体質 えさにし、ご飯 改善に効果がある。 た難の卵 食べ放 円リノレン酸を多く含む鶏	750	・安心安全な食材 ・・デカ盛り・隠し味は愛 情 食材を使 2800~ 円 用 2800 程 用 度	・素材も地元産を使用。 ・ まかーズン約30種類の ・ 4シーズン約30種類の ・ 4カンーズン約30種類の ・ 1500 相 トラキラ丼を町内で提 使用 使用			150~

					[mil		I	
・平成21年8-1グランブUjn 機手ゴールドグランブリ(横 手やきそ(ば暖簾会)					元気なふるさとづくり県民運動		第29回秋田県特産品開発コンクール最優秀賞	
民間と行政立場。 (行政主導) ・協同組合模手や きそば暖簾会(店 舗組織) ・残争やきそば研 っ会くは研算の が着できまます。	医間と行政の協働 漢子[東連節] 東子[東細合教] 田支部	民間のみ 秋田かやき協議会 (商工会議所内)	民間のみ しよっつる利活用 権進協議会	民間のみ 百彩館	民間のみ 神代地域活性化 推進協議会	展間と行政の協働 (行政主導) (株)エコサカ	民間と行政の協働 (民間主導) サフォーク白神	民間と行政の協働 (民間主導) 米消費拡大権進 委員会(住民の任 意団体)
・地域活性化について、住民自 さがアイディアを出すようになっ がので認知度が向上した。 ・静心部で認知度を向上した。 ・機手市の知名度を向上した。		・加古の参加閣、雑誌掲載により 厚 新でなる数グルメとして知る度 がアップした。 ・加盟店に県外からの来客が 増えた。 四天王文正規を新町で実施し たとにより中心市街地にござ たとにより中の市街地にござ たいをもたらした(朱編者数 5000人)	関係の著名物として認知され はじめている。 しょっつる意文化の認知向上。	・伝統のあるカナカブを商品化することで、地域住民の伝統をすることで、地域住民の伝統を守る意識が高まった。	Bー1グランプリ出場による地名度の向上。	バイオマスタウン構想に基づき 厚 菜の花の作付けを振興し、資 源循環型農業の振興と新たな 地域ブランドが生まれた。	藤里町のサフォークに対する 取組がPRできた。	五城目町の郷土料理として全国に定着している。
5~10 #摧	4. **	3~5 # **	4.7 4.8 4.8	- 世 - 世 - 世 - 世 - 世 - 世 - 世 - 世 - 世 - 世	3~5 米瓶	- # * * *	- - - - - - - - - - - - - -	10年以上
養 中 中	及 田 中	秋田市	展 由 十	こかほ市	但北市	小坂町	塩	五城目町
地元で製造された茹で 麺を使用 いたやきそば	生地には環路を対して まりが対象を開まめ 田の女性をイメージを せる日い、コシピルト スポンジが特異。 製のモクリームの中 に、年期で吹きあげた。 日かきたこまちをあわせ に、15米の意感を持つ 屋ににまるをのを表す。 日本の中には環座の鑑制 を使ったみたにピリー たの中には環座の鑑制 を使ったみたにピリー をみれたにピリー を入れ、成こプやロント	数田の旬がキュッと語	新្難系価やきそで	秘伝の遺物作りによる 奥深い味付	昔のカレーと現代のカ ドーがあいがけになっ 田 ている 程	遺伝子組み換えをして いない100%国産薬種 円を使用し、薬品を使用 程 せず昔ながらの圧搾法 度 で搾油している	脂肪がつきにくく、ヘル ツーといわれるホゲット の脂身を、山桜のチッ ロど、燻しました。	野趣あふれる味と「だまこ」のやさしい食感
(D)	★1 1000 正 断		- <u> </u> <u> </u> <u> </u> <u> </u> <u> </u>		本 o 田程樹	00	100g600 H	0 田類倒
問わない	英田田 本本 大米 大田田 本本 大米 大子 大手	は 日 は は は は は は は は は は は は は	を でなった。 でなった。 でなり、 でなり、 でなり、 でなり、 でなり、 でなり、 でなり、 でなり、 のの、 では、 のの、 のの、 のの、 のの、 ののの。 のの。 の。	地元産の 火野蕪を 使用 500	もに磨り エリンボ、一杯 器、こ、ジ リガッコを 400 毎 毎	地元産の 666 菜種 本 3,4	地元産の サフォー ク種羊肉 を使用	五城目町 産 あき たこまち
横手 でデ デ	あきたロール	秋田かやき	男鹿 そば かかき	焼畑火野カブ漬け	あいがけ神 代カレー	菜々の油	ボゲット 数 編 し	だまこ鍋

烜			セールスポイント ・肉厚でパッとした食 成と独特のキみが特	市町村名	日本 10年 日本	経済効果以外の効果	形態民間のみ	表彰歴等
(1) (2) (2) (2) (3) (4) (4) (4) (4) (4) (4) (4) (4) (4) (4		(数で) (数で) (数で) (数で) (数で) (数で) (数で) (数で)	一般では対してある。 一様の部分はご節を巻 ・嫌の部分はご節を巻 ・用いたりで食べる。 程・地元機家が栽培した 度・青菜を開発して加工 し、化学保存料は一切 使用していない。	日子		・主に地元の直売所での販売をしているため、地元への厳名をしているため、地元への集客につながっている。また、知名・度向上にも貢献している。	(有) エーコープ ŧ とさわ	
(協賛金 として 日 日本一大き 300円以 祖 つくる芋煮 上) 度	日報 日 (4%) 14%	日本 一大	大きい芋煮鍋で	三多十	10年 十 十	・「辛煮」といえば「山形」といわ かるほど、知名度・認知度があ がっている。 ・羊素自体の知名度の向上。	民間と行政の協働 (民間主導) (民間主導) 商工会議所) - 平成20年度山形県経済同 大会より表彰。 - 中成19年容器包装37推進 環境大臣受賞賞(地域協働 部門等励賞) - 平成19年日本化機協会よ ・ 平成12年建設大臣より表 ・ 平成12年建設大臣より表
1575 円 地元産の素材を使用し 程 た珍しいワイン 度	田地元産の 程 た珍しいで 種	地元庫の当た物しいて	素材を使用しいた	中田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田	70 万 十		民間と行政の協働 (民間主導) おしんすももの会	
・山辺産の飼料用米を 円・食べて育った豚 程・肉質が柔らかく、脂身 度・が甘い	・山辺産の ・山辺産の 田 食べて育・ 程・肉質が引程が付せい	- 山辺産の 食べて育・ - 肉質が引 が甘い	山辺産の飼料用米を をべて育った豚 内質が柔らかく、脂身 パ甘い	山辺町	- 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4	新たな地域プランドとして町を PRできている。 で置うの食材として児童に説明 いかすく、子どもたちに地域自 との材料として理解されている。 る。	民間と行政の協働 (民間主導) ・山辺町水田農業 推進協議会 ・(株)山形ピッグ ファーム	
地元の有名様き鳥店を 100 円 中心とした焼き鳥の屋 程 台村 度	地元の有 田 中心とした 種 合村	地元の有 中心とし <i>t</i> 台村	名焼き鳥店を -焼き鳥の屋	寒河江市	— ₩ ₩	地域の賑わい創出につながっ た。	民間と行政の協働 (民間主導)	
林300 田 (14年) (14e)	回	ざ光 町の がには多 かるには多 あること。	加北町の郷土像、全国 加北町の郷土像、全国 和ドロは多しいタイプの 超 よば(冷れしいけそは)で 度 あること。	所 光 元	世 概	中間主体のおこしであるこ とが認知され、金月・ボイーターとして参加希望者が増加 ケーとして参加希望者が増加 た。現内初の取組みであること で、マスコミなビに取り上げら かった。マスコミなビに取り上げら がった。・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	民間のみ かほぐみたいぬそ ば研究金(住民の 在意団体)	
1.150 円・山菜、そばなど材料は 程 すべて町内産 度	田 世 本 ※ ジン に で で で で に で で で で で で で で り で り で り で	は (水) (水) (水) (土) (土) (土) (土) (土) (土) (土) (土) (土) (土	ずなど材料は 内産	田三田	以 以 上 上	月山山菜そばの認知度ととも に町の認知度も向上した。	民間と行政の協働 (民間主導) 月山山菜そば組 合	
長い伝統 (1500 えながら、 (12カ商 円に根ざし (12カ商 日に根ざし (14 元 報道は 格帯) 度も手がけ	長い伝統 スながら、 カながら、 田 に 横ざし が 報告 す。 職造 度 る 欧 塗 糸 度 手 が げ	長い伝統 えながら、 に根ざし す。醸造す る欧州系、 も手がけ	長い伝統と経験をふま えながら、山形の風土 同一で成としたフィナリーで 相子・顕造専用品種であ 程。る欧州系ぶどうの栽培 度・4年がけています。	朝日町	10 4 1	「リルにピフインのさた緑田町」日のセッチフレインのでは、町 の銀をかっており、知め度向上 に関している。 ・画館でナンカールでの製 ・画館でより、カールでの製 ・画像により、藤田力が向上し、売 上に関係。 即のイメージファフ にもつながる。	民間と行政の協働 (民間主導) 第3セクター	2010国権ワインコンケール 敬賞 (8製品) も多数
地元の酒 2000 水、地元((主力商 円 地元の酒 品の価 程 取扱と、3 格帯) 度 だわった。	地元の通 水、地元の 水、地元の 水、地元の 地元の を を がある。 を を を を を を を を が を が が が が が が が が が	他元の海 水、地元の 他元の 関数と、4 のおりた がわった 動品	地元の酒米、地元の通 水、地元の酒造会社、 小地元の酒店店のみの 日、地元の河底店のみの 程、行わった農商工連携の 産だわった農商工連携の 商品	大江町	10年 以上	農商工連携、地産地消の商品 であり、町民の誇れる町の特 産品どなっている。	民間と行政の協働 (行政主導) 大江町地酒推進 会(行政や農商工 団体で構成された 任意団体)	
10K 3,680 地元産の米を雪室で保 3K 田・持し、付加価値を付け 2,000 猫 て販売 980 度	地元産の 田 存し、付加 程 7販売 度	地元産の3 存し、付加 て販売	米を雪室で保 価値を付け	村田市	22~10 ₩ ₩	認知度が向上した。	民聞と行政の協働 (民間主導) JA	

表彰歷等					2006秋田県商工金に当地イ かめレストリート部門にて最 ・高度 2010年日本テレビ系番組 [SUPER SURPRISE]の「二 当地最新路級グルメベスト 50」で、第8位						
形觀	民間と行政の協働 (民間主導)	民間と行政の協働 (民間主導)	民間と行政の協働 (民間主導)	政の協働	引	民間のみ 美郷町 商工会女 性部		民間のみ JAうご	民間のみ JAうご		医間と行政の協働 (民間主導) 公、生産者の協議 会等
経済効果以外の効果	減反水田活用により現金収入 につながった、又、町の特産に なりつつある		減反水田活用により現金収入 につながった、又、町の特産に なりつつある	源反水田活用により現金収入 につながった、3、町の特産に なりつつある	中の科学者の意識が前向き 目 (ごなった 交流人口の拡大 ・町の知名度が向上 ・町の組の原材料を使うことに(は、19、原材料の生産、加工商品 代、販売のサイクルができた	になった。 になった。 になった。 ・交添人口の拡大 ・交添人口の拡大 ・の知の組みを使うことに。 ・のの解析料を使うことに。 は、販売のサイクルができた。 化、販売のサイクルができた。			サブカルチャー世代の若者が、 通年観光客として訪れている。		議職団・北京の知名度向上 ・地域文化(在来野菜と食文化 (等)の見値し ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・
開業	3~5 #維	5~10米瓶	5~10 無無	5~10#据	 	~	- 件框 5 米框	- 世 - 米 - 米	4 4 4 4 3		10年以上
市町村名		年 三 年	屋三 井	超三 井	美總田	機器	沿後町	为後甲	羽後町		鶴岡市 (旧鶴岡市)
セールスポイント	地元産力ポチャ、国産 小麦粉にこだわり製造	井川産そば粉100%使用		井三産食材使用	美郷町内産の厳選素 村だけを贅沢に使って いる	が展りの日午華瀬、あ 「五・なると・わまが見 のシンプルな中華。学 生を中心にした人気メ ニューを模刻。	高品質米と美少女イラストを使用したパッケーンのコラボレーション	羽後町産黒毛和牛を使 用したカレーと美少女イ リラストを使用したパッ ピケージのコラボレーショ ぎ ソ	等級A-規格2Lのスイ カと美 少女イラストを使 用したパッケージのコラ ポレーション		調画園辺の限られた地 様で江戸時代から農家 が大切に守り生産して きた枝面の在来種。外 観はサイが赤モで、 いれも変に、童味は他 の枝豆と比較して糖や 円 アミが着生が多く。 用からが着して糖や 所が、多くの消費者の支 はかくがの消費者の支 はなすかいと一い のこの等でもした。 のこの一般ででしる。 が15年のキリンピーリ のこの等でも取り上げら
	田程度	田程度	日程度	日程度	₹		T 845 100	T #5. EG	日梅飯		上海 E 程
曹	220	520	510	120	920	₩ 00 200	精米2k g1,520~	送 が 大 大 1,764 1,764	3,150		+ E ロ標 十級
素材の産	胎 元 藤 カ ボチャパ ウダーを 毎 用	若元そば 悲100% 使用	地元 元	活り で で で で で で で で で で で に で で で で で で で で で で で で で	黒肉ケン類等は郷使和シンニ、等、の金は郷内和シンニの生物の生命の生命用用サイインに野籍がて生命用用サイイン。英田村の大田田田は、大田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田	名の元連組入類的に対して表現で表現で表現で表別を表別を表別を表別を表別を表別を表別を表別を表別を表別を表別を表別を表別を表	と と を かか かか た に	送後 ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・	羽後町産 夢あきた (スイカ)	 	題臣
食の名称	かぼちゃう どん(乾麺)	そば(乾麺)	そばもち	そば饅頭	美郷まんま	美郷たぬ中	美少女パッケージ カージ あきたこま	兼 ケ ケ ル ル ル の の の の ト ン 一 が 一 が 一 が 一 が 一 が し が り で し が り で し が り で り で り で り で り で し で し し し し し し し し	美少女パッケージ ケージ 夢あきた	【山形県	だだちゃ豆

# 50.200 相談	- 6	食の名称 素材の産 地	画		セールスポイント	市町村名	翼屋	経済効果以外の効果	龙	表彰歷等
	八冊		105円~2,600	円程度	12,000年前の編文草創 明から受け継ぐ際性上 技が、各商品(27商 品)に込められている点	• • •	% ↑ % **	・「たかはたブランド」として、町 が認識するにより、即力製 通業や無償を出産が目の体が じ方向性を持って衛品づくりに 型り揺むによが可能になった。 ・一・一・一・一・一・一・一・一・一・一・一・一・一・一・一・一・一・一・一	民間と行政の協働 (行政主導) たかはたプランド 権権部分・メイドインたかはた認証委 員会、町内企業・ 団体18(社・団体)	ブランドマーケ商標 登録 (H2.1.1月)
地元後の	紅大豆	二 田 田 田 田 田	1kg35(円程度	代々受け継げれてきた 赤い大豆。甘みが濃 い。血圧上昇抑制機能 並分が含まれている。	山形県川西町		・生産団体が結成され、生産量 が増加・高等者目よりが商品 が開発され、地元高校生も生 産を行いながら、町 民一体と 産を行いながら、町 民一体と 変か了 C 広 PRU ている。 学校結 食のメニュー「加えられ、食育 を作述している。	E間と行政の協信 (行政主導) 川西町紅大豆生産研究会	が 平成21年、JA全中主催ごは - 大の民楽期プロジェケトで高校 生グループ「紅大豆本舗」が 第3位入賞
#5元度の	夢	地元産の ・ 雑穀「た かきび」を 使用	—————————————————————————————————————	円程度	土・肥料にこだわった雑 数を使用	¥	 	「雑穀といえば小国町」と、焼酎 だけでなく町や雑穀の知名度 が向上した。	民間のみ 小国町商工会	
10年 開発店舗の15年 17年全手打ちの十割そ 10年 開発店舗の15年 17年	3.5	地元産の 雑穀「た かきび」を 使用	17595 250	円程度	おぐに産雑穀と置腸産 豚肉が口の中で弾ける ような食感	H		雑穀を活用した商品開発の先駆けとなり、他の商品を生み出す契機になった。		
(日本) 1750 円 (17.5.7 (開送の計可を	表		~ 009 800	円程度	完全手打ちの十割そ よ 「隠れ」の言葉のとおり 看板の無い店舗			既存店舗のIBか、各地域が主催する「漁野そばまつり」などがも「漁野をはまつり」などがあり、どか村そばまつり」などがあり、 蕎麦を核にした地域づくりも進行中。	え聞と行政の協働 (民間主導)	
	どぶろく	藤	4合	日程度	ビぶろく醸造の許可を 早々から得ており、技術 早々からで変積があります。 子のでも上位入賞 全国大会でも上位入賞 を異たしています。		5 	飯豊町の知名度向上 動能元の知名度向上 動能元の知名度向上 少して、このかん、饅頭、モナカ、 カステラ、アイス、カクテルなど)	民間と行政の協働 (民間主導) いいで旅館 緑のふるさと公社	全国とぶろく研究大会 15/10で旅館 15/10で旅館 第4回(21年) 最優秀賞 第4回(21年) 最優秀賞 第5回(22年) 人質 第5回(20年) 人類 第5回(20年) 人類
17-26	正内バー ガー	压内地域		円程度	主内の旬のおいしさを 疑縮 (特定の食材を通 年で使用するのではな 、、季節に合わせて、圧 内各地の旬の食材を使 用する形で商品化を目 指している。)		一瓶 米		民間のみ町観光協会	
10年 1750	1,4 1,0		5kg 3300	円程度	时内の生産者10名が 主内こめこめテームを 市内に、食味量視の特 引栽培コシヒカリのマ ニュアルを作成して生 奎している。	压功即	0 ★ **	真像味米のルーッ「亀ノ属」祭 样の町として「おいし、米の里」 圧内町をPRできた。	民間と行政の協働 (行政主導)	
山形県酒 (日 1/4 (1 2 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	龍金		3kg 3,000	円程度	明治初期には皇室にも 乾上されていたという 程の粘りが強く食味も 良いもち米		67. 年十	마른 기기	ならなる 世典 (単元) 中央 中土 中参七	種苗法に基づく品種登録 (H1329) H144.11放映日本テレビ系 別「どっちの料理ショー」で勝利
11万元 11万元	100		300 ★	円程度	差部分が赤い1本ね ぎ。平田地区で江戸時代以栽培されていたも のを改良		5~10 米 米		民間のみ 住内みどり農業協 同組合平田赤わ ぎ部会	地域団体商標登錄(H19.1.12)
1730 町内の耕作放棄地で裁 ~3 耕作放棄地でのサツマイモ教 (720m) 円舗したサソマイモを使 遊佐町 年末 - 指面積が拡大した。 適 指面積が拡大した。	医 生		900cc 480	円程度	鳥海高原牧場の生乳を 使った濃厚なヨーグルト		2~10 米無	酒田市八幡地域に新たな3 グルト工場を設置したことに り雇用を創出。また、新商品 発により路農業及び酒造業 連携した事業を展開できた。	民間と行政の協働 (民間主導) 鳥海やわた観光 株式会社	
	華っ	+ 地元の芋 を使用	1,730 (720ml)	円程度	町内の耕作放棄地で栽培したサツマイモを使用。 用。		- 叶瓶 - 叶瓶 - 米	耕作放棄地でのサツマイモ栽 培面積が拡大した。	民間と行政の協働 (行政主導) 遊佐ブランド推進 協議会	

表彰歷等			平成13年 かおり風景100選に認定		2010食肉産業展絡将ポーク ・好感度コンテスト「最優秀 賞」	H20年 最上農業賞 H21農林水産大臣賞		米においては、米・食味鑑定 ・出場会主権の米食味分析鑑 アコンケーニの際大会において存集の不存集の表情である。 いて毎年最高レベルの評価 を受ける。(出品部門など多数)	第1回鮭川うまいもん展示会最優秀賞受賞		
光 觀	民間と行政の協働 (民間主導) JA	民間と行政の協働 (民間主導) (民間主導) 居花沢市そば生産振興協議会	民間と行政の協働 (行政主導)	民間のみ 愛をとりもつラーメ ンの会	民間のみ織大商	民間のみ民間のみ民間のみ	民間と行政の協働 (民間主導) (民間主導) 最上広域森林組合	民間と行政の協働 (民間主導) (民間主導) (民間主導) (民間主導)	民間と行政の協働 (民間主導) LLPフリーハンド	民間と行政の協働 (民間主導) LLPフリーハンド	民間のみ
経済効果以外の効果	知名度の向上 就業者の増大 耕作放棄地の抑制	居花沢市内のそば店等により … 「最んのほぞ」。電形がそば新 道を立上げ、七本でのPR書 即等により「属花沢市」と「属花 沢そば」の知名度が向上している。 る。	「そばといえば大石田町」という ように、大石田町の知名度が 向上した。	山形新幹線新庄延伸を機に会 を結成。 地元昼食の 目玉となった。	地元住民の雇用の場の創出	全国シェア12%で、都心での 認知度が上 <i>がっ</i> た。	・上質の原木なめこが栽培でき る清浄な環境であることがア ピールされる。 ・豊かな森林資源に恵まれた 土地であることを原水なめこを 通じて伝えることができる。	は関ない。 上により、真室川ブランド窓立 制度をものの面値があか。 化べこと。 他の無産物生産者はブランド・ 認定品となること目指すきっ ・形になっている。 ・認定制度導入により、その枠 ・認定制度導入により、その枠 ・認定制度導入により、その枠 ・認定制度導入により、その枠 ・超かの中で町が構造的に産品 アビールを行えるようになっ	・地元産農産物を使用した加工 品の開発が促進された ・村のお土産品として定着して きた。	東京のオテルマのプレゼン は 地元体のの 国である [ことを認知させた。 一記様に ている自然公園の窓 ・ 選供している自然公園の窓 ・ 対度と集容数の向上に繋がった	村の韓国文化を紹介する施設 と合わせてPR効果があった。
異型	- 仲瓶 - 朱	4 年 未	10 以 上	10年 以上	- 件框 - 件框	10年 以上	10年 以上	℃ 米	- 件框 - 米	2~10 ₩ ₩	5~10 米米
市町村名	東根市	山形県尾花沢市	大石田町	新庄市	他山西	电水电	とという。	軍三軍	華 川村	鮭川村	戸沢村
セールスポイント	生産量日本一 1 佐藤錦J発祥の地 g	原種子による尾花沢そばの提供	付け合せの漬物が盛り だくさん	地元で食されてきた鶏 モッをラーメンにトッピ ング	肥育時の推肥を利用し 1 た飼料米使用した循環 1 型機業に取り組んでい 2 る。	完全無農薬栽培	生産量が全国トップクラス 原本栽培の発祥地と 原本栽培の発祥地と 程もいわれている。 表培環境が適してい	・栽培方法や生産方法 にごだわり、この土地の 程規模を活わり、この土地の 程度を正かして栽培生 度産されている。	・全国的にも珍しい、地 元産の食用ほおずきを 程 使用。 度	・地元特産のきのこを7 ・8種類使用。オリジナ 用、ルのタイで食する 程・きのこのしゃぶしゃぶ 度(14全国的に珍しい	
	□ #€ #©	腹形は午に掛い(の円程度)	免 0 円程度	円程度		円程度		事 55 0 田 群 蚕			7.0 7.0 番番
曹	1kg 5,000~	(今年度 より属花 アウば 原権保 関係保 かってい	 €08	009	3675 (しゃぶ セット 大学 大型)	100g 150	1-kg 500~ 600	最小単 位で50 ~ 200	————————————————————————————————————	1500円	4食入り
素材の産 店	東根市	山形県 尾花沢市	地元産の ンバを使 用		地元 料米を使 用し飼育	中 トラップ アーム	甲內	用	地 地元 東田 東 東 田 田 田	地元 のこを使 用	地元産 そば粉を 使用
食の名称	ひがしねの 佐藤錦	尾花沢そば	手打ちそば	愛をとりも っ ラーメン	米の娘ぶた	年帯マッツュルーム	原木なめこ	真室川ブランド認定の 米に配った を・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	(まおずき ジャム	「きのこ田」 画」 離」 はいる はった 体った 体った 体った は の の の の の の の の の の の の の	河光 種 子

表彰歷等								・平成元年西白河郡改善グ ループ料型コンケール福島 				不明			
形觀	民間のみ 平田村商工会		民間のみ ブルーベリー倶楽 部	展聞と行政の協働 (民間主導)	行政のみ 自河市 産業部 農政課	民間と行政の協働 (行政主導) 販売店	民間と行政の協働 (民間主導) JA 民間	民間のみ 川谷生活改善グ ルーブ(住民の任 意団体)	民間と行政の協働 (民間主導) おらがむらの特産 品(愛郷やき本舗)	民間と行政の協働 (民間主導) 活蔵大木代吉本 店	民間と行政の協働 (民間主導) 泉崎村自然藩生 産者組合		民間と行政の協働 (民間主導) ふるさと産品実践 協議会	展間と行政の協働 (民間主導) ふるさと産品実践 協議会	民間と行政の協働 (民間主導) 矢祭町特産品開 発協議会
経済効果以外の効果	新商品開発に対する意欲の向上	全ぐ新しょのでなく、 善食べら れていたものを再現すること で、食の見直しができる。	耕作放棄地の解消 研究会(ブルーペリー倶楽部) の発足 H22.6	食のふれあい交流会を通して、原地元住民と首都圏等からの移(性者との交流を深めることができた。		地産地消の意識が高まった。		地域を訪問する観光客が増加した。	地域振興への住民意識が高まった。	地域振興への住民意識が高 まった	地域振興への住民意識が高まった。	知名度がアップした。		ше	安心安全な食のPRIこつながっ ている。
報覧 関	年 来	年 紙	2~10 米米	- 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4	- 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4	7 4 4 3 3 4 4 3	4 米	70 年 十	- # ** **	5~10米瓶	5~10 #米 斯	10年	10年	10年	- # - # - * #
市町村名	日 本	中殿町	田幸田	小野町	日河市	田河市	日河市	因總村	泉崎村	泉崎村	泉崎村	中島村	矢吹町	矢吹町	火祭
セールスポイント	アルファリノレン酸豊富 ・な平田村産えこまを及 に右館にもたっぷり使用 日しています。えごまの属 程、味と味噌の味わいがよ ぎ、い。	古殿町で作られた米と 小豆を使い、甘子ぎず 小豆を使い、甘子ぎず 素朴な味は、曽像かし 円いお菓子と「乙だけで 相びく、今の人たちにも満度 展记してもらえる味であ 6-2。	- り 数種類のブルーペリー - か を自然を味わいながら - ち 日 つみ取りすることができ - 20 種 ます。	地元の食材を使用し、 素材の味を最大限生か した料理	市内で生産される農産 一 物や、その農産物を主 で、 同様とする加工品をブ は 日 ランド化 度 程	地元で生産される食材 を使用	米粉20%のラーメン	地元産の食材を使用	皮にハトムギを練りこむ	酒米に地元産米使用	純泉崎村産	朝どりの野菜	流通が少ないすぐりを 活用、独特の酸味があり、ヨーグルト、アイスクリームとの相性抜群	地元酒蔵の大吟醸の 酒粕を使用した風味豊かな粕漬け	ph9.1、硬度7.0のアルカ リイオン軟米
		りク 円程度	3.46g 円程度	日韓度	こな円程度	円程度			ト程度	日程度	円程度	円程度	円程度	円程度	円程度
曹	6ヶ人 580円、 3ヶ人 290円	5個入り 1パック 320	<i>つみとり</i> 30分あ たり500 円	000_	商 より異な る	1個	500	158	6個入	1,300	3,000		1 400	2008	—★ (500ml) 120
素材の産 店	平 日 日 ス ス タ み み か と で が 一 ま に ま に ま に ま ま ま ま ま ま ま ま ま ま ま ま ま	上殿町	岳 乗 川	小野町	回	福島県 産	日河市産 米粉を使 用	地元産の 高原馬鈴 華、牛乳 を使用	泉崎村産	泉崎村産	泉崎村産	中配本	すぐりは地元栽培と地元栽培産を使用産を使用	地元生産 のウリと きゅうりを 使用	馬
食の名称	えごま味噌 まん	ねむった き き	グ イブ ドービ	まんがに、 地元の野 救や山森 の天ぷら、 地涵等	由河ブラン ド	だるま バーガー	米 ボールボ イ	ポテトまん じゅう	搬篭 ひゅ (おやき)	愛郷の輝き (日本酒)	愛郷の恵 み (自然薯)	夏秋野菜	ゲーズベ リージャム	いいなづけ (粕漬け)	矢祭の水
ĺ			ンクーン獣	ランド認証 至 _日 コンクー 08 (優秀 秀賞)						いて第11 コンクール国 、2888検体 金賞に3人					

表彰歷等			福島県特産品コンクール奨励賞受賞	2007 福島県ブランド認証					前年度当村において第11 回来、食味館だコンケール回 際大会・機能にコンケールの の中から権行の金質に3人 選ばれた。			
龙	民間のみ ふくしま餃子の会	5間と行政の協働 民間主導) 3光協会	民間のみ しらさわ直売所	民間と行政の協働 (民間主導) (株)川侯町農業 振興公社	民間のみ 郡山ゲリーンカ レー愛好会(任意 団体)	民間のみ ずかがわ岩瀬農 業協同組合	展間と行政の協働 (民間主導) JA	民間と行政の協働 (行政主導)	開 のみ : : : : : : : : : : : : : : : : : : :	民間と行政の協働 (行政主導) 天栄村ヤーコン生 産組合	民間のみ 合同会社あすかエ コテック	民間と行政の協働 (民間主導) 玉川村生産物直 売所(こぶしの里)
経済効果以外の効果	福島市の名物として定着しつ つあり、誘客を促進している	市内の飲食店が、ひとつの目 国 日に向かって来向して取り組む 新たむ体制の構築が図れた。 新裔品の開発に取り組む飲食 耐 店が増加した。	・都市部での認知度が向上	川優シキモ郷子珠、川優シャモ トッグなどの定番メニョーも 脳単上、川優といえばシャモと 日かれるように対り、川優シャ モまうりの来場者・売上供に 年々上昇しており、川優の メージが定着してきている。	郡山のご当地グルメといえば 「こおりやまグリーンカレー」と いう声も聞こえるなど、市民に も親しまれてきている。	須賀川市内の学校・病院に「ほたん姫」を提供		農商工連携のきっかけづくリ 「牧場の幸」のPR効果	新春度当村において第11回 米・食味館にコンタール国際大 会を開催し、2886歳存の中から 催行の金貴に3人選ばわた。	天栄村3大プンドとして位置 り工程の上が、村をがすて 砂部の、ヤーコンジだい、ヤー あったなどヤーコン製品が参数 カンボルギーコン製品が参数 ものり、新聞 ・レビなどで大きく 取り上げられ、ヤーコンの村と 取り上げられ、ヤーコンの村と して知め度が上がった。		
	- # * * # * * #	- 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4	5~10 米握	10年	年福	5~10#推	- 世 - 世 - 米 - 世	世 採	~3 0 ★ 10	10年十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二	- 世 - 世 - 张 握	- # ** **
市町村名	福島市	二本松市		三侯甲	都山市	須賀 市 二市	田村市、三春町、小野町	總石田	X ※ 本	天業村	石三町	玉三村
セールスポイント	1回20~30個の円盤状に並べられた餃子	亀谷坂露伴亭で提供しているカレーはviCAニマいるカレーはviCAニマンが新野外国語講像が外国語講像技術のスパイスにこだかった本場のスにだかった本場のスリランカカレー。	特産品とろろ芋を皮ごと粉末化し、麺に練り込んだ。	ン々モ肉本来の味、歯 にたえ、ヘレシーな食 材 た。	郡山産の米や野菜を 使ったルーが緑色のカ レー・取り扱う店がそれ それのレンピで作って まかソージナルの味が と、サージナルの味が	玄米の斯厚が19mm以 上で、登録検査機関で 接着を受けた1等米の お米 2 2 2 2 2 2 3 3 4 3 4 3 5 4 6 6 6 6 6 6 7 8 6 7 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8	低エルシン酸(人体に 有害とされるエルシン 酸の含有量が低い。)	地元のお米を100%使用 し、じっくり仕込みまし た。米の旨味を感じさ 日 世酸味とのバランス良 野好。すっきり飲みやすい ぎ 活酒。	天栄村の山々からの清 森化でネクル豊富な美 森化でネクル豊富な美 に育まれた環境のも に 資まれた環境のも と 安少 安全なコンに カリです。	天栄村で栽培している 天栄ヤーコンは、ステビ アを財布して甘みを出 す他の方法と遭う栽培 方法で無農薬で栽培し ている。	石川町産酒米でつくった治盤に唐辛子を漬けた治盤に唐辛子を漬けいるんでつくった石川版記コーレーゲース	玉川村産のさるで作ったフイン。ビタミンCが ローサラン、ビタミンCが 日豊富で、呑みやすい口 ヨー当たりが好評です
車	四四 (1,500 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田	0001	一箱 (5食 分) 1,000 財	100gあ たり300 円 ~350 程	500~ 1300	第米 等25,000 円、10kg 3,700円 (4によれて 火質者 検費も 火質者 大型者	900ml 1500 超型	1800ml 2.478 円、円 720ml 程 1,260円 度	極特 一部 1. 2. 5. 1. 3. 6. 1. 8. 6	1kg 300 円	550~ 田 600 韓	1,890 用
材の産	ļ 	コート の発験を 野様、おいいしいコントルにいる 等の食材	地元産と とろ芋を 使用	三侯野	米において、金の一の一の一の一の一の一の一の一の一の一の一の一の一の一の一の一の一の一の一	震 三 三 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日	田村市、三春町、小野町	鏡石町 特別栽培 米コンに カリ「牧場 (計さば)	₩ ** ** ** E E E V V V V	K ₩ ‡	后 三 三	田三井
食の名称 類 (福島県)	田離餃子	安達太良カレー	とろろラーメン	二俣シャモ	こおりやま グリーンカ レー	福島県須 賀川産コシ ヒカリバぼた ん姫」	たむらの 種油	地域「 ・ ・ ・	Κ ₩ Ж	来 ** - ン L	鬼のなみだ	さるワイン

金	規格による。日間による。	旧会津藩士が北海道で 税がに対りたいんこ 開係の次1を 平成に 程なって会津へ里帰りさ 度せて結果させた。 有機栽培・特別栽培な ど仕学台成議議、仕学 ビー学の信用を加入。	会津若松市 磨多方市 会津坂下町 会津坂下町 会津若松市	407 443 443 443	金澤瀬のかりのリんごというストーリーと希少価値を活かして、ジュース・ジャム・線天・バー・グラース・ジャム・線天・バー・ガレットなどの加工品が開発を行ている。 電津野彩の余韓胡瓜を使った 浅瀬け・三五ハ瀬ド・ぶどうの はドライブル・淡瀬けり	民間と行政の協働 (民間主導) (保団主導) 案行委員会 実行委員会 民間と行政の協働 (行政主導) 会連野菜等ブランド	
十 元 発 大 内 産 を 国 を を 国 を を し 田 の は の は は り は り は り は り い り い り に り い り の り の り の り の り の り の り の り の り の	315	度にだわった、独自基準 じゅうねんは高蛋白・高 脂肪を含み、アルファ・ 円リノン酸が多く含まれ 程「て、しかも芳香が有り風 産「で、しかも芳香が有り風	下総門	10年以上	いる。 地域活性化について、住民自 らがアイディアを持ち寄るよう になり、一丸となって取り組む ようになった。	ト1C推進策議 民間と行政の協働 (民間主導) 企業組合十念しも	
型 を い い か か か か か か か か か か か か か か か か か	350	この地域では珍しい ジャージー牛から搾乳 されたコクのあるミルク 中本来の味を十分に生か 種したのが特徴	東	- # - # - #	道の駅にもごう」での地元産品 出展に向け、行政と民間一体と なって取り組むようになった。	展聞と行政の協働 (民間主導) 鶴ケ池農産物加工 組合	
地元 ネパラガ スを練り 込んで使 用	750	健康によいとされているアスパラギン酸を練り日、シアスパラギン酸を練り日、かんでおり、普通の程、ロールケーキに比べ味度、サい深い食感が特徴	南会洋町	3~5 米瓶		民間のみ 企業組合とんぼの め	
児産、 内産ス まを使 用	1575	只見産のえごまに頑な にこだわり天日乾燥し 円たえごま油は中高年の 程健康づくりに効果的 度	只見町	3~5 #維	地域活性化について、住民自らがアイディアを持ち寄るようになり、一丸となって取り組むようになり、本うになって、ようになっている。	民間と行政の協働 (民間主導) 只見農産加工企業組合	
野菜に 定産を使 用	400	円見町ではタレで味付けなれる。 「なれた」を付けるト ンが第しまれており、 との味付けマトンをピタ 器パンに挟んでいるのが 原特徴	口見門	- 世 - 世 - 米 - 報	商工会青年部が中心となって、 新なおの間解に同けやる気 がでできた。 知名度が徐々に上がり、町内 に限らず、県内各地がらイベン ド出展依頼が《るようになった。	民間のみ 只見町商工会青 年部	
松川浦	100 100	魚価の低い魚類の活用 円程 程	相馬市	- 世 - 米 - 米		民間のみ 相馬原釜漁港仲 買人協同組合	
地元産の 食材を使 用	650∼ 1500	地元の新鮮な野菜を使用。 用。 円、ボサッカー日本代表監程。 程管トルシエ氏が命名 度	無無	10年		民間と行政の協働 (民間主導) 商工会(ならはの すいとん研究会)	
県小町 大米 大米 大米 大米 大学 大学 大学 大学 大学 大学 大学 大学 大学	350~ 735	太麺にこってリソース 味、具材はモヤシと豚 肉のみで、どこか懐か 日しい素朴な味わい。 程	届月八八	- # ************************************	全国で認知度が向上した。 飲食店に町外のお客が増え た。	民間と行政の協働 (民間主導) 商工会(浪江焼麺 太国)	
元の原 を使用	680∼ 1260 H	ごんぼっぱ(ヤマゴボ ウ) 入りで、昔ながらの 手法で作っている。 田	越馬村	10年十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二	「凍み餅」といえば「藁尾村のお 臣 ふくろフーズ」というように、蓴 尾村の知名度が向上した。 環本財のほか、地元食材を使 用した産品開発につながった。 ふ	!間のみ 有) ふるさとのお 、くろフーズ	平成11年第48回全国農業 コンケール毎日新聞福島支 局長賞受賞 平成17年全国地域おこし推 進協議会長賞受賞、全国地域おこし特別賞受賞
批 計 长	1Kg 500	新鮮 田田 東	いわき市	# 無 無	カッオによる地域活性化に取り 組むための漁業者、市民会 ・職、観光関係者、行政が連携 した組織が作られた。	民間と行政の協働 (行政主導)	
臣	(H21) 874 円/kg	市の魚、淡白で上品な味	いわき市	5~10米瓶	魚価・均名度アップ	行政のみ	商標登録済
東 部 東	1kgあた り300 月	ロ照時間が東北一のいたものサンシャインを たっぷり浴びたトマト 用 種類	いわき市楢葉町	5~40 米維	・栽培技術交換会、指導会の 開催による栽培技術の高位平 準化 ・生産・出荷資材の共同購入に よる低コスト化 ・優良品種情報等の共有化	展聞と行政の協働 (民間主導) JA	
一部市内	300	米粉パンと地元産魚を しかったご当地パー 田ガー	いわき市	# 無 来	6次産業化推進	民間と行政の協働 (民間主導) いわき新舞子ハイ	

表彰歷等											楢葉地域の球と産品集合で、第二回福島の7まいもん い01決定戦で優勝。			慶 德五葱は膿林水産大田 賞 受賞
形態			民間と行政の協働 (民間主導) (有)ケーラーズ生 田目			民間と行政の協働 (民間主導)	民間と行政の協働 (民間主導)	民間と行政の協働 (民間主導) 農産物加工・直売 所手まめ館運営協 議会	民間のみ 地域全体	民間のみ <u>曽の駅レストラン</u> 櫟」	民間のみ 会津野濠宿味噌 ラーバン会	民間と行政の協働 (民間主導) にしあいづ健康ミ ネラル野菜普及 会・にしあいつ施 設國芸生産振興 組合		民間と行政の協働 (民間主導) 会津の伝統野英を 守る会
経済効果以外の効果	柚子が生産できるという温暖な イメージをPRすることができ る。	・贈答用として、パッケージをつくることが出来た。 ・こんにゃくの認知度を上げる ことができた。	・贈答用として、パッケージをつ くることが出来た。 ・こんにゃくの認知度を上げる ことができた。	を よ し ト	·町の花ダリアのPRIC役立って いる。	·町観光名所の塙代官所跡の PR ·町のお土産として売れてい る。	·町の花ダリアのPRIC役立って いる。 ·町のお土産として売れてい る。	(1)食の安全・安心を求める国 田の一大に応える商品を生産することにより、認知度が同 上に、②大宣奉が村内の高 計者が禁むすることにより、高 齢者の生きがい対策、健康づく いけなうた。③生産、加工、販 売を一買して行うる次産業化となり、注目を集めている。	・立川牛蒡を活用した地域活性化を意識し、住民が独自の加工品開発を行う。	会連大学との共同開発により では上く三型もバーケーで、材 ははすべて西会達はデレビー の新聞等に取り上げられるだ ご西会達即のPRIこも貢献している。	連奏力のようゆラーメンに対 がして西条筆のでは解す。 シン会「を立ち上げ地震も満の あのもと ラングを強い がりを見せている。県外がらの お答も増え、観光誘発にもつな がっている。	17 1 1 4 4	会津地鶚を扱っている飲食店 が集まって組織を立ち上げ、連 携した取組みを行っている。 (誘客に繋がる)	「海洋農素」がら線へと伝わる 会津の農業技術を受け継ぎ、 地域で栽培されてきた市部り 野菜の種の保存に繋がってい る。
	10年 以上	- # * # * #	- # * * # * * * *	3~5 無瀬	5~10 無権	5~10 #無	5~10 無無	5~10 #推	5~4 # **	5. € ₩₩	84 5 4 4 5 4	10 中十	- # - # - # - # - #	2~ ₩ ₩
市町村名	矢祭町	超	婚	婚	婚	婚	婚	綾川村	会津坂下町	田余津田	田米米田田	田 崇 田	会津若松市	会津若松市
セールスポイント	柚子の皮を器に使用 し、風味豊かできわや 円,かな味のシャーベット 程	在来種にんにゃくを使用。 用。ヘルツーが売り。 円 程 種	在来種にんにゃくを使用。 用。 トレシーが売り。 田 程 種	· 味付け 種	·町の花ダリアの球根 の漬物 田 程	・塙代官所跡に由来する寺西代官の教える寺西代官の教え 日日 程	・ダリアの焼印のせん ペレ 円 程 産	数川村産の大豆・総を 原材料に丁寧に仕込ん だ超体や15歩のおい、 に味噌 日 保曜 度程	肉質がやわらかく香り が高い が高い 日日 程程 程程 度度	西会津の特産品車整と コネフに関連をかんだ んに使ったヘルシーな ドンガー。バンズは米 程 粉100%。もちもち感が 度 違います。	いき肉にたっぷりの野 様を加えてしゃくり煮込 むことで、ひき肉と野菜 の旨みを余すことなく 用 スープに引き出します。 種 わか加価に終むスープ 度 が特徴です。	健康な身体は健康な食べ物がは産素なな。 一体的でも産素がない。 物は健康なはから。 オップルグをより多く強ん 相だ土壌で栽培した野菜 度は、西金楽館した野菜 度は、西金楽館した野菜	個有種である会津地鶏 は450年以上の歴史が 円 あり、味も旨味に優れ ⁵ 程・適度な歯ごたえが特徴 度 の地鶏です。	金津地方に布練的に伝 わる在来積で、個性的 な別た目はもちろん。 味を優れています 日、香蒔胡瓜、金津丸茄 程 子、金津小菊南瓜、真 度 塘瓜、山川・菊。かち 及り枝豆、慶德生葱、荒 久田莲立など)。
車	—個 250	一箱(2 食入) P 600 表	一箱(2 食人) P 600 港	一箱(5 枚入り) P 1,300 表	1箱500 程	140	一箱(8 枚入り) P 1,200 和	1kg600	1kg当 たり400 P ~450 和	300	~650 = 1 = 650 = 1 = 1	100 ~ 500 ~	各種部 位による _利	各品 日 日 よ る よ る 表 れ の よ の よ が ま が ま が ま が ま が ま が ま が ま が ま を ま が ま が
素材の産	地元産の 柚子を使 用	地元産こ んにゃくを 使用	地元庫に んにゃくを 使用	国	地元産ダ リア球根 を使用	国産小豆 を使用	国産米を使用を	大士 種 母女女女, 題 内草 世	立三地区華牛灣	名 金	極 (本地元 (本地元 (本地元 (本地元) (本地元)	和 他 無 后	会 神 中 ウ ウ	徐 等 古 五 二
食の名称	みずぐゃ イット	こんにゃく、、パスタ	こんにゃく カレーンど、 ん	豚の味噌 漬け	さすけねえ	寺西八九条 最中	だりあせんべい	達者の味 層	松二二二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十	メジメントボーボー	来 モーレン イーベン	ネラル野球	会津地鶚	金 野 球 税

克尔萨等	1988年全国特殊鶚(地鶏) 味の品評会で全国1位に なった	商標登録 118 113 113 112 112 つちっさカリー物語			茨城農業改革権進大会優秀 賞(利根町地場産業権進協 議会)	H17年、金砂郷地域で生産さ Aの常産教化力を使用した そばめ及びそばを 他砂郷 そば」として商標登録	さしま茶生産者の木村さんと 吉田さんが仕界線茶コンテ スト2008で最高金賞		平成21年10月市推奨品に指定	平成21年10月市推奨品に指定		平成18年度茨城県表彰(功労団体)	
が歳 民間と行政の協働 (民間主導) JA	計 を行政の協働 行政主導)	計 間と行政の協働 民間主導) かちうらカリー物語 5業者部会 事業者部会 事業者の任意団 より	民間と行政の協働 (行政主導)	目 のみ ■、食事処	5間と行政の協働 民間主導) 1視町地場産業 1進協議会	5間と行政の協働 行政主導)	5間と行政の協働 民間主導) にま茶協会	民間と行政の協働 (行政主導)	民間と行政の協働 (民間主導) JA ゴルフ場	民間と行政の協働 (行政主導) かすみがごら市焼 耐づくり推進協議 会	民間と行政の協働 (行政主導) かずみがづら市焼 酎づくり推進協議 会	引を行政の協働 行政主導) ロッケクラブ龍ケ 高、龍ケ崎末いん カロッケ、商工会	民間のみ
(基法的課別分の的課 Se21C票指定の銘柄産地を取 得、指定市場より高評価を得し いる。	奥久慈しゃも取扱店の組織が 立ち上がり活性化した。大子町 の知名度も向上した。	・カレーのまちのとしての即り組 目 みに参加する事業者を紹介す 0 る食へ歩きマップを作成するこ。 とで、回遊性が向上した。 ()	- 当時, 県内では焼酎が造られ 3 てなく, 電布村の焼酎がその先 (駆けとなった。 ・・地域の活性化について住民 が真剣に考えるようになった。	・市内外で認知度が向上した。 ・住民の地域活性化への意識 を高揚させる契機となった。	今注目されている米粉を使った 特産品として話題ができ、事業 所のやる気が出てきた	・市内外、都心部(主にそば店)同 で認知度が同して。 ・耕作放棄地を利用して信を報 ・地域の活性化につながっ でいる。・そば后において、地粉を使う など地産地消の意識が高まっ	古くは江戸時代の初期から栽培が始まり、関宿藩が設立した なが始まり、関宿藩が設立した 猿島茶会所により普及し、全国 に知れ渡るようになった。	地域ぐるみによる取り組みで、 食、歩く客も増加し、看板メ ニューとして話題を集める商品 も誕生した。	市内最大の集客レジャー施設 での商品化により、農産物の 消費拡大につながった。		3山につづく商品で、ブルーベ 1ーー 大生産地の知名度を高 2ることができた。	多くのメディアに取上げられ当 盾 かの名食が向上した。また、(ロの外名食が向上した。また。(ロロッケーを各等もおこしを服	高級な価格がTV等で話題にな「リメインに数多く取り上げらい オイプに数多く取り上げらいななど、望着開業を契機とした地で設立に登りませんが、これに製品を使ったプランド品(づくりの先駆けとなった。
10年 以 上 以	~ 世報	5~10 #維	- # * * *	10年以上	- 世 - 米 - 米 - ボ	10年以上	10年	年瓶	 	- # ** **		10年以上	2 * * * *
市町村名 茨城県常総 市・下麦市	大子町	ナ浦市 つくば市 阿見町	東海村	北茨城市	利視即	消陸太田市	城里 人十代男 九十代男 地河市	かすみがうら市	かすみがうら市	かすみがうら市	いすみがうら市	龍ケ崎市	小美玉市
セールスポイント 手撲果・手撲別を行い、 鮮度に口だわった品物 を出荷	徹底した管理で生産され、歯ごたえがありコケれ、歯ごたえがありコケリのある鶏肉	日本一の生産量を誇る レンコンを使う点	清酒・吟醸酒用の酵母でと従来の焼酎酵母で でと従来の焼酎酵母で 円造った2種類の焼酎を 程作製	地元で獲れたあんこう を使用。	地元産の米粉を使用	「常陸秋そば」発祥の地 (本市の金砂郷地域で 栽培された「金砂郷在 来植」から生まれたそ ばが「常陸秋そば」)	この地方は肥沃な土地にも恵まれ、寒冷地独作の葉肉の厚い茶葉が特徴	16店舗オリジナルの サービスメニュー	四季折々の旬の果物を リレー方式で提供	充分に糖化したいもを 焼きあげ甘くまろやか に仕立てた	良質なブルーベリーで できた休にやさしい爽 やかなお酒	茨城県プランド豚ロースポークを使用したり、 スポークを使用したり、 黒豆、リんごなど工夫を 黒豆したコロッケ。評判 はより、コロッケ。評判 をしたこので、配料	平飼い卵の初生卵をつかった日本一高級なプリン
000 田本	日報度		1本 260 田 西	前 內 円程度	田程度	円程度	日程度	七0g。 円程度	日 世 世	日程度	T ## E	E## E	日程度
新 [450円~ 100g	1000	l	一人前 3,000	300g 660円	- 本500 ~1,300 そば参 1kg	ļ .	1.000 (単) (型) (型)	350本	 ₩	+ E000;	8	500(羅 答用は 10,000)
法	十十四十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二	お と ア ロ か 内 な を を を を 単 と に と に と に と に と は と は と は に は に は に は	地元産さ つまいも 使用	地元平温 漁港で獲 れためん こつを使 用			茨 城県 部	地元産 野菜を使 用	地元産の 果物を使 用	地元産の 紅あずま を使用	地 元 ル ル ルーベ リーを使 用	極 の 会 会 会 を を を を を を を の の の の の の の の の	地元産の たまご 年乳を使 用
度の名称 千石き ^{ゆう}	愛 久慈しゃ も	つちうらカ リー物語	いも焼酎	あんこう鍋	利根カステ ラ	常陸秋そば	さ ま 米	おもてハン バーグ料理	かすみがい ら式フレッ シュアップ ジュース	本格やきい も焼酎「猫 エ(こペ	ブアーベ リーリ キュード 職務(を おん)」	龍ケ崎コ ロッケ	おみたまプ リン

表彰歷等						平成19年6月 農林水准大臣賞受賞 平成20年2月 県知事賞受賞				平成21年3月11年3日と指立了一名之一番 藤峥蒙 アーセン 国 藤峥蒙	商品登録第5103423号 H22年4/8, 5/3 日本テレビ系列 フジテレビ系列放送			
	民間と行政の協働 (民間主導) JR	民間のみ 好間町商工会	民間のみ いわき麺センター		5間と行政の協働 民間主導) 5工会議所	間のみ	民間のみ (株)ふるさとかわち (三セク)	展間と行政の協働 (民間主導) 笠間のいなり寿司 いな吉会・TMOか さま	民間と行政の協働 (行政主導) (行政主導) 地元調理専門学 校と地元企業へ協 力依頼	に間のみ 5河商工会議所 11河の七福カ アーめん実行委員	民間のみ トロップ 日間のみ トロップ 様式会社五農まら ヴィリ交流センター	展開と行政の協働 (民間主導) 商工会	民間と行政の協働 (行政主導)	民間のみ 真壁すいとんクラ ブ
		ジャンボメニューといえばいわき市好間町というように、いわき市の知名度が向上した。	取り扱い飲食店の増加に伴い、 商店街の活性化に繋がる		紹には、規格外品の切甲(セン) 匠 こう= 平工・辛を作る時にスラ (イスレたシま芋の両端) を使 用し、干しいもの有効活用を 図っている。	単なる普通作より付加価値の I ある販売ができた。地域のまと まり、新たな取り組みへの意欲・ が出た。	名前のユニークさと、町のPR事 原業の効果もあり、首都圏における河内町の知名度が向上し、勝たった。	副産物として人気キャラクターが誕生した	を学校命任の本権の大権の大権の を学校のに提供することにより り食育の推進につなかった。 は、エスでサウィーを発験 増かれていることを知られい。 重か多かったが、地元を知る 良い線金となった。	No.	道の駅ごかの集客に寄与している。	マスコミに多く取りあげられ都心での認知度が向上した		地域活性化について、住民が興味を持つようになった。
異層	# # #	10年十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二	- #握 5 米 ^描		- # * # * #	3 米 米 米	01 年十	3~5 無権	6 件框 5 ⊀框	8 件框 5 ⊀框	2~ 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	3~5 米瓶	3~ 無 無 無	5~10 #維
市町村名	いわき市	いわき市	いわき市		ひたちなか市	茨城町	河内町	田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田	4人市	古市	田霞田	行方市	坂東市	桜三市
セールスポイント			青のりを使用している ため栄養価が高い 1 1 1 1 1 1 1		T	集落営農組織による活動 動 1名称:近藤農事実践㈱ 2	食測良	色々な食材を使用した 変り種の稲荷寿司 3	地元産サツマイモでつ くった電とカメタードク リームが繰り成す 上口 はな日み (地元専門学生 な日み (地元専門学生 日が考案し、地元企業が 変	ジゼム、バスタ、ラーメン みと石榴によって様々 なカレーめんを楽しむこ とができる	旨みたっぷりでジューシーな肉まん シーな肉まん 1	- 具材の野菜も地元産を - 使用 - 1 - 2 - 2 - 2		・なめらかでうす味(だ しにこだわる) E
中田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田	- 人前 3,000 建 度	3,000 西瀬	000.1		550 円	- 1 (1kg) - 1,000 (1kg) - 1,000 (1kg)	1kg 735 田本研	120個田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田	(译 20 (译 20 (Ø 20	630~ 1200円 種	180 = 日本	1億 480円 理	1500 (主な価 円 格帯) 程	400 300 田類
素材の産 増 増	l <u>'</u>	主に県内 1 産を使用	県 型 型 型 型 型 型 型 型 型 型 型 型 型		地元産の ほし芋を 使用	地元産の 大型を使 用	河 克 基 种	市内・県 内産を積 極的に使 用	告 子 を を を を の 用 の	・ 業の 表別 を を を を を を を を を を を を を を を を を を	県 銘 柄 豚 ローズ ポークを 使 用	地元で養 殖された なまずの 4 肉を使用	坂東市産 の野菜を ((果内産小 麦粉・野 菜は地元 産を使用
食の名称	あんこう鍋	ジャン トコー ドーコー	いわき 青のり麺	【茨城県】	ほしいもパ イ・ほっしい ~も	とうみみそ	おかずのい らないかわ ちのお米	笠間のいな り寿司	うしくいもまん!	古河の七 福カレーめ ん	ローズポー クまん	行方パー ガー なめパック ソ	祝い鍋	すいとん

l	曹	争	₩	(10E)	*	華	みなよ	韻		Ř			Ē	<u></u>	鳩ケ		擬
水源の森にも選ばれて いる清流で作る、腰の	あるうどん	地元で生産されたそば を使用。 1	音ながらの太極に具は キャベツのみのシンプ ルな焼そば	地元產ねぎを使用し、 地域をPR 地域をPR	・いずれの商品もみどり 市内で製造していま す。素材も地元の資源 円を利用した物が多く、毎程を利用した物が多く、毎程年齢正な審査を通し認 度配しています	味噌たれによる味付け で、及付きのまま食べ で、及けきのまま食べ 円られ、しっとりの中にま 程(ほくとした食態 度	新治産の絞り立て生乳 を使用し、酸味をおさえ たマイルドでこくのある 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	地元で開発し品種登録した様	ブラジル原産のシモンサの芸芸・	キの楽 を を使用して来 断で生産・収穫すること で、国際色豊かな大泉 ng をPRする事		キューボラの熱さと鉄を	イメージしたビリリと辛い「雷すいとん」と鉄分・問言な「鉄骨いなり」のこセットメニュー	- nu u./	市内に古くからあるソース会社に焼きうどん専 ス会社に焼きうどん専 円・用ソースを開発してもら程・い使用している。	で で で で で で か に か に か に か に か に か に か に	個場町 当時のこ認定を今風に再現した焼きお円にぎりを使った茶漬け
l	一续(2 食) 300 程	生麺: 500g 円		1本450 田 魔	(各商品 円 による) 積	→ 150 正整極	—本130 円 西軸	1500	15	数 500 E 酤	倒		600		550 出	140	550 F
=	群馬県産 小麦使用	地元産の そばを使 品	面 を を を は は は は は は は は は は は は は は は は	雇使用 地元産の ねぎを使 用	群馬県内 主にみど リ市及び 県東部	地元産の 種芋を使 用	牛乳 は 県北 部 産	明和町		ブープング 神 かました イケ 田 ケイ	H J	(ii)	川口安行 地区産の	重 使用 用	鳩ケ谷産 ソースを 使用	Š	
	桐生うどん (ひもかわ)	岡屋敷そば	太田焼そば	下仁田ねぎ の年ドレッ シング	みどり市 ブランド (飯)	かんなの あかじゃが (いも事)	たくみの里 のむヨーグ ルト	明和のZ 女(桃)		しもん茶(焙煎)		[埼玉県	ı,	And	調 イー次 谷 K もご		岩楽編 (わらび)
	平成16年 『あしかが美 人』商標登録	145			極機	がシケーンがドインドルサインを対		・西墳歴・西墳巻録済み			順			福			
	民間のみ JA足利	149年以上国日	大国で1000 加剛 大国で1000 加剛 大国工事 大本格学 大本格学 大本格学 大大格学 大田 大田 大田 大田 大田 大田 大田 大	民間と行政の協働 (民間主導) 佐野名物いもフラ イの会	民間と行政の協働 (行政主導) 自治会、商工会議 所等	民間と行政の協働 (民間主導) 小山商工会議所	民間のみ 商工会議所	民間のみ 矢板市農業公社		民間と行政の協働 (民間主導)	民間と行政の協働 (行政主導)	民間と行政の協働	(行政王卛)	民間と行政の協働 (民間主導) ようこそまえばしを 進める会		民間のみ	ΑL
	・地産地消の推進ができ、足利 同市内での認知度が上がった。 市内での認知度が上がった。 ・出荷先の市場や重販店等で ・関本が高く、「あしかが美人」の 自の時期が浸透することで、市	の知名度が上がった。	+ Argun Oray・Tem I Tay Tru	今まで知られていなかったいも フライがB級グルメの定番とし て認知されるようになった。	日光そばまつりは、日本三大 そばまつりと呼ばれるほど認知 されている。	マスコミ等に取り上げてもらい、 全国的に小山市の知名度が アップした。	・売り出した直後は、さまざまな メディアに取り上げられ、真岡 市の知名度が向上した。			群馬県と(株)セブン・イレブソ・) ジャパン地域活在化包括連携 協定に基ムペオリジナリ商品 (サンドイッチ等) の開発	全国にPRする県産農畜産物 D のリスト化ができた。 (名産地を明示することにより、 県内条地域での産物のPRもで	きるようになった。 きるようになった。 ・Eマーク食品は他の食品と差	別化できるため、商品を売り込む際に有用である。	・前橋名物豚肉料理Nn.1決定 悪[T-1グランブリ」を開催し、マ (() スメディアに露出する機会が大 幅に増加し、前橋=豚肉料理 のイメージが過素 1・	県内外から豚肉料理を目当て こ本市を訪れる人が増加した。	豊産物加工への意識向上	
	5~4	堰	3~5 4 5 米 ^拖	5-10 米維	5~10 米瓶	3~5米		- # - # - #		5~10米瓶	世 世 来		0 以 上	3~5米	捤	5~10	件 框
	足利市		栃木市	佐野市	日光中	小山市	屋田	失 板市		県下全域			群馬県	前橋市			画 中
	豊かな自然に恵まれ、 太陽の日射しをいっぱ 、 いに浴びて育った栄養 で ロードっぷりの野菜。 ま 田	オルゲーンが出しま	#37年ペープへを 10096使用し、ツルバラ 花酵母により、まろやか なロ当たりです。 なロ当たりです。	低価格で食べやすい、 おやりにもおかずにも なるB級グルメ。	日光手打ちそばの会には、市内各地域の107 店が加盟。毎年11月に 開催される日光そばま つりには、全国から約 20店もの出店がある。	食物繊維が豊富。	ロースカッ井のソース シースカッ井のソース の代わりに、地元産の F 円とろろがたっぷりかかっ 度 関してる。	コシヒカリ100% 認定農業者による減農 円 薬で育てたお米。 程		大果性、食味良好、日 持ち性が高い	県民からの推薦による 全国に誇れる県産食材	Eマーク食品		豚肉料理を前橋名物とするべく活動している。		のどごしが売り	
	市 神の田 めまわた 部田		1380 1980 田郵	★_ 0 7 E 財 報		₩ 00	表 500·1. E E E M M	7*。 用 3,500 糧		1000(出 荷期間 円 平均) 程	田田	性極	126~ 3,500 程 度		群倒		220~20~200~300~300
	利市内		地元産の よりまい も(メーソ も(メーソ 大(メーソ 田	 野 米	地元産ほー	地元産の 夕顔の実 みびい来	を 単名		7	群馬県青 100成品	群馬県	1	県産農畜 産物を使 用 3	群馬県産 の豚肉を	田田 田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田		表きぬの 2 波を使用 ・
[栃木県]	あしかが美 人	:	本格半焼町でなら焼き	いもフライ	日光そば	かんぴょう		矢板たかは 矢板市内 ら米	【群馬県】	いちご「や	群馬県産農畜産物 (ペんまセレクション10		群馬県ふる リさと認証食 月 品品	NOTNOT **			画売っどん。

		- ハノマハーコ		煙		売	表彰歴等
桐生うどん 群馬県産 (ひもかわ) 小麦使用	- 数 (2 300	- 水源の森にも選ばれている清流で作る、腰のいる清流で作る、腰のあったんちつきだん。 もるうどん 生 生 生 生 生 ま ま ま ま ま ま ま ま ま ま ま ま ま ま	桐生市	70 年十	テレビなどのマスコミにも取り 上げらか、8級グルメなどにも 招待されるようになり、知名度 が上がった。	民間のみ 桐生麺類商組合 桐生うどん会	
・地元産の 岡屋敷そば、そばを使 用	生麺: 500g 500	44 Ke	争勢高市	10年 以上	・地域活性化のため、住民自ら アイデアを出し、イベントも行う ようになった。	民間のみ 岡屋敷そば組合	
種は県内 製 製 大	1個300	. `	大田田	₹ 0 **	「焼そばの餡太田」として名乗 りを拳げ、焼そばと太田市の知 名度が向上した。	民間と行政の協働 (民間主導) 上州太田焼そば のれん会	<u> </u>
下仁田ねぎ 地元産の の生ドレッ おぎを使 ツング 用	1本450	·地元產名考各使用し、 ·地域をPR ·中域をPR · · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	阻	5~10 #米	・地元産ねぎを高付加価値化し 上販売により、生産者の意欲 向上 ・下仁田ねぎや栽培地域への ・下仁田はなどや栽培地域への 消費者の関心の高まり ・中山間地域の活性化	民間のみ JA	
群馬県内 主にみど り市及び 県東部	(各商品) (名を)	・いずれの商品もみどり 市内で製造していま す。素材も地元の資源 円を利用した物が多く、毎 程本版正な審査を通し認 整正しています	みどり市	- # # *********************************	みどり市プランドとして認証されたことで、商品の売り上げが上がったとい、事業者が全体のの約6割を占めた。	展聞と行政の協働 (行政主導)	
かんなの 地元産の あかじゃが 種芋を使 (いも串) 用	150	味噌だれによる味付けで、皮付きのまま食べで、皮付きのまま食べ コられ、しっとりの中にぼ 宝くほくとした食懸	神洗甲	- # # *********************************	・あかじゃが生産農家が元気になった。(高齢者農家)・農村女性起業へ向けた足がかりとなった。	民間と行政の協働 (行政主導)	
たくみの里 牛乳は県のむヨーグ 北部産	— ★130 ₹	新治産の秘リ立て生乳 を使用し、酸味をおさえ たマイルドでこくのある コ 宝宝	みなかみ町	~4 4 5 4 6 7 7 8 7 8	・町内の酪農により生産される も。 もの消費拡大に繋がってい る。 たくみの里のお土産の定番と たった。 ・上下訴交流事業においてたく かの里のもコーグルトのファン が増えた。	民間と行政の協働 (行政主導) (行政と導) 三セクター)	
明和の乙 明和町女(株)	1500 年	・地元で開発し品種登録 した格 コ 宝室	明和町	3~5 米瓶	製に替わる農産物として生産 意欲が向上した。	民間のみ 田島桃組合	
グ かり が かま か ま と と と と と と の を が が が が が が が が が が が が が が が が が が	数 88	リラジル原産のシモン キの業を使用し大泉 町で生産・収穫すること で、国際色豊かな大泉 発をRする事	大泉	。 ← 5 米 ^拒	・大泉町の名産品として知名度 を上げつかり、 ・ブランル原産の手の業業を使 ・ブランルへの多く住む ・大泉町原産の健康茶として町 ・大泉町原産の健康茶として町 市としてのドロドリカリ、観 内および町外にて同判めり、観 光協会にを追んでくれるようになった。	展間のみ観光協会	
[埼玉県]							
ラ 一 一 一 一 一 一 一 一 一 一 一 の 会 で 一 里 中 の の 一 世 中 の の の の の の の の の の の の の	980	キューボラの熟さと終を イメージしたピリンと辛 い「国すいとん」と飲み 豊富な「終春いなり」の は は は 変異などを 要富な「終春いなり」の を は を を を を を を を を を を を を を を を を を	# = =	- # 握 5 米 [*]	第3回海王8歳に当後グルル王 ※定義優勝。接着・2011年 サーンドスサンタス信頼を 区 県間の部での一当地グルメト にが高れたれた。よらに、ヤシ グマガンHT.1019年 6歳 ア・ グマガンHT.1019年 6歳 ア・ ジター193回で取り上げられ、 川口市のPRになった。	民間と行政の協働 (民間主導) 川口商工 会議所・ 会議所・ 観光協会	HZO年第3回埼玉路級ご当地ケルメエ決応戦優勝。
鳩ケ谷座 ソースを 使用	550 F	市内に古くからあるソース会社に焼きうどん専ス会社に焼きうどん専円用ソースを開発してもら望い使用している。	鳩ケ谷市	- # ************************************		民間と行政の協働 (行政主導) 鳩ケ谷市商工会・ 鳩ケ谷市観光協会	
	550 F	宿場町当時のご馳走を 今風に再現した焼きお 円にぎりを使った茶漬け 望	擬	- # - # - #		民間と行政の協働 (民間主導) 蕨商工会議所	
戸田市産 戸田市 はちみつ 産	1000 #	戸田市内に咲く色々な 花の香りがブレンドさ 円れ、複雑でコクのある 遅末わいがある。 変	田田田	 		民間と行政の協働 (民間主導) 戸田市商工会	
	舞小 地名用 麺 キはよ産 地名 排注上り 地種 キュ ア産羊に 四 ア産羊に 1 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2	1000 1000	1000 1000	# 1			### 第一章(7) 19

倉の名類	素材の産	無無		サールスポイント	市町村名		経済効果以外の効果	光	表別所等
	% 居 一 一	1000 (50g)	正海風	無農薬栽培、独自製法 「茶業酸化減少加工」に より、なめらかなロ当た りのエキナセア茶を開 発	容居町	0	・エキナセア祭外のイベントの 高速、参加によって地域の活性 化が図れた。 ・遊休農地の有効活用が図れ、 ・地体機能の有効活用が図れ、 ・地域特産品の創出により関連 農家の振興が図れた。	民間と行政立場 (行政主導) 健康活性農場(エ キナセア生産組 合)) 平成20年10月31日「花精 「在上面機器隊、中校21年 3月13日「健康活性機場」 3積登録「健康活性機場」
つみっこ	地元産の 小麦を使 用	500	円程度	•素材も地元産を使用。	本庄市	3~5 米瓶	「つみっこ」が本庄市のもので あるというイメージが定着して きた。	民間と行政の協働 (行政主導) (行政主導) 本圧市観光協会	第5回埼玉ご当地B級グルメ 王決定戦200円グルメ王
神三楽 膳うどん	地元産の 小麦、野 菜を使用	006	円程度	主婦によるベンチャー 「ビジネス。// 麦粉に四 季折々の地場産生野 現と(漢万瀬) で知られ E るサンザシ、クコの実、 E 田七人参等を混練	鱼三年	5~10 #維		民間のみ (有)神川楽膳	H18年3月 農林水産省総合食糧局長賞 H16年11月 県地産地消の部農業賞
みそポテト	国内産の じゃがい も使用	150∼ 300	日報度	・小昼飯 (こぢゅうは ん): 農作業の合間、手軽に 食べた伝統の郷土食	來	- 世紀	・コンビニ、居酒屋チェーンとの連携ができた	民間と行政の協働 (民間主導) 商工会議所	第5回埼玉8級ご当地グルメエ決定戦優勝
わらじカツ 丼	国内産の 豚肉を使 用	800	円程度	・わらじのような大きな カツが2枚、秘伝のたれ 1で味付け		3~5#維	小鹿野名物わらじかつの知名 度が向上した。	民間のみ 商工会	
ゼリーフライ	店によっ て異なる	100	円程度		行 田市	10年 十二	他にはないユニーケな名称とあ いまって、行田市の知名度が 向上した。	民間と行政の協働 (民間主導) 行田ゼリーフライ 研究会	
行田在来	埼玉県北 部		円程度		行田市	3~5 無極	えが	民間と行政の協働 (行政主導) 行田青大豆研究 会	
手打ちうど ん	地元産の 小麦を使 用	500	円程度	。コシの強さとのどごし の良さ 円・市内の28店で、オリ 程・ジナリティ溢れる味が 度楽しめる	加須市	10年以上	・「手打ちうどんのまち」として 加須市の知名度が向上した。	民間と行政の協働 民間主導) n須手打ちうどん	
こうのす 三幅うどん	地元産の 小麦粉	% 0000 0000	円程度	選集市と古見町間の荒 川の川幅が日本一長い ことから、幅広の麺と、 各店のオリジナルの H・。	上 識 質	- 4 * * * * * * * * * * * * * * * * * * *	н с	引置と行政の協働 民間主導) §巣市商工会	第6回埼玉田級仁当地グルメ 王決定戦準優勝
べに花まん じゅう	ある を を を を を を を を を の の を の の の の の の の の の の の の の	100 130	円程度	桶川市はかつてはべに 花の生産地であった。 1まんじゅうの上にべに まを付けたまんじゅう。 2	梅川市	5~10 #無	べに花のやさしい色をいかした、かずてら、ようかんなどのれ、かずてら、ようかんなどの和菓子も販売されている。	民間と行政の協働 (民間主導) 権川市商工会	
とまとルン ルン揚 げ餃 子	北本産ト マト、男爵 イモ、豚 内を使っ た揚げ餃 子	30個 500	日 株 麻	北本は「石戸トマト」の 名で知られたトマト産地 であった。餃子の具にト マト、男爵イモ、豚肉を 望使用し、油で揚げた餃 ほ子	北本市	5~10 年末	トマトを使用した、とまと揚げパ ン、とまと大幅などが商品化し ている。またトマトを食材とした・ パスタ料理(期間限定)もメ ニュー化している。	民間と行政の協働 (民間主導) 北本市商工会	第6回埼玉B級ご当地グルメ王決定戦第5位入賞
【千葉鳴			Ī						
画 (デロ、ブ)アーベリー (デーベリー (単格) 第 (乗を) 第 (1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	南房総	1365	円程度	地元権の議師、年別を 使用して作るパーム クーヘンと地元産果物 を組み合わせた点	他 世	- 4 * 米 ^瓶		民間のみ 富洋観光開発㈱	枯툦資腦活用促進法に基づ、專業認定 〈專業認定
ウィッピー (落花生入 リウィン ナー)	千葉県	- 編8 本入り 1300	田程度	千葉県産の豚肉、落花 生を使用 生を使用	十 年	- # * # * #	干葉県産「豚肉」のPR (民間のみ ㈱シェフミートチグ サ	地域資源活用促進法に基づく事業認定

表彰歷等			平成20年全国学校給食甲子國沃勝大会入貨							第6回埼玉B級ご当地グルメ 決定戦3位		埼玉B級グルメ大会 初代 王者
形態	展聞と行政の協働 (行政主導) 商工会・JA・NPO	民間と行政の協働 (行政主導) 商工会	展間と行政の協働 (民間主導) 新座市観光都市 づくり推進市民会 議	民間のみ 商工会議所	民間と行政の協働 (民間主導) 商工会	民間と行政の協働 (民間主導) 三芳町川越いも振 興会(住民の任意 団体)	民間と行政の協働 (行政主導) 太麺やきそば取扱 各店	民間と行政の協働 (行政主導)	民間と行政の協働 (民間主導) 越生特産物加工 研究所	民間と行政の協働 (民間主導) 商工会議所	原間と行政の協働 (行政主導)	民間と行政の協働 (民間主導) 武州煮ぼうとう研究会
経済効果以外の効果	「ジャルのおかっ」イチナン投 開発薬師、多の位民に知っ てもらえた。 アントを表面し、大賞商品の中 アントを実施し、人賞商品の中 から、新商品が仕まれた。 「管内各種イベントに加店し、 「管内各種イベントに加店し、 「管内各種イベントに加店し、 「での対策を存成し、各種マスコミ マップを作成し、各種マスコミ	鍋のまち「和光市」の浸透して きた。	ニンジンが新座市で作られる 産量の多いでは 及び新座市では替から歴事 び仏事にかかわらず人が集ま るとぎに手打ちジイが作てな るとぎに手打ちジイが作てな るとだっまれていたことを多くの方に 知っていたたい。	商工会自体でアイディアを出すようになった。	農商工連携のきっかけとなり、 色々なアイデアが出るように なった。	λ III	川越市の太麺焼きそばが広く 認知されてきた。	・坂戸市民の葉酸の認知度が 上がった。・市外から買いに来る方が増えた。た。	ゆずへの関心が高まった。	・メディアからの取材が増え、市の知名度が向上した。	・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	深谷市の知名度、煮ぼうとうの 知名度アップ
開題	- 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4	5~10米瓶	5~10 無維	- 世 - 米 - 米	5~10米瓶	00 以 上	0 以 十	3 4 4 5 8 8 8 8 8	4 米 米	- 世 - 世 - 米 - ボ	5~10 ₩₩	10年 以上
市町村名	・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・	和光市	新座市	市木市	富士見市	埼玉県入間郡 三芳町	川越市	坂戸市	越生町	飯能市	瀬 七	张 七
セールスポイント	地元の関策を使った。 地元の関策を使った。 ナーフにしたおやつな ど、100店舗以上が参 国 国	ニッポン最大級の鍋料理コンテスト	ニンジン特有のベセが 問えらん、ニンジンが哲 手な方でも抵抗なく食 べることができる点	さくらエキスを練り込ん だラスク用フランスパン リ 円 使用の桜風味ラスク 程	やや辛口でさっぱりした フルーティな味	江戸時代から代々受け、 機がれた伝統的な有機 最法。大と自然の悠久 たる意みが黄金色の甘 いサツマイモを実らせ ます。	・麺が太い。 ・秘伝のソースを使用。	胎児の成長や認知症 予防にも効果があると 引される、ビタミンB群の 日・種である薬酸を添加 にした食品。	甘さ控えめでゆ <i>ず</i> の香 りがする	団子の中に具材が入っており一品料理として 成立している点	無谷の地下水から作う すた質用でを使用。 当のようにかんを用。 当のようにかんがして た食顔であること。	特産である深谷ネギを はじめとした地元野菜 00 円がたっぷり入った郷土 後程 料理 度
	正 株 四	日報也	日報長	り、日程度	1.82 1,995 円 720ml 程 997 度	日整色	日報長	日報長	日報便	田曜極	日 程 医	8.後氏程度
車	50 ∼ 2,500	300	- 650 本	2枚入り 100		10キロ 猫入り 3000~ 3500	300	200~ (一元)	150⊞	600 砂 一 一 一 一 一 一 一 一 一 一 一 一 一 一 一 一 一 一	800 ₹ 000	一杯800 田町後
素材の産 地	感 五 西 部 高	多種多様	告 に トレジン を 使 用		地元産の 米を使用	埼玉県 間郡三芳 町		地元 小 本 を を を も も も も も も も も も も も も も	越生のゆ ずを使用	野菜は地 児産、米 粉は県内 産	無下作員 今水ら間 今水ら目 では でい でい でい でい でい でい でい でい でい でい	地元野菜 地元産小 麦
食の名称	ジ キン お う	彩の国鍋 合戦	こんじんう	カッピーさく らラスク	然米吟麗 湖 編文第 第一第	富の川越いも	太麺焼きそば	さかど薬酸 ブレッド	生ゆず之	飯能すいー とん	#6 ***	煮ぼうとう

域		対					
大学に高い 本語の第四クランプリー最後 本語の第二		区内に練馬大根の碑が建立 されている					
海間 200 mm 中国 20		JIC練馬大 ている					
1		<u> </u> 図 か	· Au	盧		■ 6・ √0	
職の の の の の の の の の の の の の の の の の の の	- 17大塚 1 商順 1 1 1 1 1 1 1 1 1	政の協,	政の協。 導) 言者クラ 葉研究会	戦の部	5所 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 6 5 6 5 6 7 6 7	政の協力 (単) (単) (単) (中) (中) (中) (中) (中) (中) (中) (中) (中) (中	の観点
及標準 (民間主導) (民間により、日間にから上で成立の共産、マートが200分により、表示の制体により、大阪10分にあり、 (民間主体の管置・ 米へ7巻 17 に、 (民間主体の管理・ 大砂17 に、 (大砂17 に、)	民間のみ サンモール大塚] 盛和金川商興 会1037の商店 合同人は構成され た南大塚ネット	民間と行政の協働 (民間主導) JA	民間と行政の協働 (民間主導) 農業経営者クラブ・小松菜研究会 など	民間と行政の協働 (民間主導)	民間のみ 商工会議所 東京都極類協同 組合武蔵野支部	民間と行政の協働 (民間主導) ジビラは市設置の 授産施設で育成・ 収穫 フィンとしては民 同酒造で製造さ 礼・書権酒彫組合	民間のみ 深大寺そば組合
1 7 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2		・練馬大根として有名であり、 ・機馬大根をイルーント ・機馬大根をイルーントを ・機馬大根をイルーントを ・機馬大根をイルーントを 等が作られるようになり、区内 等率者の生産意欲の向上につ ながった。	区内産小松菜を使用した給食 を学校で積極的に出す即り組 のみっ、区内各所で加工品が多 ・数作られるなど、地産増消や 名産品を盛り上げる動きが、活 性化した。			20番 (本)	
海洋効果以外の効果 の発品を受賞したこ 事業と前した 事業と前のの対域 が、・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・		1 4 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 7 5 7	使用した で加工を で加工品 でを は一般を はる である である である である である である は、 はる はる は、 はる はる はる はる はる はる はる はる はる はる はる はる はる	第3弾のため認知度が向上	・地域活性化について、住民自らがアイティアを出すようになった。	身体障害者・知的障害者の授 配施別に不同様の、現長しても リ、社会生活に必要な授産作 業として実施できる。 名称は市民公募で決定し、市 民に親しまれている。	調布市・深大寺の知名度が向上した
(別)	升	:根として の知名店 :根をイン :れるよう の生産意	い松瀬 で積極的 であなだ で盛り上	ため認	活在化にディアを	計画・ にて は は は は に に に に に に に に に に に に に に	※ 十 十
・中型の大学・一般の大学・一般の大学・一般の大学・一般の大学・一般の大学・一般を大学・一体の生	地域活性化	・練馬大・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ 等 馬 大 の ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・	区をみ数を性性なななななななななななななななななななない。これなられている。	第3弾の	・ も で が た。 た。	単本体 一様 大大 大大 大大 大大 大大 大 大 大 大 大 大	調布市・ 上した
8年 8年 8年 8年 8年 8年 8年 8年 8年 8年 8年 8年 8年 8	。 6. 件 €. ⊀維	70 4 4 4	5~10 # #	3~5 米毛	- 4 ************************************	10年 十二	10年 上 十
14 名	明	禁岡区	区川区	八王子市	武蔵野市	事 中	調布市
市町村名中野区							牆
出版公	航水を仕 通路 東 東 東 大 坂 レ ー ムペー	金本の金田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田	歴 世 づ た 無 う た	ケット会場野菜とい肉入。	・豚ばら肉と長ネギを煮た濃い口しょうゆ味の汁・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	都市提携盟約を結ぶドイン・ボッイバルト市から イン・ボッイバルト市から 国本をサドレインイン のぶどう哲本から収穫 したぶどうを使用している	
中一ルスポイント 中野区のおいしい盗品	系の伏派 として低 らげた、 うけた、 ロの酒(ークホー	代から4 乗馬を象 であり、	始という た高 品 等りを持 いる点	ナチマーてた地域のこうにつける	内と長、 コしょう う 新鮮野 (かて) ざく		22 E
	回禁山系の代流水を仕込み水として低温発度で関しる方が、 で関しる方が、	江戸時代から生産されている練馬を象徴する でいる練馬を象徴する 農作物であり、全国的 に知名度も高い	発祥の地という歴史が あり、また高品質で農 業者が誇りを持って q 作っている点 g	ぶりんせすマーケット会員が育てた地場野菜と 東京産うこっけい肉入。 関東ア700食。	・豚(ばら肉と長ネギを煮たい口しょうゆ味の ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	都へ贈の上が見ぶた。現状を注がら	伝統あるそば
747~ 1.900 日本 日本 日本 日本 日本	清通 1360円 森西 720ml 1720ml 米 (5kg 2480円 2kg 100円 東陸 500円 630円 630円	日韓度	日程度	16 480 田南			本 600 800 西 西 西
	海		M	年 1. 4			
	e e	禁岡	江戸川区 産野菜	八五子 野菜	地元産が 含まれた 国産小麦 を使用	青 でである かがだり の実を使り 用	深大寺そば 北海道 福井県等
東の名 中 市 ウェン リ	大塚ものが たり(清満 殊國、米、 味量)	ねりま大根	松松	ぷりん セチカレー (第3曜)	武蔵野地 粉ラどん	ボッパルト	:寺そば
4 电弧	大た焼味塚り恵噌	ا په	<u> </u>	。 グ 力	武券で	# G シ帳	
				7			
1 7 7 2 0 0 0 0 J 工 連	へを物能と即う。 つめ」として団 み						
17 17 17 17 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18	() () () () () () () () () ()						

	2000 888選 だ また また また また また また また また また また また また また					認定品にて国				
表彰歷等	斯(道の駅グランブリ2000」 平位20年農商工連携88選 一地域資源活用促進法に基づ (事業認定					・千葉ブランド水産物認定品 (平成18年度~) ・「銚子 つりきんめ」として団 ・「銚子 のりきんめ」として団 ・「鶴飛登録済み				
## Miles	5間と行政の協 行政主導) 可房総市	民間のみ鴨川市商工会	民間のみ 勝浦市商工会	民間と行政の協働 (民間主導) 野田市、野田商工会議所、NPOIまか	民間のみ 白子町商工会	民間と行政の協働 (民間主導) 銚子市漁業協同 組合	民間と行政の協働 (行政主導) 富里スイカロード レース実行委員会		民間のみ 月島七んじや振興 会協同組合	民間のみ
経済効果以外の効果	道の駅(柑杷倶楽部」を基点と 同してなりを始ば存権物のプラ (してなりを始ば存権物のプラ (アルンドニとで、親光客が火 幅に増加するとともに、雇用の 同当出に寄与した。	観光客の増	観光客の増	観光客の増 エダマメのPR		・毎年7月に開催される「きんめた」、まつり」は来場者3万人を超え、「餘子つりきん 3万人を超え、「餘子つりきんめ」とあわせて銚子市の知名度アップに貢献	「正都田 イカーナルースを利用		平成14年9月には構成員が47 目 7年拡大し、2000 の自動の協同機は 化を実現した。今日で1640人計 で発展し、地域のもんにや焼き 店(約70)の9割以上が加入す るまでに成長した。	本区を象徴する言葉である「文 の京1の周知に寄与している。
開産	- #握 - #握	5~10 #維	- # * # * #	5~10 無権	- # * # * #	10年十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二	10年 以上		00 中 十	# # #
市町村名	南房総市	電	上 無	田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田	中一	海 七十 七十	田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田		中 央 図	文京区
セールスポイント	地元産のびわを使用	丼の素材に一部に地元 産を使用する。		日本一の出荷額を誇る野田の「エダマメ」	地元産玉葱、トマトと県産青魚をつかった「当地グルメ	・脂ののりはキンメダイ の中でも抜群 ・1 尾ずつ丁寧に釣り上 げられ色鮮やか	果肉がしつかりしていて、シャリシャリとした食物な特徴		80を超える店が立ち並ぶもんにネス・リートの ※もんにゃス・リートの 種類豊富な商品	本区を象徴する「文の 京」の名称を用いてい る。
車便	びわソフ トー値 円 350 程	日程度	円程度	田程度	日程度	3,000~ 5,000円 / kg 刀 (離地會 土 格) 陳	田村		1000 極超因	1個 150 程 度
素材の開	地元 成力、成 わの葉を 使用	富		野田市	十 瀬 ≕	餘子市沖	画	48]	第 禁	特筆事項
食の名称	びわソフト クリーム、 びわ薬茶、 びわば水、 びわばりー	おらが丼	勝浦式タンタンメン	林	ロヤ流ブイヤベース	熊子 つりきんめ	富里スイカ	[東京都]	用 記 み か か か	文の京パイ 特筆事項

	第本年の日本の日本の日本の日本の日本の日本の日本の日本の日本の日本の日本の日本の日本の		「第3回8級に当地グルメの 祭典B-1グラングリ」にて ゴールドグランブリ 護命	大和B級グルメ王座決定戦 Y-1グランプリ優勝		第2回神奈川フードバトルin厚木金賞受賞			
形態 民間と行政の協権 (行政主導) 商工委議所	8間と行政の協権 民間主導) 8店街連合会	5間と行政の協働行政主導) 行政主導) PO法人・地域能	展聞と行政の協働 (民間主導) 庫米シロコロ・ホル モン探検隊	:間と行政の協働 民間主導) -1がシンリ実行 :員会	:間のみ 3工会議所	民間の <i>み</i> 味の駅 ポッポ屋	展間と行政の協働 (行政主導) さむかわ棒コロ喰 わせ隊	展聞と行政の協働 (民間主導) 大磯漁協	民間と行政の協働 (民間主導) 開成町飲食店組 合
経済効果以外の効果 横須賀といえば、海動力レー」と いうように、市の知名度がUPL た	・小田原人を提供もが商品を が主催するイベントと選択し、 小田原子人を通常より受く提供。 サーターと、マクイベントの所 対とにぎわい。グリニーを買っ た。 ・・小田原漆器の知名度が上 がった。	地方庫外表の製物の場加に より、遊休農地の有効活用が 図られると同時に、市内産の農 水産物の認知度が向上してい る。	・厚木市の知名度の向上。・市街地のにぎわい創出	イベントに参加した飲食店や来場者の中に1わが街」意識を醸成することができた。	・ロコプードフェスタKANAGAWA ほ に参加するなど 伊勢原の新しいグルメとしての ブランドができ、知名度が上 がっていく。	海老名市の食の知名度向上に貢献した。	棒コロをきっかけに、町、商工会、農協、料理飲食店と一体感が生まれた。	大磯町には漁港がありながら、同 その機能を括かした。事を提 はまる場所がなかった。めしや 大磯港の山后で、遠方からの 来訪者も増え、港を中心に賑 わいが生まれた。	
10年 以上	8. 4. 5. 米 ^框	- 件框 5 米框	5~10 無権	- 件框 8 米框	- 件版 ~ 朱槌	- ₩ - ₩ - ₩	- 株 紙	世 概 来	- 4 * * * * * * * * * * * * * * * * * * *
市町村名横須賀市	小田原市	藤沢市	厚木市	大和市	伊勢原市	海老名市	兼	大巖里	開成町
セールスポイソト 明治期の日本海軍のカ レーを忠実に再現 レーを忠実に再現	3つのに大力を設定 ①小田原産の食材を一 ○以上用いる 「公正井」は一部で 「公正井」は一部で 程。35年表示。 をできまって業で、 様できょうので が考にない。 が考になるようにおもて すること。	レンドロア艦 終終なか がのでぬ 店のイリンナ いの 味が楽しめる	新鮮な豚の大腸を割か ずに管状のおま生で焼 ぐため、脂がたっぷりで 1・ジューゾーな旨み E	こだわりのホルモンを 玉ねぎ等の野菜と秘伝 円 のたれで炒めました 程		ハーブにじっくり漬け込 んでいる。	町民からレシピを公募 し町民による投票で決 円 定 相 権 権 権 権	大磯漁協直営の漁師の食堂の食量の食糧	地場産のお米と野菜を 使用している点
E 牌板	日程度	\ □###	作 - 円程度	日程度	円程度	円程度	田程度	田程度)。 円程度
自 存 — 产	村 (1500	300円	1人票	009	300	400	200	001	700 ~ 1,000
※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※	世 第 2 9 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3	中 中 本 を を を を を の の の の の の の の の の の の の	県産豚の 大腸を使 用	季節の地 元産の野 菜を使用	伊勢原ま たは県内 産の豚肉 を使用	国産豚バ ラ肉、泉 橋酒造の 酒粕	できるだ (ナ地 元産 を使用	相 (大磯湾 港)	男のお米 と浩場廃 の野耕
真の名称 よこずか 海軍カレー	小田原どん	藤沢炒麺	庫木 ロ・オンロコ ソ	Y-1クランプリ 優勝 「大和やわ らかホルモ	伊勢原豚アイーヤ	海米名の とん串	さむかわ棒コロ	めしや大嶽 港(※食庫 の名琴)	簡弁 (きとべん)

表彰歷等	H22年I 月NHK 「ふるさと一番」で放送された。その他、マスコミ取材多数									
虁	:間と行政の協働 民間主導) 戸東京野菜でま ア東京野菜でままたこと。 まち連)	民間と行政の協働 (民間主導) 酒販組合		展聞と行政の協働 (行政主導)	民間と行政の協働 (行政主導) 商工会	民間と行政の協働 (民間主導) 柳久保小麦の会	関節に会 海工会	民間と行政の協働 (医間主導) 西東京市梨生産 紹合		原間と行政の協働 (行政主導) かながわの名産 100強協議会(帯 務局:(社)神奈川 県観光協会)
経済効果以外の効果	「特別との協働による地域 国 活性化の推進 一部内教食 自然と「戸東京野菜」 一部内教会 自然の できない。 できなの できない。 に、などの機商連接が強行 中で、などの機商連接が強行 中で、 オポセン・ラぐらい設知度が高 まった。	ブルーベリー生産農家の販路 が確保され、経営の安定化が 図られた。		市房から市内の知らない地域 を知ることができたとの声が あった。 市外からわざわざ観光客も来 られた。		・市内外での認知度が向上した	ある勢時、病間付生産なれ の異質な食品等について、一 定の基準を設け、地場を記し さがる消費を配う。 さがる消費をの業とが要素に大が におりた地域をが原果と発展 にありずることができた。非 であるいを別間ボロの場合 であるいを別間ボロの場合 業施設(あきる男ルピア・第3年 であるいを別間ボロの場合 業施設(あきる男ルピア・第3年 店させ空き店扇対策にもあら	近隣市5市で作成した農産物でプレイルでごれあいるツラブに大力であれるいマップリニから特産品として「保谷製」、イベンド情報として「製井」の1月を掲載しため、近隣市の住民からも問い合かせがあり、注目されている。		さんながわるる。 さんでいるの名。 ことれていることにより、名意 かながわかでした。 かながわかできた。 いのな話論を(事 のは話論を(事 のは話論を(事 のはいました。 のは、 のは、 のは、 のは、 のは、 のは、 のは、 のは、
	~ ⁵ ~#框	5~10 無維	8. ↑ # 8. # #	- 件框 5 米框	2~4 # #	5~10 # #	- 件 √ ₩ К Ж	10年 上		0 D 以 十
市町村名	小金井市	中種日	田中	狛江市	清瀬市	東久留米市	あきる野市 檜原村	西東京市		⊕ 长
セールスポイント	- 音響かしい味わいの かる伝統野菜 ・野鮮な地売産野菜に よる地産地消 よる地産地消 宴	ロ野産のブルーベリー を使用	地元で年産された野菜を使用した新春の日に新春の日にお	沿江市内産の食材を使 用い、和洋菓子を創作 し、北208月~10月にコ ンテストを実施。スタン ブラリーキの時間催じ 日期間中は多いに盛り上 度後、1年以上絵の現在 でも参加した11店舗中 7店舗でコンテスト格日 でも参加した11店舗中 7店舗でコンテスト作品	にんじんの品種にご わっている。	地元產小麦	「秋川森や物面による きる野市及び機両村で 生産される良質な産品 こりで、一定の基準 を別して、あるの事で 工金が設配した地域プー 門で、食品は、現在33品 種が認定されている。	係金製は良い実だけを 残す「簡集」の作業を続 り返して並の大きいこと と、大になったまま宗教 円:させているため、甘さが 産 贈している。		神楽川県内で生産されている名産品 こいる名産品
	業もの 500円 /kg、横 円 対200円 権 /kg 魔	300 田 樹	(500以不 田 軸	②1,600 円②400 程	1キロ 6000 田 田 瀬	日 世 世	· 梅水 (個200 相) 相		名とことできる 全なない。 となるなななななない。 日程を
年 年	概 20			五 五 五 五 五 二	63.5≡ ©©		番がる。			生物の原必県は、名は、日本の原必県は、
素材の離	地 形 で を を を を を を を を を を を を を を を を を を	中種日	地 た か か か が 数 本 を 数 が を が が か が か か が か か か か が か が が が が が	治江市内 産の食材 を使用	地元産の にんじん を使用	東久留米産	あきる野 市内及び舎 中心	西東 京 市	三	票 内で在 市・販売さ お かんいる り もの (頭 材料は必 ず しも源 か をでは な がし、
食の名称	江戸東京 野菜 京	ブルーベリーエール	藤島 () () () () () () () () () () () () () (ロゲーケス	にんじん〇〇〇二にんじん 鎌野 海野 ションドルじん ジェンドル	物久保小 麦	秋川渓谷物語	宋 公 紫	【神奈川県】	かながわの 名産100選

								おなりくどあるのドストー・ディー・ディー・ディー・ディー・ディー・ディー・ディー・ディー・ディー・ディ			・地元での認知度か同上した。□・細光を水油加一・	天国で行政の定動	
~ 瘧		首都圏における喫食機会の拡大と認知度の向上	加 民間と行政の協働 (行政主導)		さつまいも加工品	超れ サンマイ モを使用	100		条件	5.米框		(事	
	新潟県	0.4米 純			2 労略 水中の シンプラー	在	250 7800f 7200g 77 73 13第二 13第二	皮が硬く歯切れがよく 遺物に適する 遺物に	拍	- 件框 ≤ + 米框	・地域活性化について、住民自 らがアイディアを出すようになっ た。 ・市内で認知なが向上した。 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	民間と行政の協働 (民間が主導) 菜々彩工房	
●			(の) 展開と行政の協働 (原門主演) (原門主演)		アスパラガス	雅 田 市	1000年 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日	関牧どり品種「グリーン グワートを導入「春だり + 屋敷とり」の作型を 取り入れたことにより、3 毎 月から10月末で長期間 展 「渡って収穫・出市でき	新発田市	8 8 8 8 8 8 8 8 8	・アスパラをツールとして、市の 日知名度アップに繋がった。	民間と行政の協働 (行政主導)	
₩ ,	新発田市紫雲 中地区 中地区	5年海				地元 は が が か	¥	地元特産品である「ヘぎそば」店が一同に参加するイベントがある。			・たくさんのお客様に喜んでもらえた。 えた。 ・マスコミに取り上げられること	民間のみ	
+	日町市松之山地区	3~5 4 4 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	民間と行政の協働 (民間主導) 商工会		が、	心に一 国内 かは かは を を を を を を を を を	120 × 51		小千谷市	- 世報 - 世報	で認知度が向くした。 ・メンバーの結束力が高まっ た。	ルギ谷そばの会 (任意団体)	
想,0 李	新潟市	- 機業者の生産意欲を高まった。 た。 ・ で業や生産者によるルレクチ 以上 1を使用した加工品等の開発 意欲が高まった。	民間と行政の協働 新潟 (民間主導) 定(・)		イル・イング		008	・・へををイメージした具 材を共通で使用 円・味は参加店によって 程 違う	見附市	4 4 4 4	麺業組合が商品開発に取り組み、一体懸が醸成された。	民間のみ 見附麺業組合	
型mij	新湯市	- 農業者の生産意欲が高まっ た。 10年	民間と行政の協働 新潟 (民間主導) 定(F. コA	5市食と花の銘産品 指115)	村上牛・鮭	地元の 対を担用	- 一般あ たり 1500~ 円	地元のかあちゃんたち が地域の食材を活かし て自慢の料理を披露し ます。	村上市関川村	3~2	・地元の人でも知らなかった料 理などを広めることができた。 ・料理担当者が他イベントにも 参加するようになった。	民間と行政の協働 (行政主導) 新潟県、村上市 関川村、村上市観	
声』 の		・生産者と商業者との交流ができた。 きた。 ・地元大学と産官連携がとれ	バで 民間と行政の協働 (民間主導) ル 英エム雑誌			2	2000 極極	1W U.s.	無馬利			光協会、関川村観 光協会、粟島観光 協会	
ý	新潟市	た。 ・地産地消事業として認知され 年来 ・ハ学校でも商品アイデアを授 満 業に取り入れるなど教育分野			日本海荒波あんこう	田 本 油 無	各 重 田 田 頼	あんこう汁、あんこうフ ルコースを堪能する 1	※魚川市	5~10/米瓶	中心市街地のにぎわい創出に一寄与した	民間と行政の協働 (民間主導) 観光協会	
		でも関わりを持ってくれた。			米魚川ブラックやま	不完	00 €	イカ墨を使用し、色と味 にインパクトを与えたオ リジナルやきそば	糸魚川市	5 米	市名の周知宣伝につながった	民間と行政の協働 (民間主導) 観米協会	
. 华,		・都心部で新潟のすし=「極 3~5 み」という認知度が向上した。	民間のみ、民間のみ、人民東	日本「販売促進商品表	₩ ₩		820	が元でとれる南蛮エビ			市名の周知宣伝につながった	民間のみ	
ا عا	事 湯 湯	4 来 ・ 派イエーンェントから、 徳か(す	f:温県すし商生活 彰」 衛生同業組合 ロ間の 3.	į	越後糸魚川南蛮1エ	型 開	各 華 正. 語 極	(ホッコクアカエビ)を用 円いた各種メニューの開程 発と提供	糸魚川市	- ₩ - ₩ - ₩		青年会議所	
8 τυ	長岡市 (栃尾地域)		が 民間のみ は 農事組合法人 田代農産		排		級	・カレーのためのお米・ジャポニカ米トインディンネポニカ米トインディカ米の両方の特徴を併せっている。		f 1	・本年度からの取り組みのた。 め、主だった効果はないが、地 元産の野菜と華麗舞を活用し た、夏野菜カレーの地産地消 を、	民間と行政の協働 (行政主導) ・妙高ふるさと振興株式会社(3セク	、 民間と行政の協働 中成21年度産第11回来・ (市政政事業) 食味分を鑑売コンケール国 ・ (予請をみるをと乗・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・
つた ⊃	長岡市 (山古志地域)	- 『山古志産かぐらなんばん』の F プランドイメージが少しずつ定 着し始めた。 104 ・長野県の生産者組織との交 以上 流が継続されている。	の 民間と行政の協働 定 (民間が主導) を その他:		キ語学 (カレー米)		(0 42 42 42	ers new sec	1年	· · · · · · · ·	ション・アカコン・ストルキアのファン・アウェン・アウェン・アン・カン・カン・カン・カン・カン・カン・カン・カン・カン・カン・カン・カン・カン	徐 (力	
		米の消費とアスパラの販売量	出口でかくらない ばん保存会(生産 者組織) 民間のみ		妙高存き に に	新潟県 珍高市内	☆☆×4	・薬品を一切使わず、 ・ 雅エビから国内で育て 円 た安心・安全国産のバ ・ 程 ナメイエビ	妙高市	3~5~₩	・安全安心な国産エビの養殖と 月 いうことで、各種マスコミに取り 上げられ、徐々に、販路が拡大 していきている。	問と行政の協働 (民間主導) 砂高雪国水産株	平成21年産学官連携功労者 の農林水産省大臣賞受賞
	長岡市(越路地域)	1~3 と開発意欲向上に貢献できた年未 年未 満					950 機	た。 ・農薬を一切使わないミスト栽培という栽培方法を取り入れて栽培さ			・無農薬で安全安心なミスト裁 」 培ということで、各種マスコミに の取り上げられ、徐々に、販路が	民間と行政の協働 (民間主導)	株式会社が農業参入について、全国第1号に認定
- ~ 採	屈 田	「長岡野菜」を取り扱う店、「長 5~10 岡野菜」を使用した加工品等の 年来 PR・付加価値化に繋がった。 満	長間と行政の協働(民間主導)長面野菜プランド協会		ニスト大業	新潟県 妙高市内	(10 人 田 田 田	1れた安心安全な大薬	恒恒	 	拡大していきている。	・株式会社別局 ファーム ・株式会社NB ファーム	
+	米市	- 県内、県外での認知度が向上 3~5 した。 年末・観光客が増加した。	n上 民間と行政の協働 (民間主導)		かちどき飯		1,575円 ~5,250円 円 円	戦国時代の貨事情をX 引 献を参照しながら再 の 円 現。当時の食材・調理程法に則って作成	上越市	하고 유귀	・ 毎 日 田 城跡 など 上 杉 禄 信 公 ゆかりの 地を観光されるお客 様が 召し上がるケースが多く、 謙信 公ゆかりの 地としての イ	民間と行政の協働 (民間主導) 上越観光コンペン	

東田市 (井に田 東国塔 (東)

長岡野菜

地元産アスパラを使用 した各店のオリジナル 円 料理 程

500∼ 800

越路産

アスパラ丼

栽培の難しさから「幻の もち来」といわれるもち円 米を使用程度

500g(10 枚入) F 800 程

加古志で採れたかぐら なんばんはピリッとした 辛さがウリ

円程度

生鮮品: 1袋200 加工品::::

山古志かぐ 山古志産 らなんばん 山古志産

旬の地魚にトロ・うに・ いくら・南蛮海老など特 トロ・上にぎり10カンと玉子 程・焼きが付いた盛り合わ 度・世

- 大型 3000

- 地魚と新 温産コツ - アカリを使 用

新潟ナレニ 満 株 株 株 株 株 株 株 株 株 株 株 株 に 極み」 に

一部地元 産野菜を 使用

三条ガノー

セールスポイント 市町村名

食の名称 素材の産 単価 地

[新潟県]

にいがた フード・ブラ ンド

新潟らしさと消費者が 求める高品質を兼ね備 えている

市場相場に より変動

新潟県

- 地元産ルレクチエを使用したセリー 用したセリー 種類 種

ルレクチェ 地元産の ゼリー(果 ルレクチ 肉入り、ドリ エを使用 ソクタイプ) エを使用 地元産の農産物を使用 した旅館で提供するメート 円ニュー程

> 地元産の 農産物を 使用

郷土料理 「棚田鍋」 「朝まんま」 酸味が少なく甘みが強い、多汁で稠密なとろ用けるような舌触り、独特性なたったを見り、独特性なた。これを出り、独特性なた品が多り

1個500

ルレクチェ 新潟市全 (西洋梨) 域 がで上げたときの独特 あせい者り、優雅な甘 円 み、シャキッとした歯ご 程 たえ

1kg 1000

新潟市西 区

くろさき茶豆(枝豆)

新潟薬科大学と共同研究から生まれた、ブチッカ・フェールを使用したおいことを使用したおいことを健康を併せたシリーズ

円程度

120∼ 1,260

食の名称	素材の離	甲	セールスポイント	市町村名	型 型 型		形觀	表彰歷等
湯田上 sweetsプロ ジェクト	地元産の 果物、野 菜を使用	800	地元で採れた旬な果物、野菜を使用。それら 物、野菜を使用。それら 日、温泉街のシェフが腕を 程、振るい、宿泊客や日帰 度・リ客に提供する点。	田上門	- 件 ≤ **	宮seetsとして湯田上の知名 が向上した。	民間と行政の協働 (民間主導) 湯田上温泉旅館 協同組合、田上町観光協会	平成21年第12回「人に優し い地域の宿づくり賞」厚生労 働大臣賞受賞
竹の子	町内特産 の筍を使 用	2000	葡掘りを体験した後、採 れたての筍料理を味わ 日う点。 程	塩ギ田	# # #	田上町の特産品の知名度が町 外にも広まった。	民間と行政の協働 (民間主導) ㈱メビウス、 田上町	
もずくめん	新潟県 中越地区	450	・うどんにもずくが練っ てあり磯の風味が楽し 日 める 程	田神聖田	5 中 十	7	民間と行政の協働 (民間が主導) 麺工房 いしざわ	
サザエの 炊き込み ごはん	地元産 サザエを 使用	200	・地元漁港で上がった サザエとだし汁で炊き 円 上げたごはん 程	岳 雪 柳 田	5~10 米維	・出雲崎の特産品(新商品)として宣伝中のもの	民間のみ 天領の里 お宿まるこ	
サザエカ	地元産 サザエを 使用	200	・地元漁港で上がった サザエをカレーの中に 円、入れた新食感のカレー 程	上 田 田	5~10米据	・出雲崎の特産品(新商品)として宣伝中のもの	民間のみ どさん子田雲崎ハ イパス店	
からいすけ	自家栽培	2種類 1 瓶135g 850	魚沼地方の伝統野菜 「かべら南蛮」を自家栽 「かくら南蛮」を自家栽 田、培し自家製味噌と調 程 合。3日間かけて練り上 種 げた無添加の伝統自然 度 食品。	湯沢町		越後湯沢のお土産を代表する こだわりの逸品	民間のみ	2010年日本農業新聞一村逸 品大賞
駒子めん	地 コンヒカリ		猫样の歯ごたえとコシ ヒカリの甘みを味わえる 円 程	電光脈		米粉の普及・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	商工会議所	
下にんじん	鱼	150/kg	4月上旬まで雪の下に 収穫せずに貯蔵するこ 円 とで、臭みの少ない人 程 参として販売	鱼座無	5 5 4 4	·	AC	
Ţ	関川村	1000	あらかわしいたけや豚 肉など関川産食材を 日 (使ったイダリアン料理 種	関三村	3 ★ 米 紙	# -	民間のみ 村観光協会	
わっぱ満	お を を を を を を を を を を を を を を を を を を を	800	海岸の玄武岩で魚の味 暗汁 田 程 度	粟島浦村	5 年 十	・わっぱっクツアー等で観光客 が増えた	民間のみ 観光協会	
越中料理	" 動 一 一 か が 大 大 が が が が が が が が が が が が が	1500~ 5000	おもてない 越中料理 コンテスト の入賞料理 日 程 程	当田	- # - # * *	「富山=豊富な海の奉」という イメージが強くなった。	民間と行政の協働 (行政主導) 県	
点 发 数	中田	1個 150~ 400	個さわりがよい、果汁 が多い、さわやかな味 わい 田 稲福	中田	67 年七	聚といえば「富山市の呉功聚」] というように、富山市の組名度(が向上した。	民間と行政の協働 (民間主導) なのばな機協呉羽 梨選果場	
魚津寒ハギ「如月王」	魚津市	1屠500 ~600	塚の時期に肥大化した 肝と共に弾道リとして味 わう 内 位 位	無	- 卅版 5 米施	地域コミュニティが盛んになり、 郷土蒙に目覚めた。また、飲食 店が活性化した。	民間と行政の協働 (民間主導) (民間主導) (東市地域ブラン ド推進委員会	
米	地 地 ボレだハ トムギを 使用	100∼ 150	・地元で栽培レたハトム ギを100%使用してい る。 ・美肌や健康に良い。 特別や健康に良い。 複類	米見市	5~10 無権	・職協が買い取り価格を引き上 行がことで標件権物とに報路 が拡大し、機の保全と概察 総単の安定になった。 はなせの安定になった。 大した。 はなどの数階が行外にも拡 大した。 はなど問題の新商品が開	民間のみ JA	

被 股		第39回日本農業賞新潟県知事賞							第6回・7回オールジャパンナチュラルチーズ 部門で、優秀チュラルチーズ 部門で、優秀賞と審査委員特別賞を受賞				
	民間と行政の協働 (行政主導) 社団法人工整體 光コンペンション協	民間と行政の協働 (行政主導) JA	民間のみ 株式会社 コープ佐渡	民間のみ 佐渡ご当地グルメ 普及促進協議会 (住民の任意団 (大人)	民間と行政の協働 (民間主導) 南魚飲食サービス 企画	民間と行政の協働 (民間主導) 新潟県にじます組 合加入養殖業者	民間と行政の協働 (民間主導) JA	民間と行政の協働 (行政主導)	民間と行政の協働 (行政主導)	民間と行政の協働 (行政主導)	民間のみ 聖籍町観光さくら んぼ園協議会	民間のみ 聖籍町観光ぶどう 園協議会	民間と行政の協働 (民間主導) 商工会議所JA
	「レルビッなニ上越市」という認知を進かることができ、当市のPR効果が顕棒できる。	・米以外にも「生きものを育む 農法」取り入れることを考え始 めた。	・・米粉を使用した商品を考え始めた。	・推奨店舗間の連携ができ 地域活性化への意欲が出た。 ・・市民、行政が地産地消を目的 とした次に続く商品を生み出そうと思案している。	・郷土料理の良さを見直し伝承 するきっかけとなった。 ・地元食材の観光客への情報 発信に効果があった。	・高級態のある安心・安全な国産養殖マスの地域ブランドの誕生による豊かな自然環境の発信効果	・南魚沼の清涼で豊富な水、豪 月 『雪地帯であることを近に利用し た冬期間の生産など米単作地 ・帯の生産者の意識啓発と自信 を生んだ。	・都市から消費者が買いに来て」 、都・都市住民との交流が図ら がた。 ・都心部で認知度が向上した。 ・他の商品の売上げが上がっ 「雇用の場が拡大した。」		・地元の特産品(ハム類・チーズ)と相乗効果があった。	・農業経営の自信につながっ ・他の商品の売上げが上がっ た一次流入口が増加した。 ・電売所など、農産物の販売 テャネルが多様化した。	・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・	どの地域よりも早い「超早出し」 のブランド校豆として消費者に 認知され、食における弥彦村 … の知名度が向上した。
の の の の の の の の の の の の の の	世 世 来	3~5 ₩₩	—————————————————————————————————————	 	- 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4	5~10 無無	5~10 無権	70 中十	5~10 #米	3~5 米維	5. 以 十	10年 以上	10年以上
市町村名上越市	년 辍 단	佐渡市	佐渡市	佐渡市	南魚沼市	南魚沼市	南魚沼市	胎內市	胎內市	胎內市	票	聖	弥彦村
セールスポイント その規模と美しさから 東洋一ともいわれる高 田公園の蓮。蓮を見る だけでなく食べても楽し める。	地元産の素材をふんだ - M.T.佐用している点と 関係わい深い適厚なはに # 仕上がらた点	機薬や化学肥料を5割 以上削減し、かつ佐渡 円 市基準の「生きものを 程 育む農法」による佐渡 度 産コシヒカリ	①の「朱戴の郷づくり」 認証米100%から作ら れた米粉	佐渡の天然ぶりと朱鷺 認証米と今売り出しの 米粉を使用	南魚沼のフード(食・風土)が満載	ニジマスとアメマスを掛け合わせた味と品質	肉厚でしっかりした歯ご たえ	·素材も地元産を使用。 · 防腐剤不使用	地元100%の原乳を使 用	地元で生産された加工 用ぶどう100%使用	山	豊富な品種 農園の団地化による好 アクセス	ハウス栽培による枝豆超早出し
日海極	TT 845 TT			1. 品級	0 田駐極		≤ 円駐東	5 建型	700 900 田暦 東	8 7 8	の取験料のプク円程度	80 巴駐東	% © E 日程度
中世 57000	1 250 出版 (本)	10kg 5700 5kg 3100	ミンクス 500g 250 米巻 500g 500g	12003票	920	2000/kg	1980/kg	~ 1,940	≀	1,000 1,800	1,000 (摘み取 り体験 入場料 カップ (付)	1,000	1把(約 300g) 500円
森材の産 地 高田公園 のハスを 使用(ハ ス麺)	オの カラ	原料は 渡産	原料は佐 渡産	原料は佐 渡産	地元 米、 ボ、 まい、 野 禁、 業・ 素・ 素・ 素・ 素・ 素・ 素・ 素・ 素・ 素・ 素		超出	地元産の 黒豚を使 用	話 ボット ボット エーキ 日本 エーサー ロボール のボール のボーと の の の の の の の の の の の の の	すべて、 胎内産ぶ どう使用	聖籍町内	聖籍町内	弥彦村
食の名称	レルヒさん カレー	「 米 (コシ (コシ (コ)	米巻(商品・ボックス、マイン・デックス、マディング、 デックス・マディング、 ディング、 ディング、 ディング)	佐渡天然ブ リカツ丼	天地人 食膏御膳	魚沼美雪ま す	八色しいた 「ナ	胎内ハム製品	胎内チーズ	胎内高原 イン	さくらんぼ	ぶどう	弥彦むすめ (枝豆)

							立ち上がる農山漁村 全国地産地消協会長特別賞 全国自治大賞他				いしかわ活性化ファンド事業 採択
民間と行政の協働 (民間主導) 農業法人、個人、 JA、JF等	民間と行政の協働 (民間主導) 和倉温泉旅館協 同組合、(有)みや げ食品	民間のみ JAわかばの里、 (有)みやけ食品	民間と行政の協働 (民間主導) 縮ブロ部	民間のみ 株佐々波鮨網 株スギョ 株能登半島	R間と行政の協働 (民間主導) ・(株)に主つ賑わ ・(水)となるま ※小松うどんもま ちづくり実行委員 会および小松うど かっるのの回事事 務局	民間と行政の協働 (民間主導) 石川県漁業協同 組合	表間と行政の協働 行政主導) 新神子の里	民間のみ 白山菊酒呼称統 制機構	民間のみ白山商工会	民間のみ 白山ふもと会	民間のみませる大部舎に
・特色な急震権物のブランド化 ・コメなど主要作物の足腰の強 ・1の産出づくり ・安定的な農地利用の確保 ・次世代につながる農業経営 の確立 ・環境保全型や資源循環型の・環境保	1	中島菜の知名度向上	格登のPR 七馬の食産業振興	能登産食材のPR 農商工連携による地域の活性 化	・脊種県内メディアに取り上げ うない、砂を包とて「ラギム」 が取り上げられた。 ・市民へ、地域ブランド」での非 ちっなくりについて啓発となって いる。	地元産品のブランド化を主な目的とした取り組みである。	GRP投入効果や小筋の舞台と D したり人心誘致ができた。 (たり人心誘致ができた。 また、フランスのアランデュカス グルーブで使用されるお酒とお 米となった事。	平成17年の白山市誕生を機 に、新市名を生かし全国発信したことにより知名度が向上し たった。	・地域活性化について、住民自 うがアイディアを出すようになっ た。 ・農家、加工業、販売店舗な ど、地域の連携が密になった。	・地域活性化について、住民自 らがアイディアを出すようになった。 た。 ・撃豆腐のPRIこもになった。	・都心部で加賀丸いもの認知 度が向上した。
5~10 #維	世 紙 米	- 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4	8 世報 2 世報	- 世 - 世 - 张 摇	 + 維	- 件框 5 米框	5~10 無維	5~10 米維	- 件框 5 米框	- # ≤ * * *	3~5
石三県	九 馬 七	七尾市	九 陽 七	九 哪 士	小松市	響響	羽昨市	日日日	申申申申申申申申申申申申申申申申申申申申申申申申申申申申申申申申申申申申申申	自山市	業
販路開拓・拡大に高欲 ある生産者のこだわり 食材	地元·能登産食材を使用	·高血圧予防効果 ·県の戦略作物	能登の食材を使用	原材料から製造まで全 てが能登産	編代程良くコンのある 値。あり、まば節などと つるめ、さば節などと 思析をかんだんに使っ に最明瞭のある出汗 電峰白山伏満水が、 値と出汁との興味しきを 引き出します。	編島の海はさざえ、あ わびの理。 海女採り さざえ」、「海女採りあわ さばれ」、「第女探りあわ びは加賀百万石「削」 家」に献上されていまし	山の清水で産まれた棚 田米で国内で初めて 日ーマ法王(教皇)に献 ローマ法王(教皇)に献 エされたお米	・市内酒造メーカー5社 による統一ブランド ・清酒初の国税庁の産 ・増定	長寿・健康・美容をテーマにした御膳スタイル の食事	ヘアシーをしまるをか なポロイトカフー (フトア ロトカフー)	高い栄養価と強い粘りを持つ高級加賀野菜の円 加賀丸いもを原料とし
1	(税込) 550 程 度	200 田	ー人あ たり 1000~ 日 1500 健	5,250 用度	A P P P B B B B B B B B B B B B B B B B	サザェ1 個150 円程度、 アワビ は200 円 00円~8 程度	5kg 3500円 建	1800ml 1900~ 円 7000 暦	2,000 (4均) (4均) (4均) (4均) (4均) (1元) (20) (3元) (4力) (4力) (4力) (4力) (4力) (4力) (4力) (4力	473 円	3000
石川県	七 網 之 表 表 表 表 表 是 是 是 是 是 是 是 是 是 是 是 是 是 是	日紙	・能够で ただし、 ただし、 の材を使 を材を使 ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・	・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・	地 地 大 海 は を は 国 産 用	格別の 対なんが にった。 にいた。 には にが、 にが、 にが、 になる になる になる になる になる になる になる になる になる になる	为 子 所 地 区	原産・産産・産業・産業・産業・産業・産業・産業・産業・産業・産業・産業・産業・産業	白 田 地 地 大 及 び が 大 を 大 め た る ち た の め た め り め り を り を り を り を り を り の り の り の り の り の	白山の特産品 で 国本の で 国本の で 国本の 国際 1を食材に使用 用用	能美市特産加強力
県産食村	者 を かくたまぐん 三 りよの 塩プリン	中 原 ポプリ	编 總 第	かぶらずし	小松うどん	ン () () () () () () () () () (本 子 宗 子	田田瀬	田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田	田山 曜カレー	本格加賀

瀝等				平成21年度元気とやま農林 水産奨励賞	関連: 0平成16年度 地域づくり総務大臣表彰	NHK BShi にっぽんのマジョリティ「真夏 ・の全国B級グルメ選手権」で 人気投票全国1位		H16年 北陸農政局「立ち上がる農 山漁村」選定						
形態表彰	民間のみ 滑川市農村婦人 研究会	民間主導) (民間主導) JAぐろベ	民間のみ	民間と行政の協働 (民間主導) 小矢部飼料用米 推進協議会	民間と行政の協働 行政主導)	E B D	民間と行政の協働 (民間主導) 上市町観光協会	E間のみ 農事組合法人 食 ジエ房たてやま	民間と行政の協會 (民間主導) 漁協	民間のみ 観光協会		民間と行政の協働 (行政主導) 奥能登ウェルカム ブロジェクト推進協議会	民間と行政の協働 (民間主導) 農家、JA全農グ ループ、県の連携	民間と行政の協働 (民間主導) 農業法人、個人、 JA等
経済効果以外の効果	けなど 農作 EV だった 使った「手 使った「手 尊し、60代 が、・が活 がい作りの	黒部の知名 度のUP	飲食店組合と協力することで大 門素麺のいろいろな食べ方を 消費者提案することができた。	・卵が小矢部市の特産物である。 会、市民に関数は大けご。 ・小矢部の米(my)だ来ごを 用したブリンが商品化された。	合併以前より「そば」で地域お こしを行っており、「利賞そば祭(り」や日本初の「世界やば構覧 会」を開催するなど知名度を アップ。	射水市の知名度アップ及び自えびの魚 価の安定に貢献した	お土産として、定着しつつある。 る。	・立山町のお土産といえば「寒 もち」というぐらいて浸透した。 ・農家女性の雇用創出につな がった。	・町の新たな特産品として認知 原然の自上に、 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	・長年、名物としてきた商品に対して、新たな視点で商品開発を行った。		て本地生	・石川県ぶどう生産の振興 ・後継者育成 ・石川県の知名度向上 ・農家、JA全農グループ、県の 連携強化	یہ بد
	10年十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二	3~5 米瓶	4 米 紙	~ ↑ ₩ ₩	10年以上	3~5 米瓶	5~10 #無	10年	5~10 無維	4 米 米		3 4 4 5 4 4 5 4 4 6 7 7 8	- # ************************************	~ ↑ ₩ ₩
市町村名	七三 県	黒部市	砺波市	小矢部市	南砺市	射水市	上市町	山口口	入職	朝日町		警島市 珠田 市 京水田 市 市 市 市 市 市 市 市 市 市 市 市 市 市 市 市 市 市 市	石川県	珠洲 輪島市 於野町 八水町
セールスポイント		米では全国初の地域団体商標取得	江戸時代より伝わる製法を守り、全国的にも活を守り、全国的にも認めていまい種を対まげ、状にまるめてある手頭、大にまるめてある手頭、大にまるがです。	市内の若手養鶏家と米 農家とが協力して生産 する卵	そば粉100%の手打ちそば	「富山湾の宝石 J白えび を使用したかき揚げ	化学合成添加物未使 用 地元素材	・地元産素材&自然素材を使用	・富山湾から取水した 海洋深層水で緑道 ・肉厚でやわらかな歯 「たえでわらかな歯	新鮮な肝まで、懐石風 に仕立てたタラづくし		海・ILの旬の素材を使 用した店舗オリジナル の丼。また、能登座の の丼、また、能登座の 器・箸を使用、、箸には 客様にプレゼントする。	石川県が育成したオリジナル品種	奥能登の気候風土に育 まれた顔の見える安全 安心な食材
	日施飯	田程度	田程度	日程度	田程度	円程度	個680 円	7.0	T #5 m	0 田駐政		日報極		
事	150g 450		₩ 900	17でク (6個 入)200 ~300円		730	-	350	1 35	3000		7. 1,500 E (平均)	9,000円 /Kg程 度(H20 ~21年)	ļ
素材の産	地 で りん で 使 用	器 出	国産と米 国産の小 麦を使用	地元 御料 をエオ田 の でエサヒ で使用	地元産、 県外産の 併用	新湊漁港で水場ボ されたロ えびを使 用	さといも 穴のかの 胴米	立 産の新 正 第を依 用	相 代 	国日 日本海海 れタウ	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	メインの 食材、米 (こしひか リ)、水は 奥能登庫 を使用	日馬県	風 能 验
食の名称	りんごう A	光	大門素麺	小矢部の 米(my)た まご	利賞そば	白えび かき揚げ丼	薬膳カレー	立山権現かんもち	※ 歴 が び	たら御膳	[4] <u>[</u>	井 器	ぶどう 「ルドーロ マン」	奥能登の 食材

	a :	99	制 - H19年 ・新商品部門 優秀賞受賞 (わかさ甘椿・福井・福井・田) し)	「厳選ふくいの味」認証食品		B-1グランブリ 機手市長賞受賞		100		動 甲烷20年
が感 民間と行政の協働 (民間主導) 個人商店	民間と行政の協働 (民間主導) 地域団体	民間と行政の協働 (民間主導) 地域団体	民間と行政の協働 (民間主導) JA	民間のみとんとん工房	民間のみ JA	民間のみ 元商工会	民間のみ JA	民間と行政の協働 (民間主導) 指定管理者	民間のみ 商工会	民間と行政の協働 (民間主導) 春日居クラブ(市 民の任意団体)
(本) (京) (京) (京) (京) (京) (京) (京) (京) (京) (京		·	・梅の花の時期年々観光客が 増えて認知度が向上している。 ・青梅の時期は青梅まつりや各 体験で地域で指して「真前し知 タ度が向上、アーバ、	コスターコーンです。 教質市内の伝統食品の普及が 出来るようになった。	みかん園を訪れるお客様がみ かんを収穫して試食していただいて、おいしいという言葉を聞く ことが増え、担い手のやる気が あがった。	・市の認知度が上がった。	「もろこしといえば市川三郷町の甘々娘」というように、町のの知名度が向上した。		中央市のトマト栽培が県内外に周知された。	様力レーや様ジャム、シロップ が表することにより様の消費に を受けて、まちづくりへ活動で 他を促し、まちづくりへ活かして がかった。 がかった。 がは、 かった。 があり、 かった。 かった。 かった。 かった。 かった。 かった。 かった。 かった。
₩ - - - - - - - - - - - - -	- - - - - - - - - -	- 件框 - 件框 - 米	10 以 上	~5 ← ★ ★	40.以	3~₩瓶	5~10 米瀬	5 ↑ ↑ 1 0 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	- # ************************************	~5 件 紙
第二十二	青江市	鯖江市	福井県(8割若狭町)	教第二	教質中	大月市	十二三総甲	西桂町	中央市	笛吹市 春日居町
わが村自慢の一品認証商品	わが村自慢の一品認証商品	わが村自慢の一品認証商品	//~ 果肉が厚く種が小さ O/k いのが特徴のおいしい 円 梅です。 産	無添加、減塩の味噌 で、味はあっさりしてい で、味はあっさりしてい で、なが、深みとコクがある 程味になっている。	NKg 早生みかんで、甘くてコ 100 クのある味「なってい 円 る。 種	旬の野菜を入れること で栄養パランスの良い 一品となる	を	血液 サラサラ効果が高 いルチンを手軽に摂取 いできるそばのスプラウト	地元産高級フルーット マトをブランド化	特産品の桃を使用。 提供年齢にあわせ味付 けを変えている点。 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
500ml 2.625 唐 薩	告 日 日 程 板	1/パック 400 日本 田本	300/k~ 400/k 型用 種類	—個 798 (900g) 円 種	10Kg 2,100 正陆極	世 型 200	2.000 本 2.000 年 年 日 華 年	051 区 田 田 田	1.500~ 田 10.000 程	200 本 配 型 田 型
A A と し ご		河 村田 内 七	県内産 30	教賞権の お米、露 町の美浜 単の大豆 を使用	教資市東 部 2	地元産	平 門 川海 岩区 珠 ス	北杜市等 県内産	地 第二 4.	報 完 華
にのひか り シ	文殊産青ク る自然薯	※ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・	福井梅	とんとんなる	東浦みかん教	【山梨県】 おつ <u>げだん</u> **	日々娘 用	三シ帯をぼ 光の事	オゲージト	禁カレー
JD版 民間のみ JA 民間の3	(2017年度 ※ 0.1/20 ※ 0.3/20 が	等サハンが誕生。地域治性化 高工会 につながっている。 準確町の知名度が向上した。 展間と行政の協働 様子がようすって 様子がようすって	民間のみ		能参りイン線 (成) にほろブランド (たんちゃ 民間と行政の協働 魅力を地元の若者が再 (民間主導)	発見し、地域活性化に結びつ ができて、 ない。 でる会 の意識に変化をもたらした点 〇市民力・地域力を見せつけ		ロスルラスをよったアンドで、ア東国に11なり部園 アンプリンガで保険することで (民国主義) 市民参加の国議が恵まった。 西工余議所	地域の伝統料理の継承 民間と行政の協働 (民間主導) 地域団体	民間と行政の協働 (民間主導) 海境団体
10年 財産 10年 日本	5~10 た。 4未	# * * * * * * * * * * * * *		1~3 50が	大			- 権 K E 小市 Kン民		- 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4
能美市		野々市町 4	宝莲志水町 14	一年 20			能: 14		七 七 七 七 十 十 十 十 十 十 十 十 十 十 十 十 十 十 十 十	指 十二 十二 十二 十二 十二 十二 十二 十二 十二 十二 十二 十二 十二
全国でも珍しい食材	+ 1-1-9-00 RC-Cエルン ている 棒の花酵母を使用した 産学官連携商品	地產地消	オムライスの故郷出これのでは、東京の東京の東京の東京の東京の東京の地域の	旬の魚小獺等を使って 11、5点 12	を 〇本・豚の内臓を味噌・ 醤油・砂糖・砂ル・に	19. //にく・唐辛子・調味料 29. 等で味付けしたもの。 での今年、とんちゃん」を 20. 今年、とんちゃん」を 20. 今年、とんちゃん」を 20. 今年、これである。 11. 11. 11. 11. 11. 11. 11. 11. 11. 11.	ロの約半分となる1万 8000人を集めた。 & 上値でファンゴボ	(1	わが村自慢の一品認 証商品 9	7 7か付自慢の一品認 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
5,000 田産		250(税 円 450(税 円 700 800 1,000 円 20 両種 歴 対 歴 報 世 報 対 対 対 対 対 対 対 対 対 対 対 対 対 対 対 対 対	日 世 程 長	日幣風 日	3,000 程	日糖飯		4%で 300 300 画型 300 画型 300 回転	240 340 田輔	1.パック 400 田 語
됨M		TV 東 内 に の 使	¥	ä#I		単価 多で	4	段用う	K	對

加賀丸いも 石川県加 賀地区

食の名称 素材の産 単価

大部分が地元産金

ごはんば~ が

通米・韓 母・米・年 暦サベイ おに雇

海米珍蘭 湖 ichi 梅

準備町内 を中心に 地元産の 食材を使 用

つばた弁当

· 阿 斯 子 子

宝蓮志水 町才ムライ ス

地元廃

西能登しかサ

编

能登ワイン

		#	- 市田	<u> </u>	素		料		神中	
	【山梨県	おつけだん	甘々娘	三シ峠そば 北の芽	フルーツト マト		桃カレー		曾雄にんに く	服成 という といばなり ないだから ないだから ないだから アイバケット アイド・ファイ・ファー・ファー・ファー・ファー・ファー・ファー・ファー・ファー・ファー・ファー
毫	33		ž		奉	握	1300		- 1	®
民間と行政の協働	(民間主導) 越前おおの"とん ちゃん"を愛(め) でる会		なり 点 いっぽっぽん	Kinctiなの協関 (民間主導) 商工会議所	民間と行政の協働 (民間主導) 地域団体	四個人名斯巴拉	天宣と11段の80度 (民間中学) きま皿子	**・「日本日	民間と行政の協働 (民間主導) 個人商店	民間と行政の協働 (民間主導) 個人商店
〇地域に眠るブランド(とんちゃ	ん)の魅力を地元の若者が再 発見し、地域活性化に結びつ げた点。	○県外からの来訪者増、市民 の意識に変化をもたらした点 ○市民力・地域力を見せつけ ろ生をイベントが市民者走の	9. 米カー・ストー・ストー・ストー・ストー・ストー・ストー・ストー・ストー・ストー・エア・エー・エー・エー・コー・コー・コー・コー・コー・コー・コー・コー・コー・コー・コー・コー・コー	ロスプラスボインアンにアンファンプリア式で採択することで ランプリガ式で採択することで 市民参加の圏跡が高まった。	地域の伝統料理の継承				伝承調味料「ゆずうに」の発信	
11年未	頫		7 1	K + -	- 卅瓶 - 卅瓶	Š	~ ↑ ↑ ↑ †		- 仲瓶 - 米	- 仲摇
大野市			######################################	山丁鰛	諸江市	提	日大編		篩江市	出 工 中 工 中 工
〇牛・豚の内臓を味噌・	醤油・砂糖・みりん・に 円、んにく、唐辛子・調味料程、等で味付けしたもの。 度	〇今年、「とんちゃん」を 核にした集客イベントが 市民有志により行わ れ、人口の2日間で人 口の約当分となる」万	8000人を集めた。	中で記されている。	わが村自慢の一品認 証商品 円 程		カッと回復の一部影響を開発しませる。	理型	わが村自慢の一品認 証商品 円	度。 : わが村自優の一品認 : 距商品 関類
500%	006		⊞ (c)	300 300	240				1個	6個入り ×3袋 1.890
] 味噌など:	は地元産 を使用 (野扱店 舗により	乗 (を (と (と (と (こ))	4 4 2 3	記念なる するよう 推縦でいい	離江 中 中	章 田 田	はスーパ 中内豊地 1ハツソ 上豊実そ 区 400 ば		精江市内	国産小麦 6個入り と自然農 ×3袋 法で育て 1890 た玄米
【福井県】	(地元の味 は地元産 噌で味付け を使用 されたホル (取扱店 モン) 舗により	````	ት ቴ ተ ት	CIA7%C 記場庫度 イナリ 本各を使用 サるたう 推奨	近松の里	V - MH	さはスーク 特上豊実そ ば		殿上の華	女米ばん

民間と行政の協働 平成20年農商工連携88選 (民間主導) に認定

平成18年度から完熟フルーツ 民 というキーワードを、各種メディ 7を活用して積極的にPRLた・・・ 5 結果、検索エンジンで「完熟フ ルーツ」と検索するとトップにで る。(ヤフーもグーグルも)

3~5 米海

南アルプス市

4500

南アルプ ス市産

曽雌にんにく生産 者組合 民間のみ

中山間地域の育休農地におけ る荒地の再生

- ₩ - ₩ - ₩

都留市

田程度

1800

都留市

安心・安全な国内産

取組 財制	長野市 5~10 地産地消や食育活動にも取り	※	い伊那市で 伊那市 10年・個性が強いて当地類がある 民間と行政の協働 以上 地域として、攻撃「認知度が上(用語主等) がってきている。	駒ケ根市 10年・当市の知名度の向上 以上・会員(事業所)の活力(やる 気)の向上	様の地と言 佐久市 1~3 望月地域の味噌カツ丼、緑井 民間と行政の協働 幸の圃場産 年来がカナー・市台飲食店による組(民間主導) 酒 織化イベントの開催等、政及 ・観光資源が弱い、佐久への食 商工妥議所 による観光客の誘客	小麦)の特 千曲市 5~10 昔からの粉もの文化(ラどん以 民間と行政の協働 日本農業新聞主催「一村逸」と、ちちもち 本来 外にもおやき、すいとん等)が(「何政主等) 品大賞」金賞受賞(2004年) 25つる略 清 東度認識されるようになってき ユンゼンギ 産地化 たっちんち たっぱん、鬼粉会社等) は、鬼粉会社等)	3~5	佐久穂町 10年以上	御代田町 5~10・独奪地加 (本) (本) (本) (本) (本) (本) (本) (本) (本) (本)	表を を を を を を を を を を を を を を	西田本 本 本 本 本 本 本	松川町 5~10 工場地とんぶりとして、グレメ 年来 サミン・等に参加し、町のPRが 歯 できた。	
セールスポイント 市町村名			他地区にない伊那市で 伊那市生まれた独特な食文化	I .	佐久	1メセイキ(小麦)の特徴を生かした、もちもちゅいした、もちもちゅいかのつる形をできるできた。 はれる (単九巻)・つるつる際に優れた麺				普通の4月の120倍の ルナンを成分に合わせ 日 持っろが、タンそ (1の実 程 を煎りあげる。 度			江戸時代から伝わる道 阿智村
甲	1,000~ 8,000	850	● 2000 800日 200 200 200 200 200 200 200	1,000	— 杯700 ~880 ● 本日 ● 本日	750	1度90 0 0 0 0円 0円	1セット 2,500~ 産権円	20度 1150 田田田 唐暦日	80g入 525 525 種母	008 日類	800~800~800~800~800	
材の産	光信地域 の食材を 半分以上 使用	須坂のみ そを使っ た「割り 下」割り 大」と、漁 坂の伝統 間早丼・村 ぼづを使 用った	市内業者のみが作る麺(蒸し種)を使		安養寺味 · 曜が地元 産大豆	長野県内 産100% (内ユメセ イキ50% 以上)	東京 大・イン・ で、 で、大・イン・ で、大・イン・ で、大・イン・ で、大・イン・ で、大・イン・ で、大・イン・ で、大・イン・ で、大・イン・ で、大・イン・ で、大・イン・ で、大・イン・ で、大・イン・ で、大・イン・ で、大・イン・ で、大・イン・ で、大・イン・ で、本は、は、は、は、は、は、は、は、は、は、は、は、は、は、は、は、は、は、は	地元産の 豚肉を使 用	地元産の かぼちゃ を使用	ボイ で 単 で を を を を を の を が り で が の を が の が の が の が の が の が の が の が の が	地元 ロイント 使用 を 田	松川町	お上帯の
食の名称 熟 【長野県】	ながの御穀、北信地域 勝 の食材を 半分以上 使用	信 受) ,	1 44	安養寺ら~ めん	「	₩ 	きたやつハ ム		焙煎ダッタ ソキば ソキば		#	編業回

		н					۷		M I P MV	U						
表彰歷等		平成19年農林水産省「郷土 料理百選」				農商工連携88選	B-1グランプリ第5回ゴール ドグランプリ受賞	ビジネスガイド社 ギンドショー 準大賞	平成13年第15回ニッポン全 圏むらおこし展特産品コンテスト全国商工会連合会長受 賞	2007年農林水産省が、「農 山漁村の郷土料理百選」に 選定。						
形態	民間と行政の協働 (民間主導) 穂坂町ふるさと協 議会	行政のみ (財)ふじよしだ観 光振興サービス	民間と行政の協働 (行政主導)	民間と行政の協働 (行政主導) 上野原市秋山地 区特産農産物 振興協議会	民間と行政の協働 (民間主導)	民間と行政の協働 (民間主導) 身延町商工会	表間と行政の協働 (行政主導) -	民間のみ NPO	民間のみ商工会	民間と行政の協働 (民間主導) その他(料理店等)	民間と行政の協働 (行政主導) -	民間と行政の協働 (民間主導) その他(生産者等)		民間と行政の協働 (行政主導)	展間と行政の協働 (行政主導)	民間と行政の協働 (行政主導)
経済効果以外の効果	地元で盛んな果樹栽培を生か [「一たが加工の関係やフランド化 「一年 民員らが組織を上げ取 」 組むことで、地域の活性化につ 」 いても議論できる仕組みができ た。	・富士五湖地方の「食」の観光 資源として活用されている ・まちを巡る観光客が増加した	・地元高齢者の雇用による生き F がい対策となっている。 ・・十谷地区の観光客増加につ ながり、活性化につながってい る。		・これまで行われていなかった ブドウの生産が始まった。	遊休農地の解消 雇用の維持・増加 地域団体商標取得へ向けた動 き 生産者の生き甲斐づくり	全国的に認知度が向上してい る。		桑の実ジャムといえば甲斐市といわれるように、甲斐市の知名 度が向上した	「山梨の郷土料理といえばぼう とう」というように、山梨の郷土 料理として人気がある。						
		0 1 1 1	0 4 4	10年	5~10米概	3~5 無維	- # ************************************	₩ ₩	- 世 - 米 - 米	10年	5~10米瓶	5~10 #米	10年十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二	10年十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二	10 年 十	10年以上
市町村名	重崎市	田里十個	三十三副	上野原市	岳	東	甲帝市	笛吹市	甲	三 紫 画	上 本 三	当 三	道志村		北 杜市	田三町
セールスポイント	77.77.1	麺が固い・腰があトッピングにキャ	旧籔沢町の十谷地区 のみ伝わる料理	地元の長いかぶを使用	山梨の特産品であるワインの生産を、これまでインの生産を、これまでブドウの生産ができなかった地域に取り込んがった地域に取り込んだ、本格的なワイン。	大粒で甘みの強い大 1豆。地域性が強く他地 2域では栽培が難しい。	明大	日本一のぶどうの産地 でつくった干しブドウ	・素材も地元産を使用。 ・桑をさかざに読んでわ 1くわくしながら食べる ヨジャム	山梨県内で食されている郷土料理	:マスカットの芳醇な香 リと味わい 9:皮ごと、種まで食べら 捏れる		・生産量日本一のクレンンを練り込んだ緑色の 麺が特徴 ・栄養価が高い	・地元産・無農薬で栽培 されたちりめんしそだけ されたもりめんしそだけ を使用 1.保存料・着色料は一 望り使わず自然の色を生 すかしたそのままの味。	やわらかな肉質が特 物の山製産船物豚"フ ジザクラポーク"などの 膨選素材を用い、 低添加・低塩でじっくり 熟成した職人の味	・ 春辛料と塩で味付けして漬け込んだ地元産の て漬け込んだ地元産の 円・豚肉を、10日から2週間程がけてじっくり寝かして 度いる。
ь	レージ ク-290 フャケン T 型	350~	本 00 七 世 極	2508300 日5008500 程	1800 程	500 陸型	食700 円 種	ひと房 日 4,500 韓	-(會 525 西韓田	(A)	用— 形— 四 四 四 四 四 四 四 四 二 四 四 二 四 五 一 四 五 一 五 一 五 一 五 一 五 一 五 一 五 一 五 一	本1 本1 を を を を を を を を を を を を を		→ 45 → 845 本 四 類 五	ーケ 400~ 円 1,200 程 度	7—7 400~ 600 西極
軍事							I	 								1 1
素材の産	地元産の 果実(10 種)	富士山の 湧水を使 用	甲角	型 出	格元離	自規合	料理のた め、素材 の産地は 異なる	笛吹市	甲 光 部 の	料理のた め、素材 の産地は 異なる	正 禁 用	山梨県内	地元産 クレンンを 使用	地元産の シンを使 用	地元産の 豚肉を使 用	地元産の 豚肉を使 用
食の名称	糖 牧 町 ぶ だ つる (ロイソ と ジャム)	吉田のうど ん	tete	ひなづる漬	道口道 ルーラ (クケ)	曜大豆のブランド化	とりもつ煮	笛吹市の 干しブドウ	わくわくジャ ム	ほうとう	ンナインスメンド	甲州地がり	クレソンうどん	シング ロロス	清里ハム 工房 肉加工品	南アルプス ふるさと活 性化財団 肉加工品

费彰歷等						岐阜県飛騨・美濃じまん「じ まんの原石」認定				特許庁「地域ブランド」(地域 団体登録商標)に登録	「山岡細寒天」は特許庁「地域可体登録 域プランド」(地域団体登録 商標】に登録 岐阜県飛騨・美濃じまん「じ まんの原石」認定
が離 民間と行政の協働 (民間主導) 観光協会	民間之行政の協働 (民間主導) 奥長良川名水株 式会社 岐阜県森林組合 連合会	民間のみ (株/ハートランドか みのぼ関市東商 エ会上之保支所	医間と行政の協働 (民間主導) 関市観光協会	民間と行政の協働 (民間主導) ㈱レイクサイド	民間と行政の協働 (民間主導) 様レイクサイド	民間のみ	民間と行政の協働 (民間主導) 美漢市地元農家 美濃仙寿菓研究 会事務局 岐阜大学	民間と行政の協働 (民間主導) 瑞浪マコモ生産出 荷組合	民間と行政の協働 (民間主導) JA	民間と行政の協働 (行政主導) (行政主導) 岐阜県寒天水産工業組合 工業組合 恵那市山岡観光 観明の社	民間と行政の協働 (行政主導) 岐阜県寒天水産・ 工業組合 恵那市山岡観光 振興公社
経済効果が必要を表現があっています。多が関する アルーアンドナ・チェラの制度を 変り上げる市のマスコットナ・ ラクター「うながっぱ、を利用し たスウィーンとして、観光客や 市民に人気が高い。				1.	・転作による減反田の利用		義議市の知名度向上に寄与 業機加索研究会を中心として、市の貧に関する方ランドつ くりに対する取組みが活発し なった。	・耕作放棄地の解消につな がった。 ・「まこむとけを栽培する瑞浪 市」というように瑞浪市自体の 認知度が高まった。	・「 恵那架」がブランドを高める ことによる生産者の生産意欲 ・ ・ ・	冬の風物時となっている細案 天を天日干しする風景ととも に、「恵那市山岡町」の認知度 が向上しつつある。	・多の園物詩となっている細寒 天を天日十一名園景とも に、「恵郷市山岡町」の認知度 が向上につつある。 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・
- 世 - 世 - 世 - 世 - 世 - 世 - 世 - 世 - 世 - 世	10 中十	10年以上	4 株 株	5~10米瓶	- # ************************************	10年 以上	3 4 5 米維	3~5 米維	10 以 十	0 5 4 4	10 以 上
市町村名 多治見市	壓	上	世	中三兼日	中津三市	中津川市	無 議 七	瑞浪市	惠那市	康那市	惠那市
セールスポイント 多治見市のマスコット キャラクターのデザ <i>イン</i> を利用した				・地元でとれた蕎麦粉を使用	・地元でとれた蕎麦粉を使用	栗きんとん発祥の地	k鼻大学で研究され、 商権参議された野菜。 来養満のカランキを業 第七亿、飯卓大学を装 第一の地元農家とが連 間一の地元県家とが重 程づてないる。非紫の鮮 程づてなる。赤紫の鮮 度でかな薬色が特徴。人 はがなくさっぱりピレビ 食物。抗酸に活性が非 第二高く、健康に良し。	独特の食懸とほのかな 甘み	地元の「恵那栗」を使用した栗菓子	低力ロリーで食物繊維 が豊富に含まれる健康 食、美容食	・低力ロリーで食物繊維 が震富に含まれる「山 間都業夫」の特長を活 かしたラーメン ・ダイエットに最適
田程度	Eの Eの 「氏 ・氏 氏 関 板	<u> </u>		S) C C E 程度	F 08 日駐東	======================================		20日程度	面の円程度	日報風	1 上版版
···	350ml 120 500ml 130 11 200円 2L 250円	120	600 1500	接束右	750ml 1,580	1個 200円前 F 後 春	- 200 ***	±1 100	220	100g 1200	500
#報 を を を を を を を を を を を を を	関市洞戸 地域	関市上之 保地域		地元産 蕎麦粉を 使用	他元産の 蕎麦粉を 使用		※ 手	瑞浪市内 で栽培	更 那十	惠 图写·瑞 村 野	脚
食の名称 うながっぱ スウィーツ	高 他 大 株	きわやかゆ じゅ	関ある中	あぎそば (乾麺)	蕎麦焼酎 1 (あんじゃな (しい)	中澤川の 栗きんとん	************************************	まこもたけ	栗きんとん	超離米	寒天ら一め ん

数表歷卷	2008年 信州インスーション大賞受賞	・H10年信州の味コンクールで奨励賞 受賞 で奨励賞 受賞 ・H13年県中山間地域農業 振興協議会長賞受賞		H19年度 信州の伝統野菜栽培地栽培 認定								
形態 民間のみ (有)みなみ信州 平谷リゾート	引のみ 大鹿村 観光 3.会	民間のみ もえぎ会	民間と行政の協働 (民間主導) 白馬商工会	民間と行政の協働 境(校政主義) 境(城町かき海) 根振興協議会	民間と行政の協働 (行政主導) 行政		民間のみ 岐阜市商店街振 興組合連合会	民間のみ 岐阜市商店街振 興組合連合会	民間と行政の協働 (民間主導) 宿儺かぼちゃ研究 会	民間と行政の協働 (民間主導) 荘川そば振興組 合	民間と行政の協働 (民間主導) 飛驒森林都市企 画㈱	民間と行政の協働 (民間主導) 観光協会
経済効果以外の効果 遊休晨地の解消	ジビエ料理といえば/大幅付」 を目指して取り組んでいます このカレー製造により、大能 日本のでは、大能 対しています。 大幅がジビコ網を含料を、観 大幅がジビコ網を含料を、観 た事で、大能村の良さを 村民 皆でPR出来ている。	村外への販路拡大による村の地名度アップ。	宿泊業の活性化。	・地域を代表する特産品として 可内はもとより、県内にも認め でいた。 ではずるかに上版売・收成 の開設するかに上版売・収入 ・他市町村でも、わずか入根が 生産販売されるほど脚光を浴 生産販売されるほど脚光を浴 住産販売されるほど脚光を浴 「全の事味大根フォーラムを でなり、当即によいて降手度 「全の事味大根フォーラムを できた結果、辛味大根産地とし でつきた結果、辛味大根産地とし での地性が確立されこりある。	・地域のグループ等本企画の 参加者の製物でより地域の活 性化につなかった。 ・地南市町村に対し町の設知 度が向上した。 ・他の商品の売上げが上がっ た。 ・期間中観光客が増え、町内が 活気付いた。		・開発商品の販売ともに、飲 長れが取り組み表材数末を活 用した独自メニューの開発によ り、商店街活性化が図ることが できた。		丹生川地域以外にも研究会の 会員が増え、広域な連携により、市全体が元気になった。	そば生産により、耕作放棄地が減り、景観が良くなった。	タカネコーンの生産により、耕作放棄地が減り、景観が良くなった。	権力 (日本 一次) (北手・参加) (本) (本) (本) (本) (本) (本) (本) (本) (本) (本
五 2 2 2 2 3 3 4 3 4 3 3 4 3 3 3 3 3 3 3 3	。 ↑ 5 ★ ₩	10年 以上	2℃ ↑ ★ ₩	00 口 口 口	- 件框		- 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4	- 4 5 米 紙	5~10 米瓶	5~10 #米瓶	10年 以上	8 件 ₹ ₹ ₹
臣	大鹿村	筑北村	白馬村	坂城町	原籍		中 中	板阜市	900円	恒	恒田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田	多沿見市
セールスポイント 注目な味わい	大鹿村で捕獲した鹿肉 と特産品ブルーベリを 使用し欧風に仕上げた レトルトカレー	青豆を使用した緑色の 手作り豆腐。	独自基準を設定し、この基準をグリアした者を 日 グレーピエ(グレープ戦 人)として認定。	100~200円: 伝格野類に窓定され 100~200円: 任格野類に窓定され (おしぼり) ・ あまもっくらした幸さの というの 後からほのかに感じる 1200円 甘か 不が出るほど、体の芯 杯り 一下が出るほど、体の芯 下が出るほど、体の芯 下が出るほど、体の芯	ナト(七部) 優女を使用 「・今在編本リジナリ ロード・一多ら十のおうやや 種 販売 要		滅圧乾燥により食材を 粉末にし、麺に練り込 んでいる点	減圧乾燥により食材を 粉末にし、使用している 点	ヘチマのような形をして おり、長さは50~ カ 円 80cm。 度	標高1200メートルの高 冷地で栽培された良質 のそばです。	精度は何と17度。メロンに匹敵する甘さです	多治見市のマスコット キャラクターラながら オトラのありうなぎ」と 「まゅうり」を使用
66 230 度離円	E 0005	200 陸相田	400 ~	10~200円 /kg おしぼりう ん:750~ 杯)	110~ 170~ 150~ 田本極		400 (250g) 꿤 鹿	400 (60g) 由 重	1000	800 田型	350 田暦 極	1000(力を のを 部の 日本 日本 日本 日本
素材の産 単 加 地元産の トウモロコ シを使用	大 施 施 ル ル リー ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・	地元産の 青豆を使 用	地元産~ ば粉を6 用	板域町戸 産のなる み大根を 使用	地元 食材を使 用 用	(a)	地元 本ウア 本ウレン を使用 を使用	地元産の 核豆を使 用	高山市 丹生川町	世 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田	高 配 品 用 用 用	いななっ に発す、いっ ながっば、10 声、いな オ がっぱめ み がっぱん オ がっぱん オ がっぱん オ がっぱん オ がっぱん オ がっぱん オ がっぱん オ
意の名誉 プーンメー	大鹿村ジビュナット エカリー	もえぎ豆腐	そばガレッ ト	ねず み大根 (おしまりう どん)	式 む も も	[岐阜県]	うどん(乾 麺) 緑のイケ麺 (ホウレン 草・枝豆)	ふりかけ 豆菜かな	宿儺かぼ ちゃ	井川そば	タ カ カ コ ー	うながっぱ グルメ

以 3.13.13.13.13.13.13.13.13.13.13.13.13.13		0 条 0			H19地方自治功労総務大 臣表彰 ある。その他多数 は学	B-1グランプリ第7位(第2 回)・横手観光協会長賞(第4 5会 回)		協働 全国紙「じゃらん」で、「当地) グルメ新人賞。 ナレビ技法多) 数。 新、一数。				平成20年度地產地消優良活動表彰農林水產大臣賞		+ 版 14 年度長 からかと質 旧中央コンタールで(第7 億) 日中央コンタールで(第7 億) 日産業センター条長護受賞
万様 民間と行政の協働 (民間主導) 白川茶農業協同 組合連合会	₹ ₹ ₹ ₹	民間のみ みたけ華ずしの会	6 P	氏面と行政の3階画 (行政主導) 商工会議所 JA	民間のみ 行政の協力もある 富士宮やきそば学 会	民間のみ 姿井市観光協会	民間のみ	民間と行政の協働 (民間主導) 商工会議所				民間のみ JA	民間と行政の協働 (民間主導) 商工会議所	民間のみ 豊浜水産物加工 業協同組合
経済効果以外の効果・白川町といえば、美濃白川 ネルと言われるほど全国的に有名になった。 ・ロ川本の製造販売等に携わる町の多の民か多くなった。	以上・白川茶手もみ保存会が、イベ 台ンド等を通して消費者とふれる うことによりPRIこのながった。 また保険学習により子とれた が白川茶に興味を持つようご	なった。 華ずし目当ての来町者があり、 第~5 イベント容数の増加に繋がって 諸		YAO及アシノ、地産的消、製力3~5 素材 イネ 株本 (本来) 本本 (本来) 本来	やきそばと言えば富士宮という ように、TVドラマでも富士宮や 10年 きそばを焼いているシーンがな。 以上 がれるなど	接井市の新名物としてPR効果 が表れてきている。市外・県外 5~10 からも食べにくる人が増えてい・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・	(庶民の味」という歳の持つ力 を知る事が出来、様々なメ ニューが影動を始めている。 キャ 本来	・つけナポリタンを求め市外県 外から多くのお客様がきてい る。・ファミリーやカップルなど 客層に変化が表れている。	1~3 新			te	<u>_</u> 4	10年 ・ 都合員の中に団結心が生ま以上 わた。
		御瀬田 3		三島市	面 上 市	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	浜松市		国 十 中			大府市 5、	春日井市 4	田名多田 二二二二二二二二二二二二二二二二二二二二二二二二二二二二二二二二二二二
セールスポイント 市 味と香りの美濃日川茶 地域団体商標登録済 み ロ川 米手もみ保存会が	競セ	きれいでおいしい		外はサクサクモしったり	コンのある麺	江戸時代の名物料理を 再現した歴史のある食 べ物	キャベン中心の野菜餃子・マインサールの野菜餃子。 肉のコクを残し、いくらでも食べられる。	「つけナボリタン」の特徴は、「スープは必ずトマープは必ずトマイン一なる一人に、 場がファイン・ファイン 調がファイン コンソメブイ ヨン、などお店独自の スープを活用したW	スープが基本。麺はオリジナルの衝大麺をはじめ、パスダ、中華麺、IB本をばなど麺とスープは別は、カーは別ないのではなど類をスープは別々につけ麺屋!	異句はや占アレンソ目 由。 した。 した。 した。 した。 して。 して、 して、 して、 して、 して、 して、 して、 して、 して、 して、	<u>ه</u>	安全安心で新鮮	サボテンの粘着部分を 50 利用したソリーミーな池 相 立ちで表芽100%の発泡 程 酒 度	新鮮な地元度原料を 使用 ・化学関味料など無添 程加で、奥みや塩辛さを 度 抑えた点
理 000 E	2000-1-	100~350~	色	00 巴雄敏	450 田華	300~	様々で あるが、 一粒30 ~60		一杯90 円程度					200 €
IV 44	E E E K K	みたけ華ず 町内及び し 近隣市町	【静园県】	みしまコ 箱根西麓 ロッケ	富士宮やき 素材の産 そば りません	袋井宿「た 地元業者 まごふわふ 取り扱い わ」 の卵使用	田米名か 一は大名か 「一は大名か 「一は大名か、 「一は大名か、 一は大名か、 一は大名が、 一は大名が、 「したな)。 「したな)。 「したな)。 「したな)。 「したな)。 「したな)。 「「したな)。 「「したなり、 「「したなり、 「「したなり、 「「したなり、 「「したなり、 「「したなり、 「「したなり、 「「したなり、 「したな		地元製麺 国士つ(ナナ 所生産の ポリタン オリジナ ル麺	!		近隣市町 げんきの郷 で生産さ 農畜産物 れた農畜 産物	ボテン発 食用サボ 池酒 日井産 日井産	豊浜魚醤 地魚のカ 「しこの霧」 シクチイワ ンを使用
ハ田米大会(H) ・	静						w.P.f					Del .		
気が歴等 BIグランプリ及留米大会(ト 20)において、各務原キム 予錦が第3位 岐阜県飛騨・美濃じまん「じ まんの原石」認定	第39回日本農業賞·特別部門第6回食の架け橋賞 審-査委員特別賞			地域団体登録商標に登録			端でかんが吸車・張林平・乗 端で井ん「レボルの原石」設 所	熊熊	飛騨・美濃伝統野菜に認証	不明, "二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十	おうべつもこして表中米水 驒・業濃じまん「じまんの原 - 石」認定	飛騨・美濃じまん 明日の宝物記定 地域団体登録商標に登録		
S版 民間と行政の協働 行政主導) たムチ日本一の都 6研究会	民間と行政の協働 民間主導) 第工会議所 2間 / 行政の協働	(行政计學)	に同されなの協働 (民間主導) 発酵市そは接願。	(古(1年8日本) 間のみ 美濃カレー組合	民間のみ	おいぼう離ちゃん研究会	後に表現である。	展間のみ 飛馬 有限会社 レイク・ ルイーズ	民間と行政の協働 飛鳥(行政主導)	民間のみ 町内製菓店	6 職 亿	飛騨・美濃じまん 物認定 地域団体登録商標	民間と行政の協働 (民間主導) 商工会	民間と行政の協働 (行政主導) 機佐見とうふ豆の カ
S版 民間と行政の協働 行政主導) たムチ日本一の都 6研究会	民間と行政の協働 民間主導) 第工会議所 2間 / 行政の協働	1.7.1.1.2.2.2.2.2.2.2.2.2.2.2.2.2.2.2.2.	・ではのアドリ(メハカ)」とも分析に、反同で打取の協関 放棄地の抑制が図られている(民間主義) 『関連団体による自発的な活動、表揮形で(保護算・ が増加した。	組合(社長団体) およっプアップ 展開のおよっプアップ 展開のお 調理師技術の向上 (教育関連業者と関係団体等 真美濃ガレー組合 (政権のの)	の連携意欲の向上・市町村合併後の新市の名物・市町村合併後の新市の名物・料理として定着しつつある・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	おいぼう離ちゃん研究会	ボ戦 圧	展間のみ 飛馬 有限会社 レイク・ ルイーズ	民間と行政の協働 飛鳥(行政主導)	民間のみ 町内製菓店	A B A B B B B B B B B B B B B B B B B B	民間と行政の協働 飛騨・美濃じまん 物認定 (民間主導) 物認定 商工会 地域団体登録商標	・せんペレー国がデザートの国と 民間と行政の協働 に使用されるなど、別の業 職、別の食材と合わせた使用 がされるようになった。 簡エ栄	・大豆を地産地消することによ 民間と行政の協働 り、大百を生産する集落営業組 (行政主導) 内の所得アップに貢献 農村部では貴重な女性の雇 (株佐見とうふ草の) 用を創出。
15	- 商工会議所のなかで農地を 民間と行政の協働 3~6 情で日車を全座(1 里羊で1 (民間主導) 年来 ろんな食材を検討したりにも 成の活性化につながっている。	1~1 CO Man Co A Man Co A Man	・ではのTF13 (Z.Na)により新作 5~10 放棄地の抑制が図られている 年未・関連団体による自発的な活動 満 が増加した。	# 10 (対象) (年来 の連転票の窓の同工 満 ・市町村合併後の新市の名物 料理として定着しつつある	できた。	2000 1000	5~10 (4) (5) (4) (4) (4) (4) (4) (4) (4) (4) (4) (4	第4日本音本キラクターに上、民間上行政の協働 飛鳥 3~5 「74ぎつよ」をキーフードに各(行政主導) 年末 種企業が、商品開発・情報の 諸 共者を行っている	ハッケージに「岐阜県のお米 民間のみ 不 いッシェ 五米カステリーを記して来す。 マラーと表記 まってい 岐阜県の米がい。 町内製薬店 シモであることをアピールした。	1~3 4米 4米 M	田間と行政の協働 飛騨・美濃じまん (民間主導) 物認定 商工会 地域団体登録商標	・セムペい面がデザートの面と して使用されるなど、別の業 3~5種、別の食材と合わせた使用 年来がされるようになった。	大豆を地産地消することによ 大豆を地産地消することによ 1~3 り、大豆を生産する集落豊農組 年来 合の所得アップに真骸 満・農村部では貴重な女性の雇 用を創出。
市町村名 取品 経済効果以外の効果 形態 間 (各務原市1の認知度が上昇し 民間と行政の協働 (名務原市1の認知度が上昇し 民間と行政の協働 3~5 た たまま (行政主導) 本来 キャ キャ オーカギ (市研究会 市研究会	- 衛工会議所のなかで襲地を 民間と行政の協働 3~5 増リビ手を基定、里羊で() (民間主導) 可児市 年未 ろんな食材を検討したり(ご地 居工会議所満 域の活性化につながっている。 陽工会議所 コンドー デの海 ロル・ドリホの 民間と行動の協働	コノニー いり 回加 にっそり 日の名 歯栓 上がった	・ではの7年が、ZMBJにより挙作。 -10 放棄地の抑制が図られている 手来・関連団体による自発的な活動。 満 が増加した。	# 10 (対象) (都上市 年来 (の連携を送び向上 満 ・市町村合併後の新市の名物 料理として定着しつつある	(24) 事業を開発に当たり、おいま (24) 事業を開発に対し、めいま (25) 事業を開発に対し、めいま (25) がいま (25) かいま	第1000分	展	(集団を基本を大学の大学を大学の大学の指数・	バッケーンに「修卓県のお米 民間のみ ホッケーンに「修卓県のお米 日間のみ インシェを出来がステラリを記 日本 オラムとで、岐阜県の米がバッ 町内製菓店 カッモであることをアビールした。 中の製菓店 サットはギカビー ア・カッカ	Si COLETA ENECO	・秋の商品のバラエティが増 民間と行政の協働 飛騨・美濃じまん ス、また。長い期間楽しむこと (民間主導) 物認定 ができるようになった。 商工会 地域団体会録商場	(人) (日洋町) (14人人)、国がデザートの面と して使用されるなど、別の業 3~5 種、別の食材と合わせた使用 注素がされるようになった。 注 がされるようになった。	・大豆を地産地消することにより、大豆を地産地消することにより、大豆を生産する集落営農組のの所得アップに貢献・農村部では貴重な女性の雇用を創出する
市町村名 取品 経済効果以外の効果 形態 間 (各務原市1の認知度が上昇し 民間と行政の協働 (名務原市1の認知度が上昇し 民間と行政の協働 3~5 た たまま (行政主導) 本来 キャ キャ オーカギ (市研究会 市研究会	- 商工会議所のなかで課地を 民間と行政の協働 3~6 単化/日里を全性と 里 車で(1) (民間主導) 本 えんな食材を検討したりして地 遠 域の活性化につながっている。 商工会議所 コンポーポの商品や11年の 民間と活動の協議	1~3 知る原が「だん」 1~3 知る原が「だん」 1~4 知る原が「だん」 1~5 1~	・ではのTF13 (Z.Na)により新作 5~10 放棄地の抑制が図られている 年未・関連団体による自発的な活動 満 が増加した。	A	都上市 年来 (の連携を送び向上 満 ・市町村合併後の新市の名物 料理として定着しつつある	コペースの形伝の味付	第	U. Y. S. P.	(集団を基本を大学の大学を大学の大学の指数・	県産 ハツ・モを使用。	10-3 10-3	- ゆ后離で味が遠い、食 3~5 え。羊た、鬼い郷間炎しむこと (民間主導) 物認だ	・ 中 ん 入 い に け で な く せ か 入 い 回 が テ サ ー ト の 国 と 人 へ い を 入 れ 가 に 面 も ぬ か く い を 入 れ 가 に 面 も ぬ か と か と か ま か が か ぬ ま か と か ま か か と か ま か く か れ か ま か く か れ か よ か に か ま か く か れ か よ か に か よ か と か ま か と か ま か よ か と か と か と か と か と か と か と か と か と	** ** ** ** ** ** ** *
単価 セールスポイソト 市西村名 37話 経済効果以外の効果 形態 も務原市特産のニング 12条	・地元産の里羊を素材	1	- 1974年で1477年安日 - 1974日 - 1	度 相合(北部四級	600	主力商 油イースの物伝の味付	FD FD FD FD FD FD FD FD	C_LIV.546んなだ。 E	後に甘いhpん丸ごと 第四名等本十プラインに 原面岩で東の力を 飛馬 東西 大東 田(東へられる 1 カタン 1 カ	保産ハツン・子を使用。	4.3.3.7 1 1 2 2 2 C 1 1 1 1 2 2 2 C 1 1 1 1 2 2 2 2	中国	及 サイスレプラケな(中 / 内部部 / Temple / A / L / L / L / L / L / L / L / L / L	度 - 中内産の大豆を100% 1 一 明内産の大豆を100% 1 一 1
新 初の 単価 セールスポイント 市団が名 部間 経済効果以外の効果 形態 各務原市特産のニンジ	- 地元産の里芋を素材 - ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	A M W M M M M M M M M M M M M M M M M M	19.71年でおかまが 10.71年が12.71年 10.78年 10.784	空使用 度 相合性無回体) ・調上の搬送業材を使 ・調上の加速業材を使 ・調上の加速業材を使 ・調上の加速業材を使 ・間に関し味に都上の メージアップ 所の向上とイ 民間のみ ・加味噌を使用 ・調理師技術の向上 ・調理師技術の向上 選業施力レー総合 の活用 ・食 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	日、建物の自己事務 部上市 年来 (の連載を2010日工程・機工)認定制度(市内 潜・市町村合併後の新市の名物度: 261店舗、70種類) 料理として定着しつつある ・ 一手から たかる味噌・鶏・・ 手から たかる味噌・鶏・・ 日中学の音文 小ぞを国に発信	コペースの形伝の味付	FD FD FD FD FD FD FD FD	C 1/1.2.e.をんなど E E E E E E E E E	後に甘い11pの人丸ごと 20~5 「本田子が年オープライーに」、 民間と行政の指動 飛鳥 日 食べられる 10~5 「おおずらよ」をオーフード(1名 (行政主導) 4年 種企業が、 商品開発・情報の 第 共有を行っている	県産 ハツ・モを使用。	10-3 10-3	- ゆ后離で味が遠い、食 3~5 え。羊た、鬼い郷間炎しむこと (民間主導) 物認だ	以 せんべい目が子せートの皿と んへいを入れた皿も食 んへいを入れた画も食 、中心へい回が子サートの皿と に使用されるが高田を開発 10-00 第一回を表するため、別の業 30-5 種。別の食材と含わせた使用 4本。がされるようになった。	(シャップ) 度 (シャップ) (エラ・カー) (エラ・

) L		. <i>جه</i> ر	. <i>Eb</i> ř		
								部沢特産品 市長賞受3		はきれたこ	はきれたこ		
表影腦等								平成19年度稲沢特産品コンテストで稲沢市 長賞受賞		(新聞報道等はされたことがある)	(新聞報道等はされたことが ある)		
形態	に関する (民間主導) (熱東栄子キン	民間と行政の協働 (民間主導) 千代姫荘	民間と行政の協働 (民間主導) 産地直売所参加 農家	民間のみ 各店舗・施設	民間と行政の協働 (民間主導)	民間と行政の協働 (民間主導)	民間のみ 商工会	民間のみ - - - - - - -	民間のみ	民間と行政の協働 (民間主導) (民間主導) (民間主導) 者、消費者など工産 清潔者など「刈谷市 農畜産物特産化 農産権物特産化 関盟会員、1000年 別工間発。 現在はしるが主	民間と行政の協働 (民間主導) (民間主導) (民間主導) (大阪、人名・住産 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	民間と行政の協働 (民間主導) 商工会議所、行 政、商店街連盟、 JAIこよる連携事業	民間のみ 商工会議所
経済効果以外の効果外での変更がある。	myrcomanisが上がった。 新商品開発を通じ、産学官の 連携が行えた	地元女性グルーブが中心と なって町内外イベントでの実演 をしており、知名度の向上や地 域間交流に強している。	比較的栽培が容易であり高齢 目者でも取り組みやすいため、作(付を通じて農地保全が図られ ている。	指数での工事もある。 施数での工事もあるぐり体験な どを通じての都市山村交流な とも行われている都市山村交流な 日本もちをベースとした創作等 理がテレビ放送され、町の知名 度向上にも貢献した			他の商品の売上げが上がっ た。	稲沢市の知名度が上がった。	稲沢市の知名度が上がった。	・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	・地産地消 ・地産地消 ・連格が配の有効利用 (廃 ・機がのにのが ・機がいのが対 ・関係が出の道が ・関係が出し、生産者の生 産活動に対する安定感が生ま れた。	市民を巻き込んだ機商工連携 事業を実施しており、坊ちゃん がほちゃを使った市民ソイデリ 増加ニンテンドでは130代市品 の多くの出展があるだけが出り の周知機億が図られている。。	商品の認知度が向上し、地域 振興が図れた
開置	10年 上 上	- # - # - *	3~ 無 無	00以 年十	- # - # * *	- # - # * *	~ ↑ ★ ₩	- # - * * *	00 中 二	0.以 年十	5.以 年十	2 * * * * * * *	3~5米框
市町村名	東米町	東米野	米平	岳 米 一	稲沢市	稲沢市	稲沢市	稲沢市	稲沢市	中令	中 令	中令	江南市
_	製みす。 (素) (本) (な) (な) (な) (な) (な) (な) (な) (な) (な) (な	古からの郷土料理を現 代風にアレンジ	山葉にしては珍しくクセ が少なく食べやすい	代表的な郷土料理観光容の人気も高い	大粒でもっちり、運かつぎ	大粒でもっちり、電子レンジでチンするだけ	乾燥させたギンナンの 粉末をパイ生地に混ぜ 引で焼いた点	地元祖 父江特産のギンナンを混ぜて焼いた点	川砂と水と種生姜の養 分だけで育ったため、 円 あくがなくやわらかい点 程 度	があるからりは、順末 かた土壌と国際な方面の がかげて、大粒で形 が見べ、日味の多い優 れ場。優れた素材から 田子は大おいしいワイ 程まれたおいしいワイ 程をのフインは、生産者 の関が思いるののののの で、地万度 1009の別 の一部が、1009のの別 の一部が、1009の別 の一部が、1009の別 の一部が、1009の別	対容の次とは、源ま かたかけで、大粒で格 が成く、性味の多い機 が強く、はないない。 はいるできない。 はいるできない。 はいるできない。 はいるできない。 はいるできない。 はいるできない。 はいるできない。 はいるできない。 はいますが、 またが、 はいますが、 はいますが、 はいますが、 はいますが、 はいますが、 はいますが、 はいまが、 はいますが、 はいまが、 まが、 はいまが、 はいまが、 はいまが、 はいまが、 はい。 はいまが、 はいまが、 はいまが、 はい。 はいまが、 はいまが、 はいまが、 はい。 はい。 はい。 はい。 はい。 はい。 はい。 はい。 はい。 は、 は、 は、 は、 は、 は、 は、 は、 は、 は、 は、 は、 は、	普通のかぼちゃよりも たんぱく質、8 カロチン、ビタミンへ、糖質が できまして、 一般で いたが正ので、 和洋単著 で、 和洋中華、和洋菓子 など加工の幅が広いと でも優れた素材であ る。	地元で栽培が盛んな越 津ねぎを使用
	円程度		円程度	日程度	い。円程度	り。円程度	日程度		以 s 円程度	% % ml) 元 220 上 五 五 五 五 五 五 五 五 五 五 五 五 五 五 五 五 五 五	- H- E	正語函	田群
事	300	9	200	700	50g入り 300	50g入り 200	1校15g 60	級08	15本入 525	1.100 (※ 500ml) ※デラウェ アは720 mlも着	420	100 180	315
素材の産 活	地元産鶏 肉を使用	地元産食 材を利用	地元の里 山・農地 で栽培・ 採野	地元産米 を使用	聚 知	愛知 河中祖 河門	地元産の ギンナン を使用	地元産の ギンナン を使用	愛知県福 沢市平和 町	安 灵	~ ~ ~ ~ ~ ~ ~ ~ ~ ~ ~ ~ ~ ~ ~ ~ ~ ~ ~	当 会 日 名 日 名 日 名 日 名 日 を 日 を 日 を 日 を 日 の 日 を 日 を 日 を り を り を の を の を の を の を を を を を を を を	地元産の 越津ねぎ を使用
食の名称	東栄チキン (味付け鶏 肉)	ハンリ鍋	H H H H H H H H	五平もち	運盛り銀杏	おつまみぎ んなん	ぎんなんパイパイ	稲沢 愛果 鈴都	金時生姜	送 かの ワイン (同 条・ デッウィエ・ ベリーAの 3種圏)	M から がだう パイン (両 本 ム デーット の 2 種 類)	坊ちゃん かぼちゃ	おぎみそせ んべい

教养曆布		中部経済新聞の取材						平成22年南港市場交雑牛枝 肉共励会最優秀賞	
	民間と行政の協働 (行政主導)	民間のみ 店頭販売	民間と行政の協働 (民間主導) 商工会 農協 東郷町	田間と行政の協画 (民間主導) (民間主導) (最高に子族所 ジョン協会 古・精神部(大統一 ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・	民間と行政の協働 (民間主導) とよた五平餅学会	民間のみ 有志飲食店	民間のみ 中華料理組合	民間のみ JA、酪農農家	民間のみ つくで手作り村
	清須市の伝統野菜である「土田かぼちゃ」の知名度が向上した。	尾張津島藤まつり期間ブース 販売により700本程度の実績		・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	地元雑誌やメディアに多く取り 上げられ、徐々に認知度が上 がった	観光客に食の目玉ができた。		従来、関西へ出荷されていた が、地元消費が進み食べに来 る観光客も増えた。	道の駅のメニューに幅ができリ ピーターも多くいる。
5	- 件框 - 米框	- 件框 5 米框	- # - # 8 **	世 世	 	5~10 米瓶	5~10 #米	5~10 無権	8 ₩₩ **
市町村名 犬山市	清須市	世典	東総町	部 作	田田田	田井	出	出	新城市
セールスポイント ・地元で生産された果 実を使用 ・地元有志によって製 造されている	整知県の三大かほちゃ と言われていた清須の に統野菜「土田南瓜」を 程 カケーにしました。 度	珍しさ、身近な素材を 使い親しみやすさが売 リリ・	・多くのビタミンを含み、 健康食材としても最適 体ローゼルを使用。 1・地元産の素材を使 E. 用。	- 国家製造を使用 - 体を置 日本 - の 豊 - 他の に	串も含めて全て地元産 を使用	江戸時代のすしを再現	醤油ラーメンがみそ ラーメンに変化	F1年でありながら高級和牛の風味	作手高原の完熟トマト など作手産食材を丸ご 00 円 と使用している。 程 度
章 500 西 西 西 西 西 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日	350 世報 英雄田	500 陸型	300 巴駐郵	年 200 - 18	250 田	2100 円	750 円	1200 (一般焼 肉店単 品価格) 薩	1杯/700 円度
- Wit	の圏弁用	生が繋が	愛知県愛 知郡東郷 町	悪人なん 機能に 全国の を を を を の の の の の の の の の の の の の の の	愛知県産の米と味噌だれ			<u>∵™</u> ⊞	地元産ト マト、米 14
株材の産 店、産業・大学の産 来・いちじく・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	地元 南瓜、国 内産の年 肉を使用	ネギ、生 産者は、 県内近霧 市町村	敞在	型を控	一				売り

表彰歷等				どん丼おいでん黍員金の金 長が農水省の地産地消「仕 事人」に選ばれた。										
展開のみ			民間のみ	民間と行政の協働 (行政主導)	民間と行政の協働 (民間主導) 商工会	民間と行政の協働 (民間主導) ぶどう組合			民間のみ 鑑江町 観光協会 農業団体	民間のみ 蟹江町商工会	民間のみ 蟹江町商工会	民間のみ 蟹江町商工会	民間のみ 盤江町商工会	民間のみ 盤江町商工会
経済効果以外の効果 あぐりん村及び町の米粉に対 する取組をPRできた。		・各地のイベントに出展するこ とで、高浜市の知名度が向上 した。 した。 ・とりめしを販売する既存店の PRIこつながり、市外からの客 が増加した。		・スランブラリー企画と合わせ 「実施したことで、市均外に反 響があり、評判となった。 ・農産物、海産物ともに豊富な 選美半島を丼を通じてPRする ことができた。	4月8日を買の日とし、地元住 中を近端を開びて「系域」でして る。今後も毎年買の日イベント を開催 (イベントは4/8上は限ら ない)	「巨峰ぶとう」といえば、「東浦」 といわれるほど、高い知名度となっている。 なっている。	地元小学生の社会学習に役立った。	伝統産業を町内外に幅広くPR する	・町在住の若者、近隣市町村のかたへの知名度が向上		地域ブランドの確立	地域ブランドの確立	地域で	結域プランドの確立
	 年 **	件 米	10年 以上	- ₩ - ₩ - ₩	5 ₩ 5 ₩ 133	5 4 4	10年以上	3~5 米維	年 紙	年 推	4 米 紙	年福	4 年福	件 採
市町村名	長久手町	高浜市	知立市	田原市	田原田	岳 無	共 學 四	地體	量は	届け	蟹江町	超江野	超江湖	自共類
セールスポイント に 米粉4割配合で煮込ん でも煮崩れなく、モチモ	チとした圏こたスとツルツルの食感が特徴	たまりた砂糖で水を使 わす「白真ケ皮を、混ぜ 「筋とする。鶏肉に 「 佐をすなくなった成鶏を 程 使用。	氏程度 大 <u>板</u> で いま こっま	渥美半島の食材を使っ たオリジナリティ溢れる 井 13 15 15 16 17 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18	同づくに選奏 地方(三河湾及び外角 大平洋)でとれた見り 所編列と上を使っている 開墾を使っている 間に消滅をとれる「あき 関ニ河湾でとれる「あき 関リで使った郷土料理を 復加・	品質が高く、味も良好	長いもので180cm以上 になる。	町内六つの献で昔なが らの製法で作られたた 日まりを使用 程	高い糖度	白いちじくを使ったアイ デア商品	白いちじくを使ったアイ デア商品	白いちじくを使ったアイ デア商品 アア商品	白いちじくを使ったア <i>イ</i> デア商品	白いちじくを使ったアイ デア商品
	円程度	円程度	工鉄廠	28.780 田雄東	選がしの円程度	日 8 田 歴 歴	- 日程度	日群	₹	○○ 円程度	~ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □	○ ○ □		○ □ □ □ □ □ □ □ □ □
坦 -	498		160	—桥780 円元 1680円	800(編 集あさり の増し 寿司)	#0. 000	840∼	506	260∼ 360	200 500	200	200∼ 500	200 500	200∼ 500
	: ** ** ** ** ** ** ** ** ** ** ** ** **	卵・鶏肉 は地元産	店舗によ り異なる	渥美半島 及び東三 河近辺	瀬 田 区 区 瀬 瀬 瀬 瀬	無	地元産の 大根	地元産の たまりを 使用	題に出					
食の名称 長久手の	米粉うどん (4種展開 中)	とりめし	大あんまき	渥美半島ど んぶり街道	国づくに 業(渥美 8 さり 9 第 C 寿司)	巨俸ぶどう	守口大根 (守口漬け)	大つ概せん **	蟹江のいち じく	白いちじく シャーベット	白いちじくコ ンポート	ロいかじく ガラー ロいかじく 米まんじゃ	自いもじく のずニッ ペルコッ くるみをのこ。 ウンドケー キ ロいもでく のブルウ	白いちじくソ フトクリーム 白いちじく 入り抹茶 セット

家庭等		第12回江南みやげ品推奨コンクール観光協会長賞(H20年)								平成22年B—1グランブリ 6位入賞				平成19年11月に特許庁から 地域ブランドとして商標登録 された。	第9回全国果樹技術経営コンケール サイン・ル 農林水産省生産局長賞	愛知県観光土産品協会推進 品/ 長久手町観光交流推進会騰 特産推奨品
水	民間のみ 商工会議所	表間のみ 育工会議所	民間と行政の協働 (民間主導) 商工会議所	民間と行政の協働 (民間主導) 商工会議所	民間と行政の協働 (行政主導) 豊根村	民間と行政の協働 (民間主導) 漁業協同組合	民間のみ 商工会議所	民間のみ 商工会	T政のみ 長浜町	引間と行政の協働 民間主導) √なり寿司で豊川 7をもりあげ隊	民間のみ 商工会	民間のみ 商工会	民間と行政の協働 (民間主導) (株佐藤醸造	展間と行政の協働 平 (民間主導) 地 地 上色産うなぎブラ さい	5狩り組	民間のみ 弱 品 法井屋製菓舗 特
経済効果以外の効果	商品の認知度が向上し、地域 振興が図れた	商品の認知度が向上し、地域 振興が図れた	抹茶といえば西尾産というよう に地域ブランドに認定された西 尾抹茶の知名度を高めること ができた。	西尾の日級グルメとしてマスコミに取り上げられ、一時注目を集めた。	・遊休農地の解消。 ・生産農家も徐々に増え、摘み 取り園も開園し観光資源につ ながってきた。	網姫サーモンが淡水魚のイメージを向上させた。	桜の花びらからの酵母を使用 したお酒の企画で、おおぐち」 という名称となっており、大口 町のPRに繋がった。	村及び特産品のPRができた	愛知県内唯一の枝条架塩田に予 いたる美沢の塩の製造販売によ り美浜町の情報発信基地の役。 割を果たし町の知名度がアップ した。	新商品の開発に積極的に取り の組むなどいなり寿司の販売事 業者のモチベーションが上がっし た。	・桶狭間の戦いから450年のP P Rができ、桶狭間の戦いから450年のP Rができ、桶狭間古戦場への来客が増加した。 ・桶採間古戦場の認知度が上 格分で	・桶狭間の戦いから450年のP P Rができ、桶狭間の戦いから450年の Rができ、桶狭間古戦場への 来客が増加した。 ・桶狭間古戦場の認知度が上 が今で	地域を活性化しようという雰囲気が高まった。	「うなぎと言えば一色産」という ように、一色町の知名度がアッ プした。	後継者の育成が進んでいる	徳川家康と豊臣秀吉の「小牧・ 長久手の戦い」をしのんだ伝統 の味として親しまれている
開産	3~5 米海	2 4 5 米 紙	3 4 4 5 米 1 8	- 4 5 5 米	10年	10年上	10年	2~ 4 5 米 指	5~10 米瓶	5~10 無維	7 件框 5 米框	- 件框 5 米框	- ₩ 5 ₩ 8 Ж	2~5 米框	10年	10 中十
市町村名	江南市	江南市	西尾市	西島市	豊根村	設楽町	大四日	光郎村	業洪田	- 二	豐間中	豐間中	多ま市	一	田崎市	長久手町
セールスポイント	出荷量の多い青首大根 を使用 内円 投 度	スパイシーな黒かれ、カー、カー、カリーミーな白かれー、クリーミーな白か日 れートマトたっぷりの酸程 味が効いた赤かれーの度 3種類の味が楽しめる	- 抹茶は地元産を使用 - ヘルツーでやわらか - ハンダーに入気 日 く、女性に人気 程	三河の特産品を使用・豆味噌ベースのコク旨円 系の「赤おでん」と白程しようゆベースのさっぱ度 リ系の「白おでん」	地元で生産加工。無農 薬。 田 程 陸	刺身や寿司種など生食 として利用できる 円 程 度	接の花からの酵母使用 特別純米酒 中別・ 日 程 度	お米を使って香ばしく焼 き「えびチリ」「赤みそ」 円 の味を付して仕上げま 程した	林条架塩田による手作 り塩 田 田 度	日本三大稲荷の一つで ある「豊川稲荷」のお膝 円 元で売られている。 程	合戦 ー	合戦 ー 「勝っ戦」を使っ たネーミング 日 報告 日 日 日 日 日 日 日 日 日	一見5スペッチに思える味 個の味が洋菓子にとて もよく合う。 程	養殖100年の伝統が築 いた養殖技術のノウハ 円 ウ 程 程	名古屋・豊田からの近 さ 円 程 陸	長久手町の名産品 円 程 産
車	315	420	150	200	ジャム1 勝 630 ジ		1并 2,520 4 4 1,260 500ml 1,200	300 300	100g 300円	1人齊6 100円 3	1007 700 I	700~ 1,500 j	女48	職無 配1,000	大:400 人の人:100 上:700	95
素材の配き	地元産の 青首大根 を使用	愛知県 小麦粉を 使用	地元産の 抹茶を使 用	三河の特 産品を使 用	章 借 報	愛知県	大四米群田 光光 电光线 电水量	地元産の 玄米を使 用	型 参の 子	本	港 米 大 登 第 か 用 第 の	地元産の 卵、黒豆 等を使用	地元 味噌を使 用	愛知県幡 豆郡一色 町	全ての品種が地元で栽培された物	北海道小豆使用
食の名称	大根カレー	江南かれー うどん	株 円 ー や	西尾おでん	グープレ	着姫サーモ ソ	「田楽中 大学 一選を でおががあ	飛島村せんべい	美浜の塩	週川いなり 寿司	「勝っ戦」特 産品	「勝つ戦」グルメ	七 らずく をかく	- 色 産 ぎ な	野立ぶどう 狩り	古戦場最 中

形態 民間と行政の協働 (民間主導) 浦郡市漁業振興 協議会に委託	関係4団体の関係が1一層良好 民間と行政の協働 第39回日本農業賞大賞受賞なものとなった。 (化機関との取り区が評価)	・各旅館が地元産のものを使う 民間のみ まプレなった。 ・ 地方流路がイエカリ」に続くプ ・ コンド化へ向けた(?)	市外からの観光客が増え、市 民間と行政の協働 の活性化につながった。 (行政主導)	生産者と連携することで、最商 民間と行政の協働 エが一体となっても境の活性 (民間主導) 化を図っています。 著た、菰野とマコモの知名度が 向上した。	商工会、農業者、 町内の製造業者 など	田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田	イア・ショカの第四 大国のか 一般社団法人	大黒屋光太夫の伝記絵本付き 民間のみ で販売。 で販売はの権人光太夫の知名度も 海の幸	の開発等を通じ、地元業 民間と行政の協働 2010年に-1 グランプリ大賞	((行政主導) 観光協会	松阪牛以外の特産品のPRIC 民間と行政の協働 なっている。 (K国国主義) (MATA) 倉、はぜの属、 音をとむら運営協 議会	多くのメディアに取り上げられ 民間上行政の協働 2010年度L-1グランプリ ている、相可高校の「まごの (民間主導) 市民参加型まちろくり部門 1届で指揮しているので、県内 JAT・伊勢いモ農 外の方に食してもっている。 手た、「まこの后」のある五柱池 第・44 一面一高校・製	ふるさと村への集客が増えた。 44条目 明和町 =伊勢ひじきという知名 医間と行政の協働	
PRG	5~10 年未 選	- 3 - 3 - 4 - 4 - 3 - 4 - 4 - 4 - 4 - 7 - 7 - 1 - 7 - 1 - 7 - 7 - 7 - 7 - 7 - 7 - 7 - 7 - 7 - 7	5~10 #米 解	★ 日 (2)(3)(4)(5)(6)(7)(7)(8)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)(9)	₩ ₩	<u>ا</u> اً د	3~5 447 4	本 大 で 競 ト 王 照 出 :	[版]	3~5 # # 乗 乗 乗 を を を を を を を を を を	# ** ** ** ** ** ** ** *	5~10 W 大元で で で で が が が が が が が が が が が が が が が が	で	~ ★ ※ ★
市町村名 類 講歌市 4	蒲郡市 名	浦郡市 4	いなべ事	-	孤野町		四日市市	報 報		₩ ₩	松阪市	多河田 44		明和町
セールスポイント 愛知県内の漁獲の9 69を水場げ、ダンペウ (質、カルンウム・リンソ といった米乗分が豊 高、骨が簡弱なため層 議が行っても必要が高いた。) I = 11/15 adm	地元で水揚げされた天 然もの	いなべ市梅林公園で収 機した梅を使い、地域 の高齢者の手づり 3.シュース	温野の名前の由来になったとも言われているマントとも言われているマンモを使用しています。マンモを使用しています。マンモのタケの部分や若葉を乾燥させ、粉末にすることで一年中利用することを可能にしました。このマンモの粉、ました。このマンモの粉	未を使って作られたお 菓子や麺、ウインナーなどを菰野町の特産品と して広くPRLでいます。	19.14年代刊	海状時の形 ソース	あなごのミンチをパテに しているため。牛・鳥肉 によくハンー。 魚嫌 ロンス・ストンー。 魚嫌	いいないできない。		3種類食ペた方には、地域特産品をプレゼント	多気町が原産地である 伊勢いもを使用。歯触 リがよぐシルッル・モチ リロモチの食態が特徴で 超1す。	ひじきを入れることで非	ボニンの強い強いに 上がった
章 田 田 田 田	1,200	ー匹300 料理(御 田 賭) 相 4,000 度	000.1		~ 020		1,300 杜函	●		1個300 円度	1500(3 、 (人での) でんが、 (大んが、 (世人が、 (世人が、 (世人が、 (世人が、) (世人が、) (世人が、) (世人が、) (世人が、) (世人が、) (世人が、) (世人が、) (世人が、) (世人が、) (世人が、) (世んが) (世んが) (世ん) (世) (世) (世) (世) (世) (世	2度入り 円 470円 程	! 世	
株式の産 店 店 番割市内 の漁港	蒲郡産み かんを 100%使 用	地元の2 米海港で水 米場げ	元 なない、 なない、 なない。 なながれる を を を なな。 で なな。 で なな なな。 で なな なな。 で なな なな。 で なな。 で なな。 し が し が し が し が 節 所 節 所 節 所 節 所 節 所 節 一 所 一 一 一 一 一 一 一		ト イ か が 推 瀬			お と と なが、 米 かなか・	パ ラ シ 用 ぶ か	素材に関 する地域 指定はあ リません	おいられ、ケイケイ・ケン・ケンケンケック 番田	県産小田産争 参いもを	(利用) (利用) (利用)	た た は た で を を が に き を を が 用 用
を を を を の の の を が に に に に に に に に に に に に に	難 書き かん おいん しょく	Π, H	1 2 2 2 2 2 2 2 2 2		ト 日 日 日 		旧市とん てき	光 大 土 土		単端ようようは、	「	「伊勢いも」 に入り「とろろ」 を		ひじきうど たんし
表彰匯等 民間のみ 強江山商工会	民間と行政の協働 (民間主導) 第十名編第	四十五	民間と行政の協働 (民間主導)	あさぶ種栽培族興 協議会	長間のみ JA	民間のみ JA	の 民間と行政の協働 (民間主導)	商工会離所、大学、地元商店	民間のみ -	民間のみ 一宮商工金騰所	l-	(民間主導) で開催させた「ご当地どんぶ」	(民間主導) 醸造場	民間と行政の協働 (民間主導) 製菓店
経済効果以外の効果地域ブランドの循立	商品の販売やPRを通じて、地域及び近線市町の住民へ、地域及び近線市町の住民へ、地元特権品に対する認知・囲化	を図ることができた。 商品の販売やPRを通じて、地 成及び近隣市町の住民へ、地 元特産品に対する認知・周知 を図ることができた。	商品の販売やPRを通じて、地域及び近韓市町の住民へ、地方体産品に対する認知・周知を図ることができた。		保存が難しい、ちじくの商品開発ができた	保存が難しいいちじくの商品開 発ができた	産学官連携による地域おこし		手延べによる製麺風景がテレビで放映されることにより、手延べそうめんの産地である事が認識されるがある事が認識された	地場産野菜を活用した地域食ブランド作り	日本学士 コッパー・	ようた、地元のインで、電子の 及び漁協、役所等がより一層 連携を取るようになった。。 「鳥羽の火祭り」のPRIこもな	り、地元の素材を使用している ということで、郷土愛をもたせる 効果あり。	町のPR効果をもたらした。
民型	# % # # # # # # # # # # # # # # # # # #	握 000 ★ 種	<u></u>	作 件 ^框	10年以上	10年	1 2	- # 握 · * * * * * * * * * * * * * * * * * * *	10年以上		- # - # - # - # - # - # - #	- 世紀		 米
市町村名	キしよっ	みよし市			安城市	安城市		安城中	安城市	 - -	敞田	田 四 霽	中国	宙 百 慶
im セードスポイント ロトちじくを使ったアイ ナア商品 200~ 田 500 昭	度 ・ 地元の素材を使用 ・ 加工品のため、年間を ・ 1本 ・ 加工品のため、年間を ・ 1本 円、通して提供可能	1		7.00 2.00 日 献 頼	いちじくは全国トップ 57ス の生産量をほこる 429-381 円 度	いちじくは全国トップ・クラス の生産量をほこる 1,260 円	程 度 産学官連携し、弁当の 一部に地元産農産物を	700-650 円 (せった米巻単位の井当 程程) 度	和泉地区に手延ぐ製麺 業者が集積し、商品が 100-600 円 選べる 程	度 (伊吹おろしの風で干さ : れた地元産大根 500 円 度	日報を	400 円 ると一段とうまい 日 程 程 度 国の重要無形民俗文	化財に指定されている 1,300 円「鳥羽の火祭り」にちな程、人だ清酒 度 人だ清酒	手焼きせんべいであ る。 300 円 を程 度
海 20 世 27 日 27	元神のか	用 元 & 恵 を 集 用 を 作 用 を 作 用 を 作 用 を か ま かん ま かん ま かん ま かん ま かん しょう こうしょう しょうしょう しょう		よし産 を全国産産 を存用を 100%の よし産の たし産本 たし産本 たし、 で	地元産の いちじくを 42: 使用	おい いちじくか -	使用	発 を 単 単 単 単 用	1.)		# }		地元の酒 米、米 水を使用 水を使用	三河湾で 獲れるえ びを使用
度の名誉 潜むしたじく のデニック・ニック・ニック・ニック・コック・コック・コック・コック・コック・スタック・カンドケー	キー ロいちじく ログラウニータルト ニータルト ドル・パック・ 地グ 乗入 を対	封 柳	# C C C C C C C C C C C C C C C C C C C	は で で で で で で で で で で で で で	いちじくジャ ^{抽5} ム	いちじくワイ 描う	確學問題 # 本 ***	(大塔の歌 一部(めぐみ) 元(めぐみ) カボサー (めぐみ) カボギー (カボル)	和泉手延 特に べそうめん	切り干し大 横 大		はずあさり、iの の回味噌 心 焼き(特製 酒/ ダレ)	清酒[鳥羽 株) の火祭り] 米、	三川 はずせん (嫌れ びる

数が記事 平成19年度三重プランド認定		三重県に当地グルメチャンピオン				地域団体商標「近江牛」登録	2006年身肉産業展・特別イベント「地鶏・鉱柄鶏食味コンナスト」「こて総合評価」位ンナスト」						
形態 民間と行政の協働 (民間主導) ありりが(保護金 (漁業者、漁協、飲食店、現光協会、 行政などで構成)	民間のみ 三重県製麺協同 組合	民間と行政の協動 (行政主導) (帯市元気大学・ソースジャークラブ 同日体とも任意 の民間の体とも任意	民間と行政の協働 (民間主導) 漁協等			民間と行政の協働 (民間主導) 近江牛生産・流通 権進協議会	民間と行政の協働 (民間主導) 近江しやも普及権 進協議会	民間と行政の協働 (民間主導)	農業法人(有)甲 賀もち工房	民間と行政の協働 (民間主導)	農業法人(有)甲 賀もち工房		民間主導) (民間主導) 農業法人(有)申 賀もちエ房
・ はまたの言いのの言、 ・ いい息句の保護、海角の制限、	「伊勢うどん」のブランド認知度 の向上	食材のPRIC地元ローカルヒーローを活用するなどの取り組みが当時は珍した、うなぎの歌り が当時は珍した、うなぎの歌り と合わせてローカルビーローが 市内を案内するなどの取り組 みがTV雑誌等に多数取り上げ	540に。 観光客等に一年を通して安定 的に供給できる食の素材として 効果的			・県内の他業種とのタイアップ 戦略により、お互いのブランド の相乗効果を図っている	・県内事業者との商品開発戦略により、販路拡大、地域プランドカ向上	・地域活性化について、住民自らがアイディアを出すようになった。 たがアイディアを出すようになった。 た。 ・都心部で認知度が向上した。	・他の商品の売上げが上がった。 た。 ・者い観光客が増え、地域の雰 田気が明るくなり、元気になった。	・地域活性化について、住民自らがアイディアを出すようになっ	75。 ・都心部で認知度が向上した。 ・他の商品の売上げが上がった。 たず、特別観光等が増え、地域の雰 町を 4500 2 / 5 11 = 年 14 17 1	囲気が弱るべより、兀気にようた。	・地域高性化について、体展自 うがアイチで加すようになっ 一種心能で認知度が向上した。 ・他の商品の死上げんがつ ・者い観光客が増え、地域の雰 画家が明るくなり、元気になっ た。
5~10 # # 類	5 Z	5~10 米維	ļ	5 文 뉴 귀		10年 以上	10年 上 上		10年 以上		10年 以上		10年 以上
市町村名 志摩市	四日市市、津市、松阪市、伊勢市、鳥羽市、	世典		河湾		深 二 三 三 三 三 三 三 三 三 三 三 三 三 三 三 三 三 三 三	斑		甲 資 七		甲賀市		甲質
セールスポイント (成長人養職法により」 (17) 日から2月末近で (17) 日から2月末近で (17) 日から2月末近 (17) 日から2月末近 (17) 日から2月末近 (17) 日から2月末近 (17) 日から2月末近 (17) 日から2月 (17) 日から2日 (17) 日から2日 (木 たり醤油を用いた説 1 厚なタレと、独特の食 1 円 慰の太い・ 2 本 	* 漢は1人当たりのうなぎ 消費量が日本一!(平 成17年度総務省調へ) 9	複雑な入江が織りなすリアス式の海岸線は、適度な水深で、温暖なる傾をもいまって、真鯛の茶舗に増加するので、	田小規模家族経営だから程にそのきめ細かい、愛屋「帯をたっぷり注いだ育 で方は、尾鷺真鯛ならでは、尾ばの城を引き出す。		日本三大和牛(ブランド)として全国的に認知	長期飼育による歯ごた えと鶏肉本来のうま味	・素材は地元産の評価 の高い滋賀羽二重糯を 使用。 ・ゆず、よもぎ、しそ、山	芋等をつき込んだ5種 1 類の味が楽しめます。 E	・素材は地元産の評価の高い滋賀羽二重糯を	吸用。 ・薄切りですぎお湯だけ で柔らかくなります。		・業材 に地元産の評価 の高い滋賀羽一重精を 使用。 よもぎがたっなリス・ た目舎の味、粒あんが 物砂な味をかもしたし計 種野では
担	一杯 500 樹·一田 第00日) 古田	2		元 2,500 2,500 正 整 函		位、格リナル り価格田 実験な 程			10個 入り 600 産種 産		13~14 枚入り 円 350 種	PK.	100 日本
は 対 20	地元藤 小麦を使 用	素材に関 する地域 指定はあ りません		里 京 定 定		滋賀県産 部位、格 の牛肉 けいに の牛肉 より価格 F (黒毛和 は異な 種)	滋 本 本	 -	米 一 一 一 一 一 一 一 一 一 一 一 一 一		元 米を使 田		地元産も ち米を使 用
のののののののののののののできます。 なりのう。 ない。 ない。 ない。 ない。 ない。 ない。 ない。 ない	中勢つどん 小	また 素を 押り	!	事 事 事 明 二	滋賀県]	近江牛 (0	近江しゃも		を も も も も も		・ やぶしゃ がもち かもち		よもぎあん もち ち
# P P P P P P P P P P P P P P P P P P P	中	10	ů ů	T. Inv	【蒸】	ガ	近近		Ré				4 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10
数数据		南伊勢ブランド認定品					第2回三重県に当地グルメ大会準優勝					三重ブランド(H19)	
万歳 医間子音数の協働 (民間主導) 道の収集争称お だい株式会社(第3	民間と行政の協働 (民間主導)	とば一が一各店舗 事業者 民間のみ	民間のみ 地域の協議会	民間のみ 名張市観光協会	番から 売り 日田 コ	英国CJI版の脚側 (民間主導) 店舗・市民	民間と行政の協働 (民間主導) 市民活動団体(亀 山みそ焼きうどん 本舗)		民間と行政の協働 (民間主導) おかずの店		民間のみ 物産振興会	民間と行政の協働 (民間主導)	あのりふぐ協議会
経済効果以外の効果・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	じゃらんなどの広告で取り上げ ていただき、鳥羽市の新たな広	数の一部となった。	鹿・猪による農作物への被害 が無くなった。	ご当地グルメ B級グルメとしてマスコミで紹介されたり、県内のご当地グルメ大会への参加など名張の食としてのPRIこながった。		長の人のごを沿信・74名周辺地域の活性化と観光客誘客	他山みを焼きっどん」をイベントで販売して後しいと佐頼が、数型している。 数型している。 自山みを焼きっどんを取材 させて後し、レマスコミから多く 依頼が来る。 自山みを焼きっどんをです。 は、自山みを焼きっどんがます。	いまれがらも30年でルグネッと 飲食店が事んでいる。 「亀山みそ焼きうどん」を販売 する店が30店舗程に増えた。	・地元の素材を活用したアイデアを事業も自ら考えたした ・異業種業者が協力し合って PRや販売方法等を検討・実践 ・国内の数が所で販売できると ・こかできた ・他の素材を用いた次のアイデ		都市部での認知度が向上しつつある。	他地区との差別化が図れる	
		# # # # # # # # #	- 世報	- ## - ##		- # ** **	- # # *********************************		- 世 5 世 € 米 框		01以十十十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二		中以
中 中		鳥羽市南伊勢町	大	名張市		伊勢市	亀山市		常		熊野市		也 面
セールスポイント 地元体産品を使用。簡 地元体ので食んで、 ・金銭ので食んで、 ・一般のできた。 ける味付り。 日日 日日日日日日日日日日日日日日日日日日日日日日日日日日日日日日日日日	各店舗により使用して いる食材が違いバラエ	西 ディ豊富 権 (本) (本) (本) (本) (本) (本) (本) (本) (本) (本)	度 	地元中心に消費される 特質年は、他のブランド 中 年にも劣らないもので 円 ず。そんな伊賀牛を汁 種物にした地元だから出	・ 米の一 品 で 。 ゆう はくまん サービー	なり付きまであまっか する外宮さんのおいさ 00 円 元から、食の大切さを 程 発信	お肉と野菜を入れた様 きうどんで、ピリッと甘 辛し、味噌味が〈セーロな る。		・地元産あじを骨ごとミ ンチにしてミンチカゾに 使用 新鮮なあじを使用する 用 ため魚の生臭さがまっ 程 たくない		熊野がさんま寿司発祥 の地 円程	漁期が同じ志摩の三大 グルメとしてセールスし ている	氏額索
480 日		0000E 日新紀 日報	3個入 120円 程	1000(争 当年 日 1000(争 日 1000(争 日 1000(争 日 1000(争 1000	3	一杯800 F	009		350 日		1パック 500 軽		検事プレンン L 25000 出版 M M M M M M M M M M M M M M M M M M
産 たん、内た。流の水た薬は		に食用 町		# m % —		斯 世	ful.		きずが用			を業り	

指定

亀山みそ焼 きうどん

伊勢志靡 地方産

御饌丼

年 伊賀牛を 「 使用

争賀牛 汗

南伊勢町

南伊勢町産あおさ

鹿肉

鹿ちゃんコ ロッケ

パテイに1 り以上鳥 羽市の食 材を使用

食の名称 素材の産 単価 地

おおだい ばーがー

熊野灘

さんま寿司

長島港に 水場げさ れたアジ を使用

アジミンチ カツバー ガー

	食の名称	素材の産 造		セールスポイント	市町村名		経済効果以外の効果	沙龍	表彰歷等
	水なす・清	所用に対する を を を を を を を を を を を を を	正 無 応	、成立表もかくなりを 下っぷり含んだすが す」は象件地方の特産 品で、浅漬けに最適 こで、浅漬けに最適	大阪路舟	5 以 件 十	地域の体験が大きな。 1 が認められたように、泉州 地域の全国的な知る度の向上。 に寄与している。 (地域の観光組織のキャラケ ターにも採用されている)	民間と不致の協働 以及、間違物協な どと、	地域団体商牒 (泉州水なず)
	[兵庫県]								
	# 1 県内生まれ、県内 治、県内 育ちの但 馬牛	田雄樹	・県内一貫生産 ・但馬牛だけの純粋血 統	県内全域	5 以 十		民間と行政の協働 (民間主導) 神戸肉流通権進 協議会	地域団体商標の登録	
	ひょう 高ポーク	声	日開東	ロースに霜降りの入っ た脂身の美味しいブラ コンド豚肉 壁	たりの市 ※本市 在田町	3~5 無極		民間と行政の協働 (民間主導) 協議会	商標登録
b 地域団体商標登録 1 地域団体商標登録 1 地域団体商標登録	香住ガニ (紅ズワイ ガニ)	共業 車 車 車 車 車 車 車 車 車	巴牌極	他無の潜作に大く遊響 が近く。 かたか、 がなり、 でなった でなった でなった でなった。 では、 では、 では、 では、 では、 では、 では、 では、 に加え、 に加え、 に加え、 に加え、 に加え、 に加え、 に加え、 に加え	~ ** E	10年		民間之行政の協働 (民間主導) 漁協、漁運、観光 協会	
MSC溢集管理認証	但馬の校 薬ガニ(ズ ワイガニ)	浜庫 門 地域 伯	田種風	「佰薦の冬の麻寛」として「漁業者・漁協はもとより、水産加工業者や旅館、民宿等の観光毒業衛、民宿等の観光事業者によれ、利用名が、相にもれ、個馬の地域経済を支える馬の地域経済を支える。重要及水産資源で、兵庫県は全国一の漁獲庫、漁獲金額を誇って、います。	哪 香油 新祖 新祖 新田 東田	- 件框 5 米框		民間と行政の協働 (民間主導) 漁協、観光協会	
	兵庫ノリ	兵戸 墳 庫内 県毎 瀬全		「兵庫の小」の5つの特徴とおいしさの数密 でした原のり。 での方はあった。 での方はからではいい。 であずな音しの面切れ が成い。 であずいでは、 である。 である。 である。 でのでは、 でのでは、 でのが、 でのです。 でのです。 でのです。 でのです。 でのです。 でのです。 でのです。 でのです。 でのです。 でのです。 でのです。 でのです。 でのです。 でのです。 でのです。 でのです。 でのです。 でのです。 でのが、 できます。 でのが、 できます。 でのが、 できます。 でので、 できます。 でので、 できます。 でき。 でき。 でき。 でき。 でき。 でき。 でき。 でき。 で。 でき。 で。 で。 で。 で。 で。 で。 で。 で。 で。 で。 で。 で。 で。	本品淡 后 下路 任 下 午	5. 4. 4. 4. 4. 4.		民間と行政の協働 (民間主導) 漁協、漁運	
	淡路島3年 とらふぐ	兵庫県 あわじ市	田種園	通常2年で出荷されるト プラクを、3年かけて じっくり育てることにより、實・量ともに大きく成 し、質の締まり、魔工とい、男の締まり、魔工た 表することに加え、味わ し、身の締まり、魔ごた 表が辞評によいことが 特長です。	南あわじ市	ε # # # ε ε ε ε ε ε ε ε ε ε ε ε ε ε ε ε		民間と行政の協働 (民間主導) 漁協	
	明石鸙	思や4年 石田 乗 年 日 戦 日 戦 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日	円程度	議事には北上、カーなど の参種にオたる館が機 即在なり、国の関石が 原本なり、国の関石が 家を体の選択の中で 第った種を冷離した。 大うに細いの注意を 北ラに相いの注意を 北ラに相いの注意を なって付け程に 国っ 日、 第巻を竣みるが高の にで、	的	0.0 中 コ	は 日本	保間と特別の影響(民間と特別の影響)	

OR TOTAL	木なず		ひょう 売 ルパー		香住ガ: (紅ズワ ガニ)		毎馬の 薬ガニ(ワイガニ		兵庫ノ、			※ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・
				_								
X Pure to					民間と行政の協働 地域団体商標登録(行政主導)	民間と行政の協働 地域団体商標登録 (行政主導)	民間と行政の協働 MSC漁業管理認証 (民間主導)					商業登録 (ロムイーク)
R間と行政の協働 (民間主導) 農業法人(有)甲 翌また「高		民間と行政の協働 (民間主導) 農業法人(有) 年 實もち工房			民間と行政の協働 (行政主導)	民間と行政の協働 (行政主導)	民間と行政の協働 (民間主導)	民間と行政の協働 (行政主導)	展間と行政の協働 (行政主導)	民間のみ		5間と行政の協働 行政主導) / A A A A A A A A A A A A A A A A A A A
(ままないないないた、住民自らが支付です。 ・地域活性化について、住民自らがアイディアを出すようになった。 ・都心部で認知度が向上した。	・他の商品の売上げが上がった。 た。 ・若い観光客が増え、地域の雰囲気が明るくなり、元気になった。 た。	・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・										4条付作 使用レントューを提供 甲 4条料理日についても「大阪産((もん)が 窓へられる日として 1番が窓のこんか。事政21年度 1年間の集中的な取り組みに カ・リー大阪産(もん)」に関する。 たり、「大阪産(もん)」に関する。 たり、「大阪産(もん)」に関する。 たり、「大阪産(もん)」に関する。 たり、「大阪産(もん)」に関する。 たり、「大阪産(もん)」に関する。 たり、「大阪産(もん)」に関する。 たり、「大阪産(もん)」に関する。 たり、「大阪産(もん)」に関する。 たり、「とり、「とり、「とり、「とり、」、「とり、「とり、」、「とり、「とり、」、「とり、「とり、」、「とり、「とり、」、「とり、」、「とり、「とり、」、「とり、「とり、」、「とり、「とり、」、「とり、「とり、」、「とり、「とり、」、「とり、「とり、」、「とり、「とり、」、「とり、「とり、」、「とり、「とり、」、「とり、「とり、」、「とり、「とり、」、「とり、「とり、」、「とり、」、「とり、「とり、」、「とり、「とり、」、「とり、「とり、」、「とり、「とり、」、「とり、「とり、」、「とり、「とり、」、「とり、「とり、」、「とり、「とり、」、「とり、「とり、」、「とり、「とり、」、「とり、「とり、」、「とり、「とり、」、「しり、」、」、「しり、」、」、「しり、」、「しり、」、「しり、」、「しり、」、「しり、」、「しり、」、「しり、」、「しり、」、「しり、」、「しり、」、「しり、」、「しり、」、「しり、」、、
3~5 #	、	- # # # € ******************************			10年 以上	3 4 4 5 4 4 5 8	- 件框 ∞ ⊀框	5~10 #握	8 ↑ 8 * * *	5~10 無維		- 4 5 4 8 8 4 8
p 2 2 2	甲賀市	甲部			雑鶴市 連市 市市	京丹後市	雑鶴市	舞鶴市	華鶴	伊根町		大阪府
	円 いため、ノンアレルギー 福品です。 程・モチモチでコンがあ 度・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	・素材は相方産業を存 用でもち粉を加えたしいできば全国でも多く いできが、 いたが、ノンアレルギー 高品です。 できまででいいり感 できまででいいり感 できますでいい。 できますでいい。 できますでいい。 できますでいい。 できまれいる強をあがっい。 様に動してす。 は、適用してする。 は、過間にです。 は、過間にです。	卵等の入った朝食たい やきやよもぎ餅の入っ た満腹たいやきなどバ ラエティに富んでいま す。		- 円後地方の海で育成されたトリガイ(殻付き重 - れたトリガイ(殻付き重 - 100g以上)	間人漁港で水揚げされ たズワイガニ	舞鶴漁港で水揚げされ たズワイガニ	地元産のマガキとかま ぼこを使用	地元産のイワガキとか まぼこを使用	地元産の魚介類を使用		展開企業との転動や既 石庫(東の大学) は、一般を 大学を でるところ でるところ
■	250g 500 薩 種	160~150~ 田野			1個 250~ 田 800 程	雄 5400	華 3500 田 第 1300 田 田 1300 田 田 1300 田 田 田 1300 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田	14 800~円 1575 陳祖	1200~ 1700 西福西	2000 日暦		正常概
载	お を を 単 半 半 半	地 地 本 使 用 用 米			無 無 第 形 減 減 減 減 減	間人漁港	舞鶴漁港	舞鶴市	舞鶴市	伊根町	Ē.	帝職を を を を を を を を を を を を を を
E 0	近江米めん 地元産米近江米めん を使用	米粉たいや		【京都府】	丹後とり貝	間人ガニ	舞鶴かに	舞鶴かき丼	舞鶴岩がき井	漁港めし	[大阪府]	大阪産 (も ん)

世	1	11	器	8				素材の産	Ė			## ##			# 10 %
· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	アールスパイント デ業豊富で湖流の早い 明石権候、権富を済 複されるマダコは、よく 形えその身に弾力があ リ階むほどこうまみが 日 田てくあのが特徴で日 田 エーといかでしま	中型	開	A Managara A Managar	が設 民間と行政の協働 漁協、漁運、商工 金騰所		まの名称 あい鴨はる さめ	祖 のの 発 記 は と を と を を を を を を の の の の の の の の の の の	回 回 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1		20 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	- +	・住民への地域資源へのPRIC 目 のながらた。 ・第十名特権品として認知され、 ・第一名のイントなどの商品に ・一門内のイベントなどの商品に ・利用される	3度 引力を 民間主導) 第工会	\$4.80 Miles
	度 9。カか、強く調を持ち上 げて這う姿は、婚が 立って逃げると言われ る由縁です。			2 2 2 3 4 4 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5	14 to		しか肉はる きめ	丹波庫 かる 3 名 1 野東を 野菜を使	350 田	普段馴染みのないしか 肉を気軽にもみじ鍋風 にたべてもらえるヘル 田・ジー商品	38名三男	生 米 瀬 平 の 乗 社	・住民への地域資源へのPRIC 同 っながった ・新たな特産品として認知され た。	民間と行政の協働 (民間主導) 商工会	
及 电供域	・	神明淡姫戸石路路市市市市	5 U 年七	*** 歯歯内 和に寄作り、無いない。 *** でいる。 で	表聞と行政の協働 (民間主導) 無協、漁運、商工 会議所	発したい日本の音100選に 認定: 垂水瀟滟のイカナゴ漁	かつめし	田 一 庫 中 部 市 は 計 す る と し が は が り が り が り が り が り が り が り が り が り	700~1500 世期	4カソニ店舗ごと「「個 性力ション・ファック 原のためデックファンー ス層のたれをかけ、ゆ 9.でキャベッを添え、お筆 度で食べる。	加古川市	6.2 年十 主火乙士正言布	・地元大学との連携によるキャ ラクターも繋や空后艦へのチャ(・地域をメップカ店。 ・地域全体のつめ、の売り上 「一種。 ・取り扱い店舗の連携と組織 ものが扱い店舗の連携と組織	5間と行政の協信 行政主導) 11古川観光協会	
	漁獲後、船上で異物除 法し、専用のナイロン テューブにバック店のし ており、兵庫県は日本 門一の漁獲量を持つてい 程末す。水場ド後間ち 度が氷ぐ冷却して、韓度 を探りたま出荷・販売	新温泉町	世 世 来	2000 - 700 - 700	民間と行政の協働 (民間主導) 漁協、漁連		巻さまり	地元の食 材を使用		地元の政材を使用		5~10 米維	和度か同上し、避万から真(め)にこられるようになっ	K間でイ政の過過 (行政主導) 町、県民局 アア	8-10の研究発表・体験の 10-10の研究発表・体験の 10-10の研究発表・体験の 10-10の研究発表・体験の 10-10の研究を表す・ 10-10に要称が産大臣 10-10に要称が産大臣 10-10に要称が産大臣 10-10に要称が産大臣 10-10に毎日新聞社主催)』 10-10に毎日新聞社主催)』
	· 素材 は地元産を使用。 用。			・2009年10月のイベントで、 ティー・エム・オー尼崎が主催し ている「オイドインアマガサキ」 デ 認定商品を使った、ペーガーが 販売されたことがきかっけ、 販売されたことがきかっけ、	民間のみ テイー・エム・オー 尼崎				Ŕ						* 中成17年『農林水産祭』 で日本農林漁業振興会長賞 いずれもマイスター工房ハ 干代
200	日程度	原本	- 件框 - 供框	・2010年8月には、ティー・エム・オー 尼崎が食材を指定(いずれし)というできた。 オー 尼崎が食材を指定(いずれも観音の)と、素材や味付けで各店舗が個性を出せるようになり、同月のイベントでは			日田メイージ	地 地 大 大 大 大 大 大 大 大 大 大 大 大 大	100~ 1,000 磨	地元産の山田錦の米粉、酒等を使用	北播磨地域	- 1 条権	PRICE/IT取り組み始めたとこ F ろであり、これから効果が現れ (でくると思われる ii	民間と行政の協働 (行政主導) 県民局	
	工房型の店舗で製造・			昨年度別の店が新たな「尼 バーガー」の販売を行った。 「スイーツのまち・西宮」というよ	1 日と行政の協働		本ール多軸	地元庫の播州百日だりを使出る	4	・地元産の播州百日ど りを使用 ・甘いスープが特徴	知 多 四 四 四 四	# 	PRICむけ取り組み始めたとこ 目 ろであり、これから効果が現れ (てくると思われる	民間と行政の協働 (民間主導) 商工会議所	
	服	图	5~10 #維	うに、ブランド化が図られた。	(民間主導) 西宮商工会議所		姫路おでん	田 主に地元 の食材を		おでんを生姜醤油につ!!けて食べる点!!	姫路市周辺	3~5年 4年 45日 18日 18日 18日 18日 18日 18日 18日 18日 18日 18	B級グルメの全国大会が誘致 Fできた(2011年)など全国的 (なれ名度が上がった。	民間と行政の協働 (民間主導) 施設会そか協会	
なんそ	全国的に知られる「雑 五猫 ((国宮・神戸)でつ 円(る「雑の生ー本」 程	固	70 4 4 4	「お酒のまち・西宮」の知名度が向上した。	民間と行政の協働 (民間主導) 西宮商工会議所		田 心 子 日 日	(使用)	程度 正	地元産のモロヘイヤを 練り込んだ喉ごしの良 い都	上	が 100 100 100 100 100 100 100 10	本日へイヤの入った珍しい麺と 日下口へイヤの入った珍しい麺と 日のいつ事で近隣市町からの問い 合わせが過え 上割町の名名 原 …	発酵なんで脳を 民間と行政の協働 (民間主導)	
西 酒 2個入り 使 840円	酒かすを練り込んだ麺 とかす 汁のベストマッチ ング	争力市	- # - # - #	地元企業が連携して開発した 事によりPRがしやすかった。	民間と行政の協働 (民間主導) 商工会議所		う 十 デ イ ル ル ボ ボ ボ		二群長 日	る店舗独自のつけダレ で食べる		施 が か 中 01	が上がった 佐用町の知名度が上がった。 月	観光協会 民間と行政の協働 (民間主導)	
% 3, 675 5, 675	自然薯から酒を醸造した点	伊丹市	- # # 5 # #	地元企業が連携して開発した 事によりPRがしやすかった。	民間と行政の協働 (民間主導) 商工会議所		き ※ ※ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・	だんを使 那 ※ ※ ※ ※ が が が が が が が が が が が が が	口程度 円	淡路産の食材を使用	き 日 日 日 日 日 日 日 日	고 다 는 #	, MA	商工会民間のみ	
い 1個	いちじくの薬のみで作っ た健康茶 正	三西市	5~10 4 4 4	・特産品開発の火付け役となった た ・新しい製菓の原料となった	民間と行政の協働 (民間主導) 商工会		K		程度 円が	熟練職人による手延べ 麺		摇 5.4		既た励み民間のみ商工金鱶所	
U 150∼ 700	特産品のいちじくを使 用したスイーツ 円 程 種	三西市	5~10 無権	・いちじくの町「かわにし」が定着した・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	民間のみ			····· 🖺 ··	程度					1十分聚元	110年地域田休路槽祭命
、H、A 型 350 番 350	すべて三田市の食材を 使用したハンバーガー 円	#= #= 	- # - # **	・地元食材のPR ・地域活性化 ・団体の PR	民間と行政の協働 (民間主導) 三田市商工会青 年部		大和內聯	茶 製 域 全	100gを たり 350~ 田 500 薩	が、	杂 色 原	104 年 三	. W		1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
850 350	名物のIRたんなべを気 軽にカップめんとして食 べてもらえ、はるさめで トルシー	游名 三町	- 件报 5 米据	・住民への地域資源へのPRIこ つながった ・新たな特産品として認知され た。 ・町内のイベントなどの商品に ・町のカのイベントなどの商品に	民間と行政の協働 H (民間主導) 物 商工会	H21年度全国推奨観光土産物審査会入賞	大和	茶 域 域	100gあ たり コン 500~ 種 1500 度	8.50 ボルウェー ボルカー アルカー アルカー アルカー アルカー アルカー アルカー 日 アル・神 祖 田 の 原 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田	茶员票	5~10 無 無 無		、	
				THE MENT OF											

西宮スイー ツ

地元小西 伊丹かす汁 酒造の酒 2 ラどん かすを使 用

西南のみ で採取で きる宮水 を使用

西宮の酒

自然薯酒

三西産 ちごく薬

こもにく茶 練帳(ジンダ)

いちじくス イーシ『いち、三 西産い じく類から ちじく の便り』

県内藤 CCM・ 路名 産野 東東 使用 東本

しし肉はる さめ

三田地場一 ガー

尼バーガー 尼崎

食の名称 素材の産 単価 地

明石海 や明石地 先漁場

明石だこ

いかなごく ※巻

新温泉町

浜ほたる (ホタルイ カ)

中町	ш	檐	在	40	44	 	監補	者歌u	4 日 三 三 三 二 二 二 二	
	国内で水揚げされる天然物にこだわって提供している	場内の50kのシェアを勢 る卵生をかえに、ひね 温も同しように多く生産 される橋本市の、特産 旧下を使用したメニー語 程 深、ちょっとが分い、ピッ 度 ピンマレがキャッチフ	記分特産の梅干Lの製造的程でできる梅酢を 工力に混せてきてるも エサに混せて育てる。 トで、病気に強い健康 円 的な鶏にない、保水力 食 の高い肉質が自慢	約リ上げたカツオを直 ちに船上で活け締め」 し、水水に突っ込んで 円・短時間で市場に運ばれ 程。るので鮮度が抜群 度	<u> </u>	リング・こまたが、 北山村でしか生産され ていない公の柑橘	他の漁場で獲れるしら すより白い 1 2 2 2 3	由・日・日・日・日・日・日・日・日・日・日・日・日・日・日・日・日・日・日・日	歴史ある産地であり、 日当たりと水はけの良 い段々畑で栽培された みかん	[] [] [] []
1	クエ 料理 円 9,450 か	300-70 (中心 一种()	128 で 160 円 (100gあ 풤 たり) 頂		ロース: 500 パラ: 350 カデモ モ:300 潜	たい() (2 (2 (2 (2 (2 (2 (2 (2 (2 (2 (2 (2 (2	1500 (しらず 定検の 雷格帯) 権	正版函	新210 kg	· ETS
	国 然物を 用 角を使 を	橋本市の ひね鶏 (親鳥)を 使用	有田三田	すさみ町	すさみ門 及びみな ベ門 雇の イノブタ	北山村	和歌浦湾	を を を を の の の の の の の の の の の の の の の の	和歌山県有田地方	EŁ
	クエ料理	ひねメ ニュー(現 在12店30メ ニュー)	神し	チャヤ ケンケンケ 暦 サ	イブの恵み (イノブタ)	う で で 配 を	わかしらす	「紀全947 (Aの動画 権」	有田みかん	[鳥取県
表彰歴等		民間と行政の協働 地産地消優良表彰受賞 (民間主導) (海)荒神の里・笠 そば	HIG 泰母県農業賞(JAなら けん西吉野柿部会)		170 林山田聯新 邱화	11.2 森氏米原素等 Ng 11.2 農産協力高齢者が衰 優良活動地域表彰 優良賞 5.1 11.4 農業振興功績者表彰 受賞 11.9 食アメニティ・コンテスト	3.47 H20.3月 大和野菜に選定 (県制度)			
	民間主導) (民間主導) ヤマトポーク流通 推進協議会	民間と行政の協働 (民間主導) (有) 荒神の里・笠 そば	:間と行政の協働 民間主導) Vならけん	民間と行政の協働 (民間主導) JA宇陀地区黒大 豆・小豆生産部会	民間と行政の協働 (民間主導) JA E間の3.	よもぎの	民間と行政の協働 (民間主導) 下北山村振興事 業協同組合	民間と行政の協働 (行政主導) 「奈良のうまいも	の」登録店	民間と行政の協働(民間主導)
MELT ALTHUM AND	地域特産の食材として観光振興に貢献	・毎年10月に『そばピクニック』 新聞権・観光をが増加し地域 が活性化、非た、住民自らがア イングを出すようになった。 ・順外がでの際知度が向上。 ・他の商品の売上げが上がった。 た。	権を打りに対象の 権力百事的 1)を開催、限り(1) 水からの業をがある。毎年回 例になっており、駅のイベントと して1日本 一の柿の まちをR 東域の別の場合メントと ・環域の別の場合メントで10月 ・環域の別の場合メントで10月 ・電域の別の場合メントで10月 ・電域の別の場合が10月 ・電域の11点 20月 ・電台を14年の日に議定、第1	의策及の補税定をJ期艦。 宇宙大豆プロジェクトに参画 ・、学校教育活動を支援。産地 EPRできている。	・川西町内小学生への食育効 の異(地元農産物への愛着や関 いを持つようになった)。 ・県内外での認知度が向上し、 産地が活性化。 を細報・サムドス・カローでの	・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	・平成20年3月に大和野菜に 選べれてから、新聞や雑誌で 取り上げられ、地域野菜として 注目されるようになった。	・認知度が向上し、一定の定着 が図られた。		 ・和歌山県は果樹生産額が全 国2位の果樹王国にも関わらず(1 今ひとつ知名度、ブランドカ不 足であったが、この取組を通じてるカニ業をの取材が非常にてマスコミ業での取材が非常に
	- # 握 5 米 ^振	10年 以上	00 以	2~30~4	5~10 無権	10年 上 上	10年 以上	5~10米米	Tri V	
	茶良県	桜井市(笠)	五條市(西吉野町)	宇陀市	川西町(結局)	黑滝村	下北山村			
	種族および飼料を統一 し、上質な脂肪が適度 に入ったジューシーな 現株わい	地場庫・接きたて・うち 立て - 茹で立て	自然・気候に恵まれ、 古くから柿の産地として おくから柿の産地として 参展してきたこの地域 で大切に育てられた高 品質な柿	山間地の気候を活かし た高品質な豆生産 1 2	ロマンあふれる伝説と 食味のよさ	+ i)	保存料を一切使用せず、塩と唐辛子だけで 用、味付けするシンプルな 程:清物	○本物・味噌の面から 株良をアピールできる 名物料理		
	100gあ たり 円 150~ 程 250 度	200 200 在脚極	14着 3200~日 7,000 程 度	Kg当た り1000円 西 南 瀬	- 綾150 田田田	¥ 0. 田程樹	188 (200g) 田 350 福	120 (お菓 (お菓 (お上) (お上) (第上特田	産品料 プラン) プラン)	
#2	奈 域 全 全	茶茶 包井 ⊪干	五 (まか	大和 南部 東部	杂 月 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日	コンニャク 井 (無浦 村(雨か)	下北山村	県内全域		古本 ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・
MACCO MIN	ヤマトホ"ーク	英	条 図 合 本	奈良県産 丹波黒大 豆	結応ネブカ	黒海蒟蒻よ もぎの里 申コンニャ ク	下北山特 産 春まな漬	「奈良のう まいもの」	【和歌山県	
_										

 と 医間と行政の協働 20002年 (行政主導)
 地域団体商標に登録 セネルケンケンか したブランド化委 員会

地域団体商標を期にブランドと しての知名度が向上した。

5~10米無

すさみ町

民間と行政の協働 (行政主導)

すさみ町

最近はメディアに取り上げられ、 ることが多く、県内外の大型ホ ラルセ外食産業からもイプタ 対について問いらわせが増加 するなど、少しずつではあるが 消費者に認識されてきている。

₹ ₩ ₩

すなや用みなべ用

| 2008 | 食肉産業展 | 地鶏・銘柄鶏 | 食味コン十スト | 最優秀賞

紀州梅とり・梅たま 食 ごブランド・化推進 最 協議会

他産業との連携の強化

3~24無

和歌山県

民間と行政の協働 (民間主導)

県 産ブロイラーのイメージの向 上

橋本商工会議所

民間のみ

・食の地域ブランドへの関心が 高まった。 ・他地域との連携が可能になっ

半瓶

橋本市

助 平成18年度(社)和歌山県観 光連盟より観光功労表彰 一(九絵のまちづくり推進実行 委員会)

民間と行政の協働 (民間主導)

経済効果以外の効果

器置

市町村名

商工会 旅館民宿組合

70 以 上 件

田剛田

民間と77政の協働 (民間主導) 鳥取牛骨ラーメン 応麺団	民間のみ 鳥取カレー倶楽部	民間と行政の協働 (民間主導) 山陰境港名物料 理を創る会	民間のみ 鳥取とうふちくわ 総研
・地元に「十キスーフのフーメ 民間と下級のビ場別 とという特長が認知 日子レ「持様の認知 ・日子レ「月曜スーパーサブライ 扇取牛骨ラーギン ・カイを動作 三世カルメランキ 高取牛骨ラーギン・カイを国2位 ・東京出店の店舗あり	カレーの町鳥取という住民の認知度が向上	地元でのクロマグロの利用拡大	新商品の開発など事業者の積 極的な取組が生まれた
- 件框 5 米框	5~10米搬	3~5 米福	5~10米瓶
原 本 中 中 中	鳥取市	中	鳥取県東部
馬取県中部で50年愛 され続けた味 日 程 度	カレールー消費量全国 2位(鳥取市) 田 程 度	生のクロマグロ水揚げ 日本一の境港新名物 円 程 度	鳥取県東部に江戸時代 から伝わる伝統料理 日 程
200	200	200	150
県産の調味料文は 具材	県産の食 材利用	境港産の マグロ利 用	大亞(產 地指定)
鳥取牛骨ラーメン	鳥取カレー	鬼太郎マグ 境港産の ロラーメン マグロ利 用	鳥取とうふ ちくわ

場を廃棄	D-TIMES		地産地消優良表彰受賞	HIG 奈良県農業賞(JAなら FA四百野柿部会)			H12 奈良県農業賞 受賞 H12 農産地高利高階者対策 優良活動地域表彰 優良賞 受賞 H14 農業振興功績者表彰 H9 賞 アメニティ・コンテスト	H20.3月 大和野菜に選定(県制度)				
紫霉	民間と行政の協働 (民間主導) ヤマトポーク流通	推進協議会	展聞と行政の協働 (民間主導) (有)荒神の里・笠 そば	民間と行政の協働 (民間主導) JAならけん		民間と行政の協働 (民間主導) JA	民間のみ 黒滝蒟蒻よもぎの 里	民間と行政の協働 (民間主導) 下北山村振興事業協同組合	民間と行政の協働 (行政主導) (斉政主導) 「奈良のうまいも の」登録店		(民國土韓) (民國土韓)	民間と行政の協働 (民間主導) 和歌山南漁業協 同組合
经运动里以外仍如里	光機		を解析、観光等が増加に地域 が活性化、また、住民自らがケー イイアを出すようになった。 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	・毎年11月に「柿の里まつり(五日 株布田古野町) と記載。 (限 サからの業者がある。毎年値 例になっており。数のイベントと して「日本一の柿のまち」を下 できている。 ・環域の歌り組みとして、10月 26日を「柿の日」に選定、第1 回条良の柿検定を」開催。	・宇宙大豆プロジェクトに参画 し、学校教育活動を支援。産地 をPRできている。	・川西町内小学生への食育効 り集(地元農産物への愛着や関 心を持つようになった)。 ・県内外での認知度が向上し、 産地が活性化。	・・今種観光ガイドブックにて紹介されている。	大和野菜に 引か雑誌で st野菜としていた。	·認知度が向上し、一定の定着 が図られた。		・和歌山県は集樹生産額が全 国立位の美麗日に関わらず(国でなりまか、この報告を通じ であったが、この報告を通じ でマスコ等での取材が非常に 増え、それを通じて「集樹王国」 の認知度が大きく向上した。	紀州ひろめの取引をきっかけ こ、他の商材の商談にもつな がっている。
無		Ę	10年以上	10年以上	5~10米瓶	5~10 ##	10年以上	10年	5~10 ##		~ ← 件 概	0~20 米梅
市町村夕	茶皮原		被并市 (姓)	五條市(西吉野町)	中的市	三西町 (結 感)	黑滝村	下北山村			科 科 ·	田辺市
4/アポイント	W		地場産・挽きたて・うち 立て・茹で立て			TT 4m4	手作りにこだわったコンニャク	保存料を一切使用せず、塩と唐辛子だけです、塩と唐辛子だけでり、日 味付けするシンブルな程 清物 度 演物	食べ物・味覚の面から 茶食をアピールできる 名物料理		①~③の条件を描たせ □(ボウかやまポンチ。 田(ボウかやまポンチ。 程か店の数だけオリジュ 度 ルの "わかやまポンチ" 度 があります。	・全国的にも希少性の 高い海藻で、とろみと 用・ジャキンペキとした独特 程の食感が特長 度
	L.#		T #5.160	□ #£ #0	元 00 日 型 世	袋150 甜 度		% % 0 E 程度	マ菓グ・25 本が沿ぐ 田種風		> 0 ℃ 巴羅麼	200日程度
珊	₽ ==	25(1 500 500	1箱 3,200~ 7,000	kg端た り1000	±% 	<u>∓</u> 8	_ S &	(36,225 (海上本本語・ (地・加・ (カード) (12,000) (13,000)		500 1200	100g 200
素材の産	新 秦 域 域		茶 茶 供 中	五 (まか	大和 南部 東	茶 田 田 田	ロ ン 二 本 (無消 村 (開か)	下北山村	県内全域 東	[当]	①県甘シ漬用②県物以③県樹つか養和産露10十年産産七十年産を上和産性の、「少か素養者が、ない。「世別の用とある。」の、「は、ない。」の、「は、ない。」の、「は、は、は、は、は、は、は、は、は、は、は、は	和歌山県田辺湾
金の名称			数 元 三	奈良の柿	奈良県産 丹波黒大 豆	活崎 ネブカ	黒滝蒟蒻よ もぎの里 申コンニャ ク	下北山特 産 春まな漬	「奈良のう まいもの」	【和歌山県】	るをもまれて	和歌山県 和歌山県田辺湾

|民間と行政の協働 | 平成18年11月17日に「紀州 |(行政主導) | みなべの南高梅」地域団体 |商標登録|

日本一の梅の里「みなべ町」の 知名度アップ

70年 以上

和歌山県みな ベ町

民間と行政の協働 (行政主導)

~ ↑ 米 紙

和歌日市 海南市

民間と行政の協働 7 (民間主導)

0 以 上 件

有田市、有田川町、湯浅町、 八川町、湯浅町、

占

JA 民間

電波の日総務大臣表彰

行政のみ 北山村

じゃばらの花粉症に対する効 果がPRされ、知名度が

10 以 上

光日本

4		調成の	島人 発見米 一端 一端	島 近の	島根県 岐4町	無	型	照 艘 王	宗東		松江	県	¥ H	全圖金		崇		国の 山栗街 記学用
# #	イ エ H 相	ナット 隠岐 のは つ かく	活イカ	CAS 自いか	隠岐の いわがき	どんちっちアジ	どんちっち ノドグロ		縁結びス イーシ (どっち声・ 米プリン・曲 帯帯・声ん	水い郷)	松江おでん	田嶋そば	へか焼き	回 あ い い い い い い い い い い い い い い い い い い	ት! 7 1 1 1 1	E S	【当一图】	フルーツパ フェの街お かやま
BBOT	やの題名	三瓶パーガー		:間と行政の協働 		民間七行政の協働 H15年+H16年 国産食材を 使ったフランス料理の発典 ※民間は企業で H18年日素テレビ・ガン」出品 はなく住民が中心「17年第一段を表現し	H19年日本でし「所なんの 目がケン! イインシ肉紅食 ほかが映 イインシ肉紅食 184 + 185 年 NHK全画教 送「羅門解決」、「近形の居 カコに関(場所を入ぶて) 1428年NHK FMウンオキ国	放送「にはからから形する」 アダブルの開発線が年間視 場番リケエストで再放法 ・業籍多数 農文園別代職 業員が表現。	同 Mill / DL Mill / DL MX 医間と行政の協働 (民間主導)	での問題	医周のか NEW松江菓子美 竹香島会(松江市 内の菓子業者6社 で構成)	民間上行政の協働 (行政主導) 観光協楽	民間と行政の協働 (民間主導) (大統領) (民間本議員)	一ド) 田小そば(地元 ば店)	民間と行政の協働 シンポックムは地域づくり総 (民間主導) 然大田表彰受賞(H18)、 様工会社 構造の単位のでは、他のでは、他のでは、他のでは、他のでは、他のでは、他のでは、他のでは、他	田ふるさと村		
- \\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\	県内外のイベント、フェスダに 出展され、「大田市"「三瓶"の 名名度向上に貢献している。 十一一部・1・6・2・3・1・1・1・1・1・1・1・1・1・1・1・1・1・1・1・1・1・1	また、一番日の4 イーンに ネッチした 商品であり、イメージアン ゴール 間 であり、イメージアン ゴール 繋がっている。		・中国地方、特に広島では知名 度が向上している。 ・仁多米の知名度向上により、・ ・田多体の農産物メルジ向ト	に繋がっている。 ・「全参化の薬味しさに惹かれた・ ・「名多米の薬味しさに惹かれた・ ・ 一番名人たちにより、雑誌への掲載、映画やドラマのロケだどが 行われ、町のPRに繋がっている。	・山くじらによって地域ブランド が創出された。 ・戦害対策経費が軽減できた ・産業観光スポットが多数できた。	来等数が増えた。 地域住民の自立した地域おこ しにつながった。 一般害対策や資源化、地域おこ しで全国で認知度が高くなっ た。		- 都心都で認知度が向上した。 (地の商品の売上げが上がった。 でもの商品の売上げが上がった。 た。		イントの大学の大学の大学の大学の大学の大学の大学の大学の大学の大学の大学の大学の大学の	バッケージに町内での活動の 取り組み内容や、観光場所を 、職せているので、町のPR商品 としてお土産に使用されるよう になった。	ガルメとして奥田雲そば 乾が向上した。 作付け面積の減少に歯 かった。	子女教育の珠か子首に「即以 リスれてもらい食育のきっかけ「 となった。	原料を吟味した卵かけ専用器 日油が全国的なヒット商品となり (し地域経済に貢献した。 神域の設如度が向上 たまないの おります	・「日本たまごかけごはんシンポジウム」の開催により地域への集を増など様々な効果が	あった。・・関連商品も多数誕生し、ま	7. 卵が17、
		5 世3	握		10年 以上		10 中 十		10年		5~10 米維	- 4 米	5~10 ++	K _振		5~10	⊬ _振	
		大田市			奧出雲町		業總田		知夫村		松江市	島根県呂南町	庙 田 藤田 藤田	横田		票本	田田	
1.71	地元の食材にこだわり、肉の自みが十分に は、肉の自みが十分に 味わえるご当地バー	I S		・肥沃な土壌、整伊川源流の清冽な水、昼夜の温度差により生み出される自産米	・出荷直前に籾摺り、精 米を行うため一年中新 鮮なおいしさをお届け。	夏イノンシとして特産化・処理施設~生体搬送			·素材は新鮮な地元産 神葉を使用。	ピンギら有郷が枝と井	4.C.エンカ双スのシンに もった新しい感覚のお 菓子	・主原料は邑南町素材 を使用 ・売上の一部を観光振 興に寄与	在来品種を復活させ地域に栽培を普及。ご当地ではたして注目を集める。		・卵かけご飯専用醤油・保存料等の食品添加物は使用せず			
		E 009	群政		キロ660 (税抜 円 き) 程 度		1kg当た り3000 円 ~5000 程 度		一袋150 円 8 程	極	300 田 韓 東	2食入 1,500円 程 唐	2	~1,000 C酤蚕		150ml *	315 西西	
	バイン 根原産 野菜:市	ス 様 (同	モメ ストイン いよし 一般 でない で かな で が が が が が が が に で が し が し が し が し が り が し が し が し が し が し		島根県仁 多郡産		野子 がシシ とり を が 発 選		地元 神薬を使 用		松江市内 街	町内産の 牛肉、豚 肉を使用	聚 十 計 計 構	H仕米価 のそば		丸大豆醤油は県内産、かつ	お節とみ りんは国 中華	1
		川 ボバー ー			仁多米		おおち山く じら(イノツ ツ肉)		東東田		NEW松江菓 松江市内 子 他	石見Oh! バーグ	1 N	毎日小とは		カナロ番 油は県内 ギャギ(+ 6 を、かつ	6	

	角の名類	素材の産	無	ケールスポイント	节町林名		経済効果以外の効果	水	無難
		是 是 是 是 是 是 是 是 是 是 是 是 是 是 是 是 是 是 是	1個 6000 1000		担用	10年以上	農家の後継者確保や定年後の 就農が促進され、就労の場の 確保、地域の活力向上に繋 がった。	民間と行政の協働 (民間主導) JA	
	とって のはっさく 酒『隠岐結 結』	隠岐の島 町油井	¥1 8 €	日本最北端のはっさく生産地生産地	隠岐の島町	3~5 米維		民間のみ	
	活イカ	島根県西 ノ島町で 水場げ	17%ク22,730 (送料別)	・地元漁師が1杯1杯1 電に手釣りで釣り上げ 円 ている点。 月程・活きたままお届けする 度,点。	西ノ島町	3~5#維		民間と行政の協働 (民間主導) (株)日本海隠岐 活魚倶楽部	
定協会平成トング「特	CAS 自いか	島近海も の	本 00 左 00 正 群 極	・旬のイカを取わたての 状態で瞬間冷凍し出荷 する。	田州東	5~10 米米	・安定した金額でイカを地元漁 師から買うため漁師の収入が 安定した。 ・ロターンの働く場になり	民間と行政の協働 (行政主導) ふるさと海士(株)	
始繁余でご スでの晩餐 国産食材を 田の参曲	圖 いわが み	島根県隠岐4町村	180~ 180~ 800~ 800 ** 本人人 (村大) (村大) 820)	清浄な海域で義殖いた うえ、徹底した衛生管 1244で行うことで、生食を 126としている点 126としている点	隠岐の島町 困ノ島町 海七町 知夫村	10年以上		民間と行政の協働 H224 (行政主導) 安全 東・町科 品認 東・町科 初め	H22年 安全 で美味しい島根の県産 - 品数証制度に水産物として 初めて認証される
1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	どんちっち アジ	田 戦 戦 乗	田種類	・全国トップレベルの脂 乗り(最高20%以上)	※田井	5~10 #無	・首都圏・広島を始めとした水 産ブランド「どんちっち」の知名 度向上	民間と行政の協働・H17 (民間主導) 漁村 浜田市水産物プラ 業・語 ンド化戦略会議 リーグ	が - H17年 「立ち上がる農山 漁村」に選定 - H21年 しまわの農林水産 ・ 業・農山漁村「頑張っている リーダー」表彰授与
大 近 近 で で が が が が が が が が が が が が が	どんちっち ノドグロ	田 戦 戦 世 世	田牌極		世田 洪	5~10 #握	・首都圏・広島を始めとした水産プランド「どんちっち」の知名度向上	民間と行政の協働・H17 (民間主導) 漁村 浜田市水産物プラ 業・開 ンド化戦略会議 リーグ	M・H17年「立ち上がる農山 漁村」に選定 - H21年 しまわの農林水産 - ** 農山漁村「頑猥っている リーダー」表彰授与
さと旅する※年間視等中間投資に対象では、一般に対象に対象に対象に対象に対象に対象に対象に対象に対象に対象に対象に対象を対象を対象を対象を対象を対象を対象を対象を対象を対象を対象を対象を対象を対	どんちっち カレイ	田 洪	田韓極	・塩干品の全国シェア は45%以上で生産量日 本ー ・子持ちササカレイの一 夜干は上品で特に美味	浜田井	5~10 #	・首都圏・広島を始めとした水 産プランド「どんちっち」の知名 度向上	受 で の で で で で で で で で で で で で で で で で で	・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・
& A	繰結びス イーツ (どらやき・ 米プリン・任 奏籍・吐ん ざい等)	無 第	600 居種	縁結びの地にちな <i>んだ</i> テーマ性	校	世 採 紙		民間のみ 神話の国縁結び 観光協会	
	松江おでん	松江市	→ P20 + D20 日韓極	・店舗の多さ・薬物の具材	松江市	10年十	史職	民間のみ 松江期所400年祭 推進協議会	
	出職そぼ	手 一	600 (中力の 連イネタ 高角 田田 田野 田田 田野 田田 田野 田田 田野 田田 田野 田田 田田 田田	・そばの実を設ごと挽き、色が黒く、香が黒く、香りが高く、コンが強いのが特長・割子そばという地域独特の食べきの食べ方をの食べ方	出雲地方 (松江市、出雲 市ほか)	10年	0	民間のみ	
	へか焼き	大田市	2,000 田	・地元日本海の海の幸を使った漁師料理	大田市 波根海岸	10年以上	日本海の海の幸が楽しめる、 「 波根旅館街での名物料理とし て定着しつつある。	民間のみ	
域づくり終	回暦回 05:47ン ツョン	全 圏 の 田	日程度	・邑南町が取り組んで いる全国公募型の田舎 の逸品おとりよせコンテ スト ・田舎にある安心して食 ・でもれる食材・食品の ・でもれる食材・食品の	恒	2~ 無 無 無	٠- الحد	民間と行政の協働 (行政主導)	
(H18)、 ト大賞・制 アで掲載さ	田線はんさい	県東部	400 西韓	ぜんざい発祥の地という優位性	に ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	- 4 4 4 3 4 3	第5回B1グランプリに出展す るなど、地域の活性化の起爆 剤となっている。	民間のみ 日本ぜんざい学会	
	【三田田								
	フルーツパ フェの街お かやま	岡山県 の果物を 使用	370~ 日 1,280 計	食べ歩きの魅力・店舗 の集積化によるイメー ジアップ	田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田	- - - - - - - - - - - - - -	フルーツ王国岡山のイメージ 「アップに貢献	民間と行政の協働 (行政主導) 商工会議所	
				-	-	1		_	

第0名数 記しまり 大橋	は 日本	画を出る。 本語 はままる 大塚	大権でおけている。	セールスポイント 水槽で生かし込む身の 締め方、独特の磨きと いうさばき方	市町村名下関市	# # # # # # # # # # # # # # # # # # #	経済効果以外の効果 ふぐといえば下陽といった全国 的な知名度	形態 民間と行政の協働 (民間主導) 下関ふく連盟・下 国権 古名 市場 中	表於歷等地域団体商標
磨き処理 3903円 B されたトラ / kg フグ	磨き処理 3903円 B されたトラ / kg フグ	3903円 /kg /kg				۸ ۲		医牙牙 黑中多叶 的复数阿尔西 医二甲二甲甲甲甲甲甲甲甲甲甲甲甲甲甲甲甲甲甲甲甲甲甲甲甲甲甲甲甲甲甲甲甲甲甲	
山口県下 アレコール (東京 2000円 東 関市及び (本 7500円 を 1200円 相 エウー製品がある 北浦うに そが11年 (土力商 度 エウー製品がある 北浦うに とする加 品の値 度	山口県大 関市及び 1本 光浦地域 2500円 格 かゴエ地 (土力商 格 たする 1 100 画 日 レする 1 4 10 1 10 1 10 1 10 1 10 1 10 1 10 1	1本 2500円 (土力商 福 品の価 格帯)	アルコール漬け着がおいない。またいわれ、様々はファインを受品がある。	群な 6 号	上題上	10年以上	·	民間と行政の協働 地域団体商標(民間主導) 山口県うに協同組 合	地域 団体商標
振竜海及 連合	赤肉で 2000円 程 /kg 度	赤肉で 2000円 程 /kg 度	高タンパク、低脂肪カロリー	南	上 監 上	5~10米	丘代捕鯨発祥の地下関での鯨 c関する文化の継承	民間と行政の協働 (行政主導) 下関くじら食文化 を守る会	
5番で 50番を 2579円 歴 7kg 歴	5番で 50番を 2579円 歴 7kg 歴	5番で 50番を 2579円 歴 7kg 歴	IM W	IK.	下関市	5~10 米 米	アンコウの水揚げ日本一であることの知名度アップ	民間と行政立場 (行政主導) 下関漁港沖合底 びき網漁業プラン ド化協議会(事務 局:県)	
四日東下 フランドンケル フランドンケル 関本衛本 関本の 対象で 対象で 対象で 対象で 対象で 対象で 対象を 対象を	西田 三 三 三 三 三 三 三 三 三 三 三 三 三 三 三 三 三 三 三	記念で で で で で で で で で で で で で で で で で で の	1 / 村(地 中	海で抜	に 監 上	% ₩ *5		民間と行政の協働 (行政主導) 下間江浦特年イカ ブランドル権権協 議会(事務局:市)	
格式の文 山口県山 格式の米から作った米 で原の文 山口県山 税、米油 米シフォン 二帝の節 630円 度 イナーキ 14使用 (40円)	地 山口県山 で に ボ産の原 630円 度 対使用	630円 程 巻巻	书恋	*	日日日	- 件框 - 件框	・・・ に保」地域として特産物開発 精極的に取り組んでいる。 ・・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・	民間のみ かぼちゃの馬車 (菓子店)	平成22年度元気が出る特産 品コンテスト大賞受賞 (山口 県)
地元産の芋を使用 中央的	2500円 程1500円 度	2500円 程1500円 度			무디크	- 仲植 - 朱 - **	- 「仁保」地域として特産物開発 精極的に取り組んでいる。 - ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	民間のみ 当の駅 二保の郷	
フルケ高級角ルージュの近 数の金太 山口県数 250円/程 標種 郎 木 市 kg 度	山口県萩 250円/ 程 市 kg 度	250円~程 kg 度			卡	- 叶摇 - 叶摇	これまで地元だけのものだったものが、多くのマスコミで紹介されたことで、萩市を含め認知度が向上した。	長間と行政の協働 民間主導) 真張れ:萩の金 兵郎プロジェクト	「スーパーマーケット・トレードショー2010」パイヤーズセーンウッコンの質(金太郎のオイル漬け)
数の夏み 山口県数 69円/ 程 ながらのすっぱい味 かん 市 R8 K8 度 26・0 すっぱい味	萩の歴史的な背景と 山口県萩 69円/ 程 ながらのすっぱい味 市 kg 度 覚。	萩の歴史的な背景と 89円/ 程 ながらのすっぱい味 kg 度 覚。	萩の歴史的な背景とながらのすっぱい味 党。		卡	10年以上	の取・	民間と行政の協働 (民間主導) JA	
全て天然物として添通 萩の真ふぐ 山口県教 500円/程 18 度	全て天然物として 山口県萩 500円/ 程 市 kg 度	全て天然物とLで 全で天然物とLで (全) (本) (**) (*	全て天然物として		卡	5~10 ##	・マスコミで紹介されたことで、 萩市を含め認知度が向上。	民間と行政の協働 (民間主導) 萩の魚ブランド化 推進協議会	
乗らかく甘みがある 数のけんさ きいか 山口県教 1,000円 程 (須佐男命 市 /kg 度 しか)	山口県教 1,000円 租 /kg 麻	1,000円 程 /ks 度			操 七	10年以上	・マスコミで紹介されたことで、教市を含め認知度が向上。	民間と行政の協働 (民間主導) ・萩の魚ブランド化 推進協議会 ・須佐男命いかブランド化権を委員	「須佐男命いか」で商標登録
# 地元で水揚げされた新	フルコー 格 ス10品 唐 5,000円 唐	フルコー 格 ス10品 唐 5,000円 唐	地元で水揚げされた業 鮮な鱧を使用。鮮度を 活かした地元ならでは の味が魅力。	45	防府市	5~10 米 米	神社仏閣と自然景観が主な観 が地柱であったが、歳の話題 が提供できるようになった。 奏容に良い成分が豊富に含ま れていることがの女性に入気が 高く、これまでもに違った層の 観光客の開拓ができた。	引のみ 登塾(地元料理店 8店舗による任意 1体)	LLPを立ち上げ登録商標を 申請中 大本體プランドを使用した土 産品「鱧ぞうすい」が平成21 キ山口県特産品奨励賞受賞
山口県岩 岩国海軍 国市の地 390~ 程 飛行艇力 元産のレ 530円 度 レー 後男 後男	山口県岩 国市の地 390~ 程 元産のひ 530円 度 ソコンを 530円 度 使用	390~ 程530円 度	ľΊ	1	岩岡中	年海	岩国のお土産という位置付け を確立した。	民間と行政の協働 (民間主導) 商工会議所	

]	tu	紅	7								膨	
表彰歷等		・第5回B-1グコンプリシル バーグランブリ受賞		平成22年度広島県いきいき地域づくり賃受賞	· 全国新酒鑑評会等での受賞									天皇杯、山口県水産加工展 各賞、全国たべもの展各 賞、他多数	多くのメディアに取り上げられてます。
万额	民間と行政の協働 (民間主導) 岡山県観光連盟	民間と行政の協働 (民間主導) ひるぜん焼そば好いとん会		民間のみ商工会議所	民間と行政の協働 (民間主導) (民間主導) 商工会議所 酒造協会 観光協会(酒まつり)ほか		民間と行政の協働 (民間主導) JA	民間と行政の協働 (民間主導) JA	民間と行政の協働 (民間主導) JA	展間と行政の協働 (民間主導) JA	展間と行政の協働 (民間主導) 県漁協	民間と行政の協働 (民間主導) 県漁協	民間と行政の協働 (民間主導) 県漁協	民間と行政の協働 (民間主導) 山口県水産加工 業連合会	民間のみ グリーンモール商 店街振興組合
経済効果以外の効果	「食」によるまちおこし団体の ネットワーツ化により、操全体 の食の能力を高めることができ、さらに情報発信力が増す。	・岡山県、真庭市、森山の認知 度が全国区となった。 ・観光客が増加し、地域がにぎ わうようになった。		・有名コンピニエンスストアでも がった。 がった。 川市民共通の地域演派として認 別もわめかており、郷土愛が職 成され、まちの活性化に寄与している。	HZ体から始まった日本海を テーセとした年代表別するイベント「副業プリープロト 地元の副 離をはじめ市民や関係者から なる多くのボンライブにより 様々なイベントが実施されてあり、地域の活性化につながって いる。										とんちゃん鍋と言えば、下関発 样という認知度が上がった。
	4. 無	- 件 - 件 - 米 ^拖		5~10 米維	8.4 ₹₩ 8.4		5 4 4	5 1 1 1 1 1 1 1 1 1	25 件 (世報	8 ↑ ↑ *	70 中 十	5 以 十 十	8 4 8 8 8 8 8	6 以 件 귀	- 仲振 - 州振 8 米
市町村名	 当 口	真庭市		七 七 七	東 石島 市		山口県内すべ ての市町	数市、長門市 市	灰市、長門市	周防大島町、 下関市 他	萩市、長門 市、下関市	数市 色	防府市、平生町、上関町、 市、上関町、 市	下関市、長門 市、萩市、宇 部市、他	玉玉
セールスポイント	新期回体の設立や共 同での情報発信を行い 日素効果が期待 日 1 1 2 2 2 3	地元に古くから伝わる 秘伝の味噌ダレ		10 きぬを使用するにと で、内側はかんわりと、 外側はからっと着ばしく 焼き上げられる。(もや ロしは入れない)	西条でしかできない高 町の洒造りを目指し 報館の調整単を目指し でいる。		・野菜では珍しく花の部 分ばかりか茎も葉も全 程部食べられる。	・重さ500g以上で大ぶ りだが、皮が甘く、実は 程しっかり詰まっていて柔。 度らかく、きめ細かな肉質 です。	- 果汁の豊かさと上品な - 電小、まろやかな酸味 - まが特徴。 - まが特徴。	・柔らかな中袋ごと食べ これ、糖度が135以上と 度 甘いのが特徴。	・脂がのってふっくらとし ており、鮮度が良いの k 程が特徴。 度が特徴。	・適度に脂が乗って淡 程 泊、ほのかな甘みが魅 度 カ		・厳格な基準を満たした 水産加工品。	博多のモツ鍋とは違い、深みのある鉄板の
	田駐敷			女————————————————————————————————————	Δ 		1	HF III.	HF III.	200円/1程個	500円/k 程	上	,500円 程 'kg 度	2 2 2 2 2	とんちゃ ん鍋セッ 程 ト 2,800 度 田
事	後用数 ろごフ	-		'	槳	-	ы 200Н 7170g	£ 500円 ∕500g	西 100円 /200g		7 8 500P	~ ~		重 157円~ 10,500 円	カペトE 分置っ
素材の産	相 な た い な な は な な な な な な な な な な な な な な な な	キャベック のみ地元 雇 (他の素 付は必要 ロットの確 保が困 難)		・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・	乗題 米 が を を を を を の を の で の で の の を の の の の の の の の の の の の の	· 道	山口県内	山口県北 部	世紀	山田県内	出一 一型 開 開 開	三 明 二 光	五 四 四 知 類 無 類 類 類 類 類 類 類 類 類 類 類 類 類 類 類 類 類	コー 世 世 世	カリカ 日日 第 日 第
食の名称	おか やまB 後グルメま ちづくりネッ トワーク	ひるぜん焼 そば	[広島県]	府中焼き	也 条 尚		はなっこ リー	萩たまげな す	長門ゆずき ち	ゆめほっぺ	やまぐちの 瀬つきあじ	やまぐちの 甘だい	西京はも	エロ 油物	とんちゃん 鍋

表彰歷等																
形態	民間のみ		民間のみ JA	民間のみ JF		民間のみ JA	民間のみ JA	民間のみ JA	民間のみ JA	展間のみ JA	民間のみ JF	民間と行政の協働 (行政主導) 徳島の活體ブラン ド権立対策協議会	民間のみ 徳島商工会議所 青年部	民間のみ	民間のみ	民間のみ
経済効果以外の効果	徳島県特産果樹の産地として	知名度向上	サツマイモのトップブランド産地 としての知名度向上	徳島県に対する知名度向上	阿波踊りにちなんだ命名による 知名度の向上				オーナー制度等を通じた都市との交流	7-ナー制度等を通じた都市との交流		京都祇園祭、大阪天神祭で食される鱧を通じた知名度の向上	ご当地パーガーとしての認知 度が観光客の間で高まりつつ ある。	徳島県に対する知名度向上	徳島県に対する知名度向上	徳島県に対する知名度向上
		0 以 十	0 5 4 4	0 4 4	5以 件 പ	10 以 上	10年 十二	0 D 件十	50以 件七	50以 年十	00以 十二	0 以 上	3~5米瓶	0 U 中土	5 7 4 4	5 以 件 十
市町村名		神山町、佐那 河内村ほか	鳴門市、板野 郡、徳島市ほ か	鳴門市ほか	単る いるが可、 一部か	板野郡、徳島 市(まか	徳島市、小松 島市、神山町 ほか	徳島市、板野 郡	那賀郡木頭ほ か	德島市、小松島市、小松島市、阿南市、勝浦町、 佐那河内村	阿南市、美坂 町、牟岐町、 神陽町	徳島市、小松 島市、阿南 市、牟岐町	海馬馬	阿波市ほか県 下全域	三好市	る。日本の
セールスポイント	徳島県を代表する果	実。爽やかな酸味と 円清々しい香気が特長。 程	全国的に有名なサツマ イモのトップブランド	ae門海峡の激しい潮流 にもまれて育ったわか 1 め 1 を		4月~5月にかけての 出荷量は全国一。	~1.1	生産量全国 中 東		ハウス、露地、貯蔵で周年供給	身が厚く市場の評価が 高い	関西の夏の食卓を涼や かに飾る食材	(徳島産の食材を活かし 国 た手作り創作ハンパー ~ 円 ガー 30 程 度	大きなたらいに入ったコ ンの強い手打ち麺を大 円 勢で囲んで食べるうど 程 ん	そば粉の割合が高く、 本 麺が太くて短いのが特 ~ 円 微 00 程	度 単田地方で作られる、 種が太くコシの強さが 不 日 特徴のそうめん 度
申		300~1,500 田本田	300 韓型	100 田暦極	3,000 田	160~ 円 200 程 度	900~ 円 1,200 程	180~ 日 250 韓	○000 000,1 日本 日本	150~ 800 田本	5.300~	700~700~日,200 西	1個300~日1,430 韓	日本 6000~ 1,500 融	本 500. 下 四 四 四 四	450~450~ 田本
初産		神山町、 佐那河内 村ほか	鳴門市、 板野郡、2 徳島市ほか	門市ほか	新 りるが (明な (明な)	板野郡、 徳島市ほ か	德島市、 小松島 9 市、神山 町ほか	徳島市、1板野郡	那賀郡木・毎頭ほか・	總 十七 之 之 之 之 之 之 之 之 之 之 之 之 之 之 之 之 之 之	阿爾米 斯勒市、2. 和泰野、5. 斯圖里		徳島産の 食材を使 3 用	国内産小 麦、また は輸入小 麦数	三好市。	国内産小 麦、また は輸入小 麦粉
度の名称 黙	(徳島県)	ずだち 佐男	場 なると金時 板	帰門わかめ。鳴	離	にんじん 徳!	生シイタケー・一部 田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田	カリフラ 徳! ワー 板	ゆず 選び	かかん 古中 一郎	アワビ鰲 海川 神田 神田 田田	艶か市市	とくしまバー 徳! ガー 食	国に たらいうど 麦 ん は	祖谷そば・三	半田そうめ、漫画
THE CO		 	42		阿波	אַבו	#	¥,r,	₩	#	K	4901	7 7 1	がが、	苗	# 出 `
水影阻御	氏間と行政の協働 (民間主導) 岩国カムニム権闘	協議会 協議会 民間と行政の協働 (民間主導)	JA間南 民間と行政の協働 (不みま当)	第二十五十五十五十五十五十五十五十五十五十五十五十五十五十五十五十五十五十五十五	民間と行政の協働 (民間主導) 山口県漁協長門 総括支店	民間之行政の協働 (民間主導) 山口県漁協長門 統括支店	民間のみ やまぐち自然薯生 産組合 欧田自然農園株	民間のみ 日積ぶどう生産組 合	<i>185</i>	民間のみ MA南すおうその他 地元農幸組合法 人	ν.ρ.χ 0.θ.	ループ ループ 展問のみ 山陽小野田観光	助表 民間のみ 高防大島観光協 会	40	周仍入島親光協 会 民間と行政の協働	(医間主導) JA
光		有国化ルン 協議会 民間と行政((民間主導)	JA間南 民間と行	※回 ※回 ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※	(民間)	民間と行政((民間主導) (民間主導) 山口県漁協 統括支店	つ 民間のみ やまぐち 産組合 政田自然	民間のみ日積ぶど	民間のみ JA南すおう		工ムテ民間の		を配置の分割が上間の分割が上間の分割が上間の分割を入りませた。	1		
経済効果以外の効果	・他県での認知度が同よし、注一 文が増加した。 ・岩圏れんこんを使用した加工「一	品が増加した。 地元食材の見直し、食育推進	長門市の知名度の向上				加工品の開発に動きが広がている。	UJIターンの就農希望がある。			の例もある。	認定により、本市名産品が明 種になり、宣伝しやすくなった。 	間防大島のみかんについて全国 国ネットのメディア紹介などもあり、みかんの知名度が向上にも た。	全国ネットのメディア紹介など もあり、周防大島の知名度が 向上した。		欲が向上。
開業	10 中十	¥ 2° 2° 2° 2° 2° 2° 2° 2° 2° 2° 2° 2° 2°	叶瓶	% ₩ %	- 仲擬 - 世擬	- - - - - - - - - - - - - -	3 ← 料 乗 4	10年	以 以 上 中	% 件瓶 ↑ ★ 55	5	年 年 年 + <	8 4 5 米	#3~5 #		以 10 年
市町村名	と 関 出		光 ~ ~	東市	なる 単 上	- 発 - 単 - ・ - ・ - ・ - ・ - ・ - ・ - ・ - ・ - ・ - ・	年 年 年	型 井 十	が 者 出 日	中 井	中 井	柳井市山陽小野田市	: 周防大島町	の高防大島町		周防大島町
セールスポイント	・シャキシャキもちもちと した食懸。 程・県内1番の産地 声・県内1番の産地	点 新品種 おいしいお #9.米	(全) (東) (大) (大) (本) (本) (本) (本) (本) (本) (本) (本) (本) (本	程 長州 どり は ない	コリコリの食感と濃厚な甘味、鮮やかな透明色	6月~7月に水揚げさ れた脂肪量が10%以 上の脂ののったマアジ を仙崎トロアジとして出 荷	裁培可能にた最初の一地が御井	最近では珍しくなった品種のキャンベル	JAが積極的に栽培を進めている。柳井プランド	素暖の差と水のよさで 音からよい米がとれる と評判 加工の技器を手が	て、御井の名物を作り 田す 田女性手作りによる地元 女性手作りによる地元	品 市内で製造、加工、生 産されて販売されてい 名名産品	地元で取れた魚介を ベースにした鍋で薬味 円にみかん胡椒、風味付程 (ロこみかんお椒、		極 使 点八緒年 4日以際の	みかんの無い時期に販 小 円売可能 者 程: 度:
申	分量 5 公庫 7 7		(5kg)	+ 150円 150円 150円									1500 (井力部 品の自 希明:1	人間) 500 (半力酪 品の角	告かれ にな (数 (数	200 (Sg.) (Ag.) (大 毎 (大 毎 (大 年
素材の産 店	田田 田田 出土 出土 田田	能	H = = = = = = = = = = = = = = = = = = =	西日 元 本 ラ 3 だ 一 な を か が 日 一 な 使 を 体	田 東 東 河	田本 第近	正 口 海 井 井	井 日 田 田 神 中 日 神 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日	五 出 章 章	井 中 中 中 陸 陸	世 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日	世	エ、生産 地元産の みかんを 使用	指 治 かなか か	単 田	四全域
食の名称	岩国れんこん,	2	コニ トラロニ	長門やきとり	言ふイン	宣応トロア	田 禁	ぶどう	ر ار	*	大型 (単条 金子 を を を を を を を を を を を を を を を を を を	ちゃん」ブラードロボルンド加工品 ンド加工品 山口県山 さんようお のだ名産品 市内で製 (248目) 浩 加	みかん鍋	ジンダ 味噌		せとみ(柑橘)

表彰歷等	食の名称	食の名称 素材の産 動	中価	セールスポイント	市町村名		経済効果以外の効果	宏觀	表彰歷等
間のみ	【愛媛県	[当]							
間のみ	かかべた	県 内 名 の 名		県産農産物を使ったス イーツを「えひめスイー ツ」と定義し、それを媒 介とした県産農産物の 消費拡大とPRを実施	愛媛県 石	×+	・ 農業者、製造業者、販売業者 たの間で、新たなつながりがで(きたことにより、原内スイーツ・ 店でもは産産権物を使う店舗 が増加し、農業者やメイーン製 選業者の収入やモチベーン製	民間と行政立論(行政主導)	
K - 1 G - 1 Gr	インコント		口程度			K # # 3.18	パアップした。 またコンテストなどの開催によ 八、一般消費者に対しても、県 主農産物に目を向けてもらう		
:間と行政の協働 全国和牛能力共進会 民間主導) 第3回S53 枝肉販売価格日				1		v xt-	きっかけとなるなど、県産農産 効のPRIこもつながっている。	100 471	
岐三畜銘柄化	県産品使 用弁当類	米、小米 粉等県産 品	110~	地元食材を使用した商品開発	愛媛県	3~5 #維	県産品の消費拡大及び食文化 の情報発信	民間と行政の協働 (行政主導) 包括協定を締結し たコンだニ	
間と行政の協働 民間主導) 夏島子リーブ年 究会				市内にあった中国料理 店のまかない料理セー で発祥し、メニューにさ れたのが約40年前。 「早い多か」をいまして、 「早い多い」という。				展間のみ 平成	平成22年 尾道てつばんグランプリ初代 王者
間と行政の協働 民間主導) 政三畜銘柄化 進協議会	嫌 節 子	原則とし て愛媛県 産	500~ 950(店 舗によ 異なる	a、 キュールンルントートンとして、現在では約60 に指すく気商品として 提供されている。 今年 開催された"平成22年 厚直てっぱんグランプ リアーは、市民有志で結 成された"中民有志で結	今治市	# #			
間と行政の協働 民間主導) 岐三 着銘柄化 進協議会				飯世界普及委員会が 有名B級グルAを相手 にグランプリを機得。来 年度の「B-1グランプ リ」山場を目指し奮闘 中。					
間と行政の協働 廉商工連携88選への選 元权主導)	宇和島舗 飯	宇和海隆 の鯛を使 用	1500	刺身を使う鯛飯 はここだけ	宇和島市	10年	・全国丼サミットに加盟して認知度があがった	民間のみ 郷土 字和島料飲組合	郷土料理100選
かる医性物流の優秀賞受賞消費推進協議			Ķ	・あっさりスーブに具沢 山 ・人ロ4万のまちに50		-	市の知名度が向上した。	民間と行政の協働 (行政主導)	
間と行政の協働 「政士等)	八幡 浜ちゃんぽん	で を を を を を を を を を を を を を	- 本 500 日 田 田		八幡浜市	3~5 米 ^施		h18.19.20.21商工 会議所主導、h22 から行政主導にシ フト	
	愛南びやびやかつお	愛南びやび,愛南町深 やかつお 浦漁港	1,550/kg 用	・釣ったその日のうちに 水揚げ(日帰り) ・愛南漁協が品質を管 ・翌東漁協が温質を管 理望	極 屋 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田	↑ ↑ ★ 維 * * * * * * * * * * * * * * * * * *	・愛南びやびやかつおを目的と した観光をが増加した。 ・・差別化(ブランド化)により魚 価を置めた。 ・・飲食店間の連携が少しとれる ようになった。	:間と行政の協働 民間主導) 協	平成20年度[食と農林水産業の地域プランド協議会]総会において事例報告
17 17 17 17 17 17 17 17 17 17 17 17 17 1	【高知県】			-	-				
国合为政 (2) (2) (3) (4) (4) (4) (4) (4) (4) (4) (4) (4) (4	なる 出るな	高知権の ナス、ツ ットウ、 みょうが、	200 ×	しょうがご飯の上に、鳴 子をイメージできるよ う、高知産の野菜を中 いに彩りよくトッピング。	施 安 中	世 :	新たな商品開発に取り組もうと する店舗が増えてきた。	民間と行政の協働 (民間主導) NPO高知の食を考っるる。	
間と行政の協働 〒欧主導)		ショウガ などを使 用	800					(
	しらすラー	画 かラスを 使用	450 ~ 950 #		高 市 中	件 紙	新たな商品開発に取り組もうと、する店舗が増えてきた。	民間と行政の協働 (民間主導) NPO高知の食を考える会	
	冷凍ドロメ のパック詰	高知 野町 野町		手軽に利用出来ること	高知市	- 件框 - 米框		医間のみ 春野町漁業共同 組合	
	業あげちり めん丼	投票	500~ 800 配軸面	地元で獲れたちりめん しゃこをふんだんに使 いってをいるがはでいる 田田。同じく特産のゆずを 程かけるのがオススメ。 度	安芸市	01~10米瓶	安芸市がちりめんじゃこの産地 同 のであることをPRできた。旅行雑(誌でも取り上げられたことで、 観光容談数に効果があった。	民間と行政の協働 (民間主導)	

		- 17							1511	10	
表彰歷等)全国和牛能力共進金 ・ 第三0853 枝均販売価格日 ・ 第一0858 牛飼婦人和牛審 第三0858 牛飼婦人和牛審 第50883 歩留等級日本一				景徳工連携88選への選定、フード・アクション・ニッポンプワード2009(研究開発) の優秀賞受賞			
形 標	民間のみ	民間のみ 美馬市商工会		民間と行政の協働 (民間主導) 讃岐三畜銘柿化 推進協議会	民間と行政の協働 (民間主導) 小豆島オリーブ牛 研究会	民間と行政の協働 (民間主導) 讃岐三畜銘梯化 推進協議会	民間と行政の協働 (民間主導) 讃岐三畜銘柄化 推進協議会	民間と行政の協働 行政主導) かがわ農産物流 通消費推進協議 き	阿爾子/英 D 敬意 (行政 上華)	民間と行政の協働 (行政主導)	民間と行政の協働 (行政主導)
経済効果以外の効果		全国からの注文が増えてきて いる。							4. 1 / 1 / 1 / 1 / 1 / 1 / 1 / 1 / 1 / 1	・地元産の塩の加工品として知る度アップ。 ・パッケーンデザインを地元学・パッケーは長瀬しており、若者を中心に話題性アップ。	農家に生産組合を立ち上げて もらい、組織化することで、生 た意欲の向上。 収穫されたものを活用し、特産 品を開発することで農家の収 益アップ。休耕地対策。
開産	5~10 #米	3~5 無権		10年 以上	件 紙	10年以上	10年以上	10年以上	8 ★ ** ★ 推	- 世 - 世 - 世 - 世 - 世 - 世 - 世 - 世 - 世 - 世	3~5年推
市町村名	県下全域	美馬市		奉票	土庄町小豆島町	海票	福二二二	香馬	运 计 微	中多津町	小 等 目
セールスポイント	スープは甘辛いながらもサッパリとしており、もサッパリとしており、円 具はすきやき風に煮込程 んだ豚バラ肉に、好み度で生卵をトッピングする	手作りの青とうがらし調 (株料 (00 円 7 東やかな旨みのある 程 辛と」 度		格付け3等級以上で品質がよい		脂肪が真っ白で甘みが あり、風味とコクがある	適度な歯ごたえとコクに とみ、低脂肪・低カロ リー	讃岐うどん用として県 が育種した品種を使用 ホーコンのあるもちもちとし 日本・食際 程・食際	地元のニンニウを使用 商品名及Uデザイン 活地元高校の学生が 協力 協力 13 15 15 16 17 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18	・伝統的な入浜式塩田 で作った、地元産の塩 円を使用 発程 度	・地元産の黒米
	下 20 円程度	∑ 8 円程度		円程度	2 / m 田程極	日 程 度	日 程 展	日程度	o 円程度	日程度	田程度
甲	500.1 500.1	600円 85∼1 g		600∼ 1500∕ 100g	600∼ 1500∕ 100g	100∼ 200∕ 100g	81 20	, 8 , 8	*1.05	20 m 20 m	500
素材の雇 書	国内産小 麦、また は輸入小 麦粉	美馬産の 食材を使 用	(¥	香川県で 肥育され た和牛	ト 回 西 明 で で た で た が り が り が り が り が り が り が り が り が り が	県内で飼育された バーク 50%以上 の豚	香 田 田 子 日 別 日 田 田 田 田 田 記 記 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日	県内産小 麦を使用小	地 に を を 使 用	地元産の 塩を利用	地元 無 米 の
食の名称	徳 ループ ス	みまから	[香川県]	讃岐牛	オリーブ牛	讃岐夢豚	讃岐コーチン	さぬきうど ん 「さぬきの 夢2000」	ガアリック娘	メレナナ ボ	古 米米 (編

表彰歷等	H19 土佐のいいものおいい いもの発見コッケールで奨励賞	平成19年度 「立ち上がる農山漁村」選定 証授与						m - H18年に地域団体商標巻 録 ・全国品評会玉露部 - 門で、10年連続農林水産大 - 日賞受賞					地域団体商標登録 平成19年4月	商標整鎖
形觀	民間のみ 二淀川流域夢甘 栗生産者組合	実間と行政の協働 (民間主導) 商工会	民間と行政の協働 (民間主導)	漁協 民間と行政の協働		(行政主導) (行政主導) 福岡県ラーメン用 小麦普及促進戦 略会議	民間と行政の協信 (行政主導)	民間と行政の協働(民間主導) 全国農業協同組合連合会福岡県本部、福岡県茶商本部、福岡県茶商和	、民間と行政の協働 (行政主導)	民間と行政の協働 リ(民間主導) 福岡県はかた地ど リ推進協議会) 民間と行政の協働 (民間主導) はかた一番どり推進協議会	民間と行政の協働 (民間主導) 権多和年前希伯	重協議会 民間と行政の協働 民間主導)	JA 民間と行政の協働 (行政主導)
経済効果以外の効果	・地域活性化について、住民自 らがアイディアを出すようになっ た。	・「ビぶろく・農林文化祭」の開 備目は、村人口の二倍を超え る4000人以上の入込客があ り、すた、「ビぶろ、組合」が関 り 内の各種イベントに参加してき たことにより、知名度が向上し	た。 ・関連した新たな事業として、 「農家民宿の開業」、「ビジろく 健頭の販売」等の取組が広 がっている。 アリガン祭を開催し、黒瀬町= アツオージが上がのイネージが上がった。	・福岡県産米といえば「夢つく	し、県産米の消費拡大に寄与 した。 海岡県産寿の設知産が向上	10.00 M	あまおうといえば福岡県という ように福岡県 産イチゴ認知度 が向上した。	玉鷺、高級茶といえ「ボ福岡県というように福岡県のハ女茶の認知度が向上した。	従来品種にない特長があり、い ちじくのイメージ向上及び県産 いちじくの認知度が向上した。	・全国展開しているビザチェーンで使用するなど、知名度が向上した。	・はかた一番とり推進協議会の E ・ はかた一番とり推進協議会の E ・ を育活動を通じて、参加者の (し ・ 地域農業に対する理解が深 に まった。	・肉牛生産を通じ、地域の農業 目り生産基盤を支えている。 (生産基盤を支えている。 ・生産者主導の取り組みとする。	ことで、誇りをもって生産に取り 組むようになった。 農山村地域における自然的条 件を生かした産業として、地域 糖調が図られている。	歌歩が四分れている。 ・ 地域イベント等で生産者自らが電影を行うようになり、生産者の意欲が同上した。 ・ 認知度が徐々に向上している。
製品	3~5 無 無 第	5~10 #¥	版 ~ -	世 代 代	0 以 十	8 4 5 米 1 8	5~10米瓶	5 4 4	5~40米米	6 7 2 4 4 4	10 中 十	5~10	道 40	# 2 ★ # 4 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
市町村名	佐川町	三原村		国際	福岡県	智 国 手	福岡県	超图	福田	即即	即即	相回開		光大名 巻 大学に市 かかま市 本のまま市
セールスポイント	糖度16~25度をほこる 甘栗、 渋皮が剥きや 円 すい 程	高知県内では米どころ として知られている「三 原米」を原料とした醸造 日	を 権	田 の内に食する 権 (産) ・つややかな光沢ともち ・エ・ト・金融のイン・ハン	円程度	Image	あかい、まるい、おおき い、うまいが、特徴 内・福岡限定オリジナル品 種種	及・伝統ある優れた技術 により生産される高級 緑茶 日 日 日 日		am □ 115 am	コクがあり、キメ細かなる質の銘柄鶏肉田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田		程: (ンユーンール表味し度) は、アンコーンール表来に度ける。 お上質の赤土から生産おれる。アクが少なく楽される。アカが少なく楽さかく、まったかんで食感	口根底 口根底
申	1000、	46 相 1,300	3		5kg (滞 米) 1800	人 700	ナ たり (計40 大 動面	- W.D.	Kg 出り 671 (市場	自 市 (00g ルリ 210	モモ肉1 00g当 たり 160	100g当 たり 500~	1000 1	2000 5000 41 41 41 41 41 41 41 41 41 41 41 41 41
素材の産 店	行淀三洗 域	各 職 家 を 型 の 米	k I	十 【 】	福岡	県産小麦 を使用	型 回 手	智 問 記	祖岡県	雷 配	相岡県	祖 田 計	# * + +	ポート ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・
食の名称	夢あまぐり	照	* * * *	12をcm 日	w つ く	ラー麦 (を使った ラーメン)	あまおう	本を選り入	とよみつひめ	はかた地ど り	はかた一番 どり	博多和牛	# 7 5	11 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 1
表彰歷等				埼玉県和光市で開催された 「第6回変の国鍋合戦」にお - いて、優勝に当たる「第6代 - 鍋奉行」を受賞	14年高知県地場産業賞、須崎市政50周年	H12第15回地場産大賞奨励 出 H4第24回全国菓子大博覧 会技術優秀賞受賞	2) 年度高知県地場産大業賞受賞							
死	4 民間のみ n なんこく空の駅推 進協議会	コ 民間と行政の協働 た、(民間主導) 商な方にぐ空の駅推一 進協議会 日 民間と行政の協働	民間主導) なんこく空の駅推 性協議会	民間のみ ごめんシャモ研究 会	民間と行政の協働 平成14年高 (民間主導) 特別賞、須超商工会議所メン. 教彰 バーを中心とした オニア部籍	までいる。 民間のみ 四万十の山の間 室 山間屋	天間と行政の協働 半成 (民間主導) 賞産 様すくも酒造 報子でもの協働	(民間主導) 商工会議所 民間と行政の位	が(民間主導) 商工金騰所 二民間と行政の協働		を			長間のみ
	地域産品の加工品を作るに当 たり、JAなど様々な団体が一 致協力する体制づくりが図られた。	市や商工会、JAなど様々な団 体が協力して立ち上げた「なん こく空の駅協議会」が独自の商 品開発を行った。 市内商工会、JAなど様々な団 市が商工会、JAなど様々な団	民間主導) なんこく空の駅推 性協議会		来訪者増による交流人口拡 民間と行政の協働 平成 大、須崎の魅力発信 (民間主導) 特別 商工会議所がアー・表彰 パーケーション・ハーケーション・ハーケー・レン・ イエネー・ション・カー・カー・	までいる。 民間のみ 四万十の山の間 室 山間屋	この強即事業が起棄剤となり、民間と行政の節動・中収制を振興の取組みが活性化し、(民間主導)、質値た。 (機ずくも消遣 をすほなまどまなところで版 民間と行政の協働	(あり、知名度が(民間主導)商工会議所でいたアントニスで制 民間と待めの協	売のチャンスがあり、知名度があがった。 あがった。 黒砂糖を使った商品ができたこ	ピにより、栽培、生産体制を具 (民間主導 直すきつかけとなった。 製作な雇用が創出できた。米 民間と行政 粉を使った新たな商品開発等 (民間主導 アイデアを出すようになった。) JA	新たな雇用が創出できた。米 粉パンを買い来めて高知市等 からのお客がおり、地域の活性 化の一助となっている。	I	で効果は不明。	本化からに大原工房の 民間のみ ケーキの部別度が高まり、岩 者を中心に交流人口拡大につ ながっている。
	地域産品の加工品を作るに当たり、JAなど様々な団体が一致協力する体制づくりが図られた。	市や衛工会、小など様々な団 昆間子(政の協働 1-3 株が協力して立ち上げと「なん (民間主導) 年来 こく空の原化高強のが独自の商 なんこく空の彫能構造 満 品間発を行った。 準備服金 市や商工会、小など様々な団 民間上で政の協働	(民間主導) なんこ(空の駅推 進協議会	民間のみ ごめんシャモ研究 会	民間と行政の協働 平成 (民間主導) 特別 商工会議所メン ポーを中心とした 有主で総籍	までいる。 民間のみ 四万十の山の間 室 山間屋	の政策をからり 民間とはの 組みが活性化し (民間上等) 質権 雑ず(も活済 様がなところで際 民間と行政の協會	(あり、知名度が(民間主導)商工会議所でいたアントニスで制 民間と待めの協	1 I	(民間主導製糖組合 製糖組合 民間と行政 (民間主導	御出できた。米 米めて高知市等 おり、地域の活性 つている。	I	1~3 で効果は不明。 年末 満 満 報合	10年 存在をした(長尾工房の 医間のみ 10年 者を中心に交流人口拡大に
市町村名 取組 経済効果以外の効果	本理	市や商工金、いなど様々な回 1~3 体が協力に立ち上げらなん 南国市	体が協力して立と打作になん (民間主導)		来訪者増による交流人口拡 民間と行政の協働 平成 大、須崎の魅力発信 (民間主導) 特別 (民間主導) (民間主導) (長間主導) (本来 年来 大・須崎の魅力発信 本来 大・大・ケー・レン・ 大・ケー・レン・ 対策がよう 対策がよう 大・ケー・レン・ 大・ケー・レン・ 対策がような発		この強即事業が起棄剤となり、民間と行政の節動・中収制を振興の取組みが活性化し、(民間主導)、質値た。 (機ずくも消遣 をすほなまどまなところで版 民間と行政の協働	売のチャンスがあり、知名度が(民間主導) ~3 あがった。 無工会議所 施工会議所 施工会議所 極工会議所	1~3 売のデャンスがあり、知名度が 年来 あがった。 諸	# Clarky # A	新たな雇用が倒出できた。米 1~3 粉パンを買い求めて高知市等 主佐町 年来 からのお客がおり、地境の近年 一様の一動となっている。 「他の一動となっている。」	3~5 第一	で効果は不明。	中女体の上で大幅車の ケーキの認知度が高まり、若 者を中心定変流入口拡大につ ながっている。
市町村名 取組 経済効果以外の効果	「神域医のが江口路を作る」	 第下層一(高知県は全 1 一(3 体が協力して立ち上げた」なん 1 一(3 体が協力して立ち上げた」なん 1 一(3 体が協力して立ち上げた」なん 1 一(3 体が協力して立ち上げた」なん 1 本来 (2位の形協議会)が銀口の商 消 品間発を行った。 1 品間発を行った。 1 出来などで有名な声 1 十个商工会、JAなど様々な回 1 十个商工会、JAなど様々な回 	国面の米を使用した味 A	市産のしゃも及び新鮮	上鏡で「日本ーあつい 来訪者増による交流人口拡 民間上行政の協働 平成プレーメン」、親島難がら 5~10 大、須崎の魅力発信 (民間主導) 特別がシ 須崎市 年末 (本年) (本年) (本年) (本年) (本年) (本年) (本年) (本年)		 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	- 関味料としても重宝。	- 株に自信あり。	# Clarky # A	新たな雇用が倒出できた。米 1~3 粉パンを買い求めて高知市等 主佐町 年来 からのお客がおり、地境の近年 一様の一動となっている。 「他の一動となっている。」	3~5 mm C mm	使い、新高梨の味と音 1~3 で効果は不明。 リが楽しめます。 いの町	素材を地元産農産物 中土佐町 10年 中土佐町上グド瓜里丁町の 10年 10年 青を中心に交流人口拡大に 以上 ながっている。
でールスポイント 市町村名 取組 経済効果以外の効果	ん	 第下層一(高知県は全 1 一(3 体が協力して立ち上げた」なん 1 一(3 体が協力して立ち上げた」なん 1 一(3 体が協力して立ち上げた」なん 1 一(3 体が協力して立ち上げた」なん 1 本来 (2位の形協議会)が銀口の商 消 品間発を行った。 1 品間発を行った。 1 出来などで有名な声 1 十个商工会、JAなど様々な回 1 十个商工会、JAなど様々な回 	体が扱力して込ましげ上でみん。(民間主導)	<u> </u>	来訪者増による交流人口拡 民間と行政の協働 平成 大、須崎の魅力発信 (民間主導) 特別 (民間主導) (民間主導) (長間主導) (本来 年来 大・須崎の魅力発信 本来 大・大・ケー・レン・ 大・ケー・レン・ 対策がよう 対策がよう 大・ケー・レン・ 大・ケー・レン・ 対策がような発	地元度の様を使用し、 無が加無者の(繰り上 にした。上品な甘之と数 はのパランスが絶勢。 四万十市 以上 はのパランスが絶勢。	間・原仕込みで群度 1~の発酵・薬かむ解析の257 圧間され破の脳動 半収 6質にこだわった 宿毛市 年末 た。 様 た。 様がくも適逢 初も地元産を使用。 今年はさまざまなとところで販 圧間と行政の協働	としても重宝。	■ 売売	「株に自信あり。	銀元度の米粉を使用	第24日 1958	1~3 で効果は不明。	中土佐町
産 単価 セールスポイント 市町村名 駅間 経済効果以外の効果	「	単下M - (高知県は全 市や商工会、MAZと様々な団 680 円 市の土産を役所 市国市 4条が協力して立ち上げられる 2 日本の主要を役所 南国市 年来 (ス空の形成議会)が第10 局 2 日本などで有名な市 市・日本の西工会、MAZと様々な田	は	- 市産のしゃも及び新鮮	上颌で「日本ーあつ」 本訪者増による交流人口拡 民間上帯のの協動 平成 フーメンル 親島難がら 5~10 大、須崎の魅力発信 (民間主導) 特別 (民間主導) イン・	体元 体元 体元 中の 中の	・ いまない (1995年度 1-3 地域振興の取組・水の延縮して成び延載・平成 (1-3 地域振興の取組・水が活性化し、(民間主導) 賞権 日	ホウォンスがあり、知名度が(民間主導) 1~3 あがつた。 1~3 あがつた。 1~3 あがつた。 1~3 かがった。 1~3 かがった。 10工会議所 度度 選抜時 2011年 2011	「中に自信わり。	10年 10	(漢) 度 地元産の米粉を使用、 新たな雇用が創出できた。米 地元産の米粉を使用、 1~3 粉パンを買い来めて高知市等 1~3 粉パンを買い来めて高知市等 1~3 粉パンを買い来めて高知市等 1~2 日本、パンエテ・豊富で 土佐町 年末 からのお客がおり、地域の近柱 日~ 関 名 などを懸め、場 他の一助となっている。 第 他の一助となっている。 第 1~2 日本によるア・コンド・コード・ファード・ 1・1・1・1・1・1・1・1・1・1・1・1・1・1・1・1・1・1・1	2007 4.5.4.5 と	使い、新高型の味と香 1~3 で効果は不明。 円割が楽しめます。 いの町 年来 満 程程 漢	素材を地元産農産物

取組 経済効果以外の効果 形態 表彰歴等	、田 民間のみ (プラン・) (プラン・) (プラン・) 対理 田 川ボルモン磯楽 対馬 悠 対策肉店等	民間と行政の協信 行政主導) 大川市 大川観光協会	・地元営廉組合のまとまりがよ、臣間信不政の協働、平成の在福岡優良担い手表 (なり、自らがイイディアを出す(日間主義) (なり、自らがイイディアを出す(日間主義) (またのよった。 (東海祖合法人下一年国田八年) 成金を支援協 (東京の上した。) は、一般では、一般では、一般では、一般では、一般では、一般では、一般では、一般で		ゆすの買取単価の向上により 民間と行政の協働 農家の生産意欲の向上につな (民間主導) 海田がず展議会 本本 道	・古賀市で生産しているで「毎夕民間と行政の協働 ・ンパシャの知名度のアップ (行政主導) ・スタ場解下は定している無産コスモス広場(標 年末 物直売所「コスモス広場」の知 産物直売所)		大力が砂路を入るプライナ 医間子下皮の協働 本来 る取り組みが開始されば存者え (行政主導) 潜 ている。		(16歳7)レンゴームで、ご当地 原間子(本皮の協働 (1)H21 九州B-1準グランブリ グレンのマスメディア露出が多 (民間主導) (2)H22 商標登録 (なった。 (3)トルン・二体加工なあるので、 (3)トルン・二体加工なあるので、 (4)・一・一・3 が多くなってきた。 ボースが多くなってきた。 ボースが多くなってきた。 ボースが多くなってきた。 ボースがよるが、 ボースがよるが、 バーン・インスは経済液及効果の アンティスは経済液及効果の 野菜、油石等り、(お米、路、路)	市内各地域の特色活かしたイ 民間と行政の協働 平成19年度市町村合併をし 5~10 ペントとして定着して合た 年末 諸	地域活性化 長間(不政の協働) 日本農業新閏一村逸品前期 (民間主導) 大賞 (民間主導) 大賞 以上 (発的で単一)
	-		L									
市町村名	# = = =	⊀ <u>=</u>	行 橋 市	體	提 編	古 賀 モ	凝	大 光 照		和 覧 市	無無	多 人 市
セールスポイント	(低力ロリーでビタミンや ドネラル、さら「エコラー ゲンが、豊富な点	筑後川で獲れる天然のうなぎ	非遺伝子組換、コレス デロールの、薬剤を使用 しない圧搾がによる一 番搾り・湯洗法で精製		お菓子から料理まで様々なシーンで活躍	滅農薬・減化学肥料裁 権で積岡県の設証を受 け、独自に設定したタン リパク含有率の基準をク ロリアしたお米		ゼロから作った地域の バーガー		地元で生産された食材をあんだの をかんだんに盛り込ん だ料理である点	市内各地域の団体の 創意工夫による鍋	伝統野英
	7人一 2,000 甜 唐祖	4000~ 田	二 龍 町	日程度	1500 西 田 陳朝	2200 (5kg当 円 り) 薩	5kg 円 1,650 程	中田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田		008 正酤蚕	350 種類	★03-
軍車		400		Lette .	L	·		です。 米 所		L		
素材の産			地元 産の 薬種を使 用	展編	地元 降の ゆず 使用	七 資 干	過過四日	地元 レタスを 使用		在 覧全 市 表	主に 市内を推 類	多久市西 多久町
食の名称	ボンモン鍋	大川・茶田 こうなぎ	救種の園 (類種油)	豊前本ガニ	差 か トメデ カデ	麻タンパク・ 減職薬・減 た中間準 米	れんげ・ 禁の花米	大 ガー ガー	【佐賀県	シジリアン	읭	女山大根
									-1グランプリ・1			

		商標登録								第:回九州B-1グランブリ・1位		
影	民間と行政の協働 (民間主導) 漁業者団体	民間と行政の協働 (民間主導) 漁業共同組合			民間と行政の協働 (行政主導) みやま商工会	民間と行政の協働 (行政主導) JAみづま	民間と行政の協働 (行政主導) 久留米商工会議 所	展間と行政の協働 (行政主導) NPO	展聞と行政の協働 (行政主導) 民間・うきは市		民間と行政の協働 (民間主導) 商工会議所	民間と行政の協働 (民間主導) 名称が定まってい ない
	・消費者から奏望が強かった 「かき小屋」の開業やイベント が地域で増加した。 ・認知度が向上した。		であり、不明	顕在、取組の過程であり、不明です。 です。	雑誌などのメディアで取り上げられ、長田鉱泉の駅とともに注目された。		が後うどん振興金が発足し、筑 後うとん祭り等の取組を行うよ うになった。 平成19年には、日本三大うど ん直言を行った。	平成18年の筑後スローフード F フェスタに出展した。 cate(プスのラサイダーを出展 したところ話題を呼び、商品化 となった。	平成20年につきは名物料理開 製造行奏真を発展に、つきは センドを開発に、結成のイベン 下等で出店販売をおこなった。	/焼きとリ日本一フェスタ」が広く PRされ、「久留米やきとり」の知名度が向上した。		事業が始まったばかりであり 効果がどのようにでているのか が把握できていない。
異層	10年以上	5~10 #米	- # - # - # - #	- 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4	- 世報	- 世 []	5~10米瓶	3~5#維	8 4 4 4 5 4 4 8	5~10 無 編	件 紙	4 米
市町村名	北对行業 古豐州 內海 上面 南山 南北 田 南上 国 市 四 市 市 四 市 市	福岡市	斯	中草水园河南水园河南南	みやま市	久留米市	久留米市	久留米市	うき は 市	久留米市	直方市	飯 塚 市
	豊かな猫場に恵まれ、 身入りが抜群に良く濃 厚な味わい	・冬が旬のマガキと夏 が旬のイワガキの2種 円 類 程・イワガキは特に身入り 度・が良くチーズのような謙	・地元で生産された米から、から作った米粉麺。・・つるつるした食感。	金藤がよく 通楽の米 かったいかったして いる。「海米・シーは、女 ・米・で着米・レーは、女 ・米・で着米・レーは、女 ・米・アード・カード ・ルード・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	日本一の炭酸泉である 長田鉱泉の水を使用す 円 る点 程	三潴町産のハトムギを使ったハトムギ茶	、筑後平野ではおいい、 お米がたでなん取れる ため、主像の計場を食 す際の汁物として食く 日られてきたために、種 程になんかりと乗らかく粘 度「はたんわりと乗らかく粘	有数の柿の産地である 耳納連山北麓でとれ る、本ズや虫食いなど 日 市場には出せない「辞 程で柿」を使用したサイ 度 ダー	耳締の山と筑後川をバンとご飯に見たて、地元の食材をサンドしたもの。 の食材をサンドしたもの。	種類が豊富で安価、人 ロ当たりの焼きとり店 舗数日本一級	十数年前まで提供され ていた直方のソウル 1フードを復活	ブ店舗が加入しており今 達でごないホルモン料 理を提供している
	円程度	日程度	田程度	円程度	円程度	円程度		円程度	円程度	日報長	日報度	日糖椒
曲	1kg 700	1kg マガキ 800 イワガキ 1500	200	100	200	200	300∼	200		100~ 300	200 ~	400∼ 650
素材の開	福岡県 町海産の み み	御国瀬の	地元の米 を使用。	地元の米 (未熟米) を使用。	地元で湧 く鉱泉水 を使用し たサイ ダー	三	も 一 と を か が ブ ン が が ブ	 無いまり 地域 	は が が が が が が が が が が が が が	地元産の 食材を使 用		ホレート を使用する るとともに 正体もに にまら地 に乗り地 に乗り地 に乗りが は優女か より はかく と も の と は は は は は は は は は は は は は は は は は は
食の名称	豊前海一 粒かき	唐泊惠比 須かき	おんが米麺	# い 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、	鉱泉サイ ダー	くるめほと めき茶	筑後うどん	みのうサイ ダー	された される シャ	久留米やき とり	直方焼きス パ	飯塚伝説ホルモン

	食の名称	素材の産業	車車	セールスポイント	市町村名	E E	経済効果以外の効果	影觀	表彰歷等
立 立 立		た と か の を を を 単 の が と の を の を の を の を の の の の の の の の の の の	~ 2000 ~	細いながらもしっかりと したコシとツルリとした のど越し 田 ダンには地元特産の飛 度 魚を使用	新上五島町	2~10 #維	テレビ番組等でも取り上げられるまでになり、県外での知名度 も上がった。	女の協働 (i) 5どん振	地域団体商標を取得 (H19)
888 (4m	楽焼つなぎ		2000~ 4000~ 陸韓五	楽焼という独特の器を 使用	本	- # - # - # - #	「諫早市」の知名度が向上し 7-。	民間のみ 練草うなぎ料理振 異会	
	めしませ こらーげん		300 陸韓田		華	5~10 #維			第36回長崎県特産品新作 展審査会 菓子類・その他 部門最優秀賞
	伊木力み かん		- 無 3000 陸暦コ	~	棘早市	5~10 無極		民間のみ JA	
	小長井かき		1kg 1000 西雄田		練早市	2~10 米海	「諫早市」の知名度が向上した。 た。	民間のみ 漁協	
	幻の唐比 れんこん		3kg 3000 疎離コ		東中中	5~10 件框	諫早市」の知名度が向上した。 た。	民間のみ 唐比すいれんの会	
	どろりそば		田種類		陳早市	— 株 米	「諫早市」の知名度が向上に寄与した。		
	黒米うどん ・ カレー		400 本 西韓田	<u> </u>	陳早市	- # * # * #	作り	民間のみ 諫早観光物産コン ベンション協会	
7	ボ・ジ ルロョン し		一箱 1365 陸韓田	長イ	練早市	- ₩ - ₩ - ₩		民間のみ あじさい薬房	
単 と	送 まんだ リー		三個 788 西華		陳早市	↑ ↑ ₩ ₩	帕	民間のみ あじさい薬房	
, 쿠 쿠	長崎幕末 (京野)		720mm 1400 韓 度			- ₩ - ₩ - ₩		民間のみ 株式会社 杵の川	
	とろける 生カステラ		1500 田暦 英	とろけるような食懸	諫早市	- ₩ - ₩ - ₩	「糠早市」の知名度が向上した。	:間のみ き秀苑森長	
]	対馬とん ちゃん	士 (本) (国)	1Kg 1500 西 西		七	— 株	・地域の疲弊に合機器を持った 同 対場 両れ部の予書ともが、目 (ら町おこしのために一致団結し 注 取り組む事ができた。 (数)	s間と行政の協権 行政主導) 1馬とんちゃん部 k(住民の任意団 k)) - 第2回九州二当地グルメコ) - ブスト優勤 : 九 - ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・
) 献	とぎつワイン	時津町内	1400 田暦	時津町内で採れた巨峰 で製造	田煮铝	5~10 #無			
	표 #3	神 (種 (種	田韓	戸石地区において「戸 石はも御膳」を期間限 定で提供	極 高 二	~ 件框 ∞ ⊀框	・地域活性化について、住民自 うがアイディアを出すようになっ た。 地域水産物の認知度が向上 し、漁業者の生産意欲の向上 につながらた。 ・地域の連携が強くなった。	民間と行政の協働 (民間主導) 戸石ブンッン顕市運 営協議会	H22年度長崎県水産業大賞 長崎県知事賞受賞 長崎県和事賞受賞

気が歴等 カ州 正出おプルメグランブリ 2010 「食べてみたい」第1位	2008年7月「農商工連携88選」(農水省・経済産業省)	<i>'</i> \$L	ئار 1	4	ئ ار	なし	H13[2-6-054期至3-1 中2-6-054期至3-1 中2-6-05-05-05-05-05-05-05-05-05-05-05-05-05-	称		数	モンドセレクション受賞の蔵元者り	
形態 民間のみ 伊万里食三昧実 行委員会	民間と行政の協働 (行政主導) 民間主導(農事組 合法人式雄そだち レモングラスバッ ビーファーマーズ)	田 韓縣 韓國 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田	民間のみ 森林の里加工グ ループ	民間と行政の協働 (民間主導) だいちの家			展間と行政の協権 (民間主導) JA	民間と行政の協働 (民間主導)		民間と行政の協働 (行政主導) 県・市	展間と行政の協働 (行政主導)	民間と行政の協働 (行政主導) さいかい丼協議会
・地元的な同じいのの果 が ・地元的な自じに指で、同じ バテを使った日の単小、マート バーグが提供されるようになっ ドーグが提供されるようになっ ・ 店前間の連携が深まった ・ 伊万里 年を手軽に味わえる 品が出来たことで、伊万里年の 消費拡大につながった。	・遊休農地や耕作放棄地を利 同て活用して 数多(のシデイアに取り上げら が設雄市の知名度アップにも つながった ・地元企業などが関連商品を 開発を多数している。	湯どうふと言えば「嬉野温泉」というように知名度が向上した。	特になし	溶験来及有機能等で作った 業化がこのいては異外からも 買いに来られている。	テレビCMなどでも取り上げられて、白石町の総土料理という位置付けが確立した。		佐賀県及び佐賀県藤茂物のイメージアップにもつながった。	・生産者が高品質果を生産するための目標となっている。 ・佐質の果樹のリーディング品 目となっている。		・認知度が向上した		西海市の認知度が向上した。
2~10 # # #	2~ 4 4 4 5 5 4	5~10 #維	3~5 無維	5~10 米 ^瓶	70 年 十	5~10 米瀬	10年以上	5~10 #無		10年以上	3~5 米 ^拖	3~5 米維
市町村名伊丁里市	武雄市	華野市	神埼市	江北町	自石町	太良町	佐賀県内	佐賀県内		南島原市	壱岐市	西海市
セールスポイント・地元産プランド伊万里 牛が手ごろな価格でい ただけ。 アトピーの子どもも安 いして食べられる	有機JMS認定取得により、安心安全	・地元産の大豆を100 ・パーセント使用 ・温泉水で豆腐を煮込 1むと溶ける	・地元産の高菜を使用 し、添加物不使用。 ヨ・乳酸菌発酵食品	イタリアのスロープード フワー賞を受賞された 武富勝意氏が生産され た7製米を使用	・素材も地元産を使用。 ・軽食 感覚のすし	大粒で甘みがある	全国の数多くある数据 中の中でトップクラスの 高品質 でもが細かく美しいサ 議額でやわらかな肉 質	県統一の基準を満たし た高い 品質		1.3.44	・400年の伝統を誇る蒸 留酒 ・平成7年に地理的表示 の保護を受ける。	肉あり海鮮あり、店舗ご とのオリジナル井
工物系	日 統元	T #5.150	日報題	口抵邢	か。 円程度	日幣便	正整型	<u> </u>		T ##- ##-	田程度	6.00 円程度
1500	630 (300g)	500	100g当 り150	400∼ 500	1パック 500	1kg 1,000円	100g 当 以 2000円	150~ 250円~ kg (市場単 自)		250/1 袋 (200g)	±1.000,	一 本 上 題 1,500
は を を を を を を を を を を を を を		地元産の 大回を10 0パーセ ソト使用	地元 画 東京を使 田	緑芽ひ芽黒米の使米なえ精米、の様子、大女え神米・大学のは、、大学のは、、赤りをとは、、赤りをとは、、赤りをと		中田東	佐 資 順	佐賀県	[当	<i>w</i> 蔽	<i>w</i> 森	地元の農 林水産物 を使用
食の名称 伊万里牛 パンパーグ	レモングラ ス	嬉野温泉 湯どうふ	森林の里 のたかな漬	古代7穀米 弁当及び米 パン	須古ずし	竹崎力キ	佐 資 中	さが美人 (露地うん しゅうみか ん)	【長崎県	島原手延そ うめん	壱岐焼酎	さいかい丼

熊君	岩脈 岩調	世極力		₩ ₩		勘 水型米型	整歩川寺	₹	5×		大田後	かつを	Ϋ́	布	右	
食の名称	乗の	阿藤たかな 通	1 2 1 3	ボキも年からし蓮根		球磨焼酎	八代うまか もん(象ゴラ ンドの認定 制度)	11 % +	7 4 4 4 4	【大分県】	大 大分しいた (番)	÷	吉野とりめ し	関あじ・関さ ば	クロメ	
	紅	細]		極減		41np			唱				送長 紫山
	H22年度長崎県水産業大賞長崎県知事賞受賞	H22年度長崎県水産業大賞 長崎県知事賞受賞					1年成22年度縣本県優良新商 日数第を製作されて最高的 - (の資産契度 (金質は「商品)		平成13年度 優良ふるさと 食品中央コンケール 新製 品開発部門 総合食料局 長賞			平成21年農工商連携百選 首都國流通関係者発掘逸品 55選				農林水産大臣賞、熊本放送 賞など、 賞など、 (財)食品産業センター地域 食品ブランド「本場の本物」 認定
宏觀	民間と行政の協働 (民間主導) 戸石ルジュ朝市運 宮協議会	民間と行政の協働 (民間主導) 戸石ブルツュ朝市連 営協議会	民間と行政の協働 (行政主導) 長崎市	展間と行政の協働 (行政主導) のもZき伊勢エピ まつり実行委員会		き間と行政の協働 民間主導) 観光物産協会	5間と行政の協働 行政主導) 行政主導)		民間と行政の協働 (民間主導)				民間のみ 山都町商工会	民間と行政の協働 (民間主導) 人吉市有機農業 推進協議会	民間と行政の協會 (民間主導) 多良木町グリー ン・シーリズム研究 会	民間と行政の協働 (民間主導) 農事組合法人下 村婦人会市房漬 加工組合
経済効果以外の効果	・地域活性化について、住民自 ・おがダイディアを出すようになっ ・地域水産物の認知度が向上 につながった。 ・地域の連携が強くなった。	・地域活性化について、住民自 らがアイディアを出すようになっ た。 ・地域水産物の認知度が向上 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	・長崎市固有の鯨食文化の継承	・地域気格化について、住民目 らがアイディアを出すようになっ 上。地域水産物の認知度が向上 し、漁業者の生産意欲の向上 につながった。 ・地域の連携が強くなった。		参加店自らがアイデアを出しお 日 ・	・、「口格3.70人の小さな主張 国 田介堂々日本とと勝を振れる(作物のDPであり、関係者一体・ とつうたり知知を行った。 め、生産者や住民の郷エに対 ・ 選は組 服本県内のマスコ ミが取り上げたため、認知度の 展に向上げた。		熊本のみならず、九州において 国の米粉パンの先駆けとなり、米 (Jの米粉パンの先駆けとなり、米 (JuliaのPRと共に年間15~20トン程山鹿の米を消費すること)、※乗とのかでサード。 ※乗とり	ように、月貨や用迹の加入に貢献して米粉推進に取り組んできた。 そのことで、地域の画ではは、地域の画がは、地域の画がは、地域の画がは、地域の画	校やJA、物産館でも米粉の加工に取り組み、山鹿=米のイメージも確立されつしある。		テレビで紹介されたコロッケと いう事で、各イベントに呼ばれている。		パンフレットに掲載されるなど。認知度の向上	・町の知名度が向上した。 ・地域雇用に貢献した。
	~ ~ 米 報	7 件框 5 米框	3~5 米維	10 年 十		3 米維	- 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4			10年 以上		5~10 # 握	年海	10年 以上	3~5 米瓶	10年 以上
市町村名	長崎市	長崎市	長崎市	長崎市		中 士 七	展			上鹿市		岳明曜	二都用	人吉市	砂 原 子 門	湯前町
セールスポイント	戸石地区において「戸 石とらふぐ(御膳」を期間 限定で提供 田 程	万七地区において「 戸石地区において「 戸石かき御膳」を期間限にで提供 上で提供 日 で提供 日 程 程 程 任 任 任 任 任 任 任	11月の1ヶ月間「ながさ き今昔くじら料理フェア」 円 を開催。約50店舗で 程 様々な鯨料理を提供 度	8月の解禁後から9月末 まで、地区内の料理店 でいせえび料理を提供 円 度		- お茶漬けのイメージを - 瀬ヶ独創的な点 - 田 - 福 - 福 - 佐	・病本県の推奨品欄で 抜群の機度を誇るスモ モバュニローサイ イスケリーム ・五東町が日本一の第 塔面積 「年のうち生果を食べ 「・えんる場間が極めて短 しため加工品に着手		山鹿のお米を使用し て、製造特許を取得し た独自の製法で造る、 もちちしっとりとしたお ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	氏 200 200 200 200 200 200 200 200 200 20	胂 《	明を一切使わず安心安 全の材料で健康志向が 円 強い 程	日報度	円程度	珍しいかまちゃと鹿肉 のコロッケ 相 程	、添加物を一切使用せず、原加物を一切使用せず、原則、地元産野菜を使用した昔ながらの日、手作り商品。 相種 種種 種種 種種
甲目						500∼	1個			200		840 840	1個150	5kg 3,000円	1	400
素材の産 地	たちばな 漁協養殖	たちばな 漁協養殖	調査捕鯨	野母 學 区 区 国 車 足 区	当	地元産食 材を積極 的に使用	無 本 無 同 一 一 一			正 施 水 米		が 地元 四 内を を 使	主に地元 産を使用	人吉市	かぼちゃ 鹿肉とも 地元産	地元産野 菜を使用
食の名称	とらふぐ	かき	خ ⁵ >	いせえび	[熊本県]	うと創作 お茶漬け	ハニーロー ザアイスク リーム		ハナハ・ツ・	* (シェ * い。* * * * * * * * * * * * * * * * * *	嚴	嘉島大西ド アッツング 「毎の貴婦 人」	山都コロッケ	医食同源ひとよし米	終久石コ ロッケ	市場

	円程度	田程度		程度	円程度		円程度	日程度		円程度			C群版	円程度	- C 程度	して	極
曹	1,500		500 1,000		800∼ 1200		1,000~ 2,000 (4 西)	90~ 5,775		350 350			2,000	250 (おにぎ リ2個)	平 第3,000 5,000 □	商品により様々	
素材の雇 店	地元産の 栗を使用	神 子 神 神 神 の 神	計に始元 降の阿蘇 たかなを	使用を	 の 連用 戦		地水地 元を北地 種便産権 の用の種類	特定の食 材やメ ニューで はない	八年苦博	(八代市、 米三里)		大分県 付田市、豊 田市、豊 後大野市	を した 会 地 を は	大分市等	佐賀関	存資	
食の名称	乗の渋皮煮	と と の の の の の の の の の の の の の	阿蘇たかな 漬		熊本名産 からし蓮根		球磨焼酎	ハ代うまか もん(食ブラ ンドの認定 制度)	:	はちべえトマト	[大分県]	大分しいた	±	吉野とりめ し	関あじ・関さー佐賀関ば	メログ	
	H224 足松崎県水産業入資長崎県知事賞受賞	H22年度長崎県水産業大賞 長崎県知事賞受賞						平成22年度結本環境開始 自長數等業において最高賞 - (0)金賞は1商品)		平成13年度 優良ふるさと 食品中央コンクール 新製 品開発部門 総合食料局 長賞			平成21年農工商連携百選 首都國流通関係者発掘逸品 -55選				農林水産大臣賞、縣本放送 資化。 資かど、 関かど (財)食品産業センター地域 食品ブランド「本場の本物」 認定
形態	天间とイロッの場割 (民間主導) アカフルジュ朝市運営協議会	民間と行政の協働 (民間主導)	戸石ルツュ朝市連 営協議会	民間と行政の協働 (行政主導) 長崎市	民間と行政の協働 (行政主導) のもざき伊勢エピ まつり実行委員会		8間と行政の協働 民間主導) 乳光物産協会	5間と行政の協働 行政主導) 行政主導)		民間と行政の協働 (民間主導)			長間のみ 第工会女性部	民間のみ 山都町商工会	民間と行政の協働 (民間主導) 人吉市有機農業 推進協議会	民間と行政の協働 (民間主導) 多食木町グリーン・シーリズム研究会	民間と行政の協働 (民間主導) 農事組合法人下 村婦人会市房漬 加工組合
av i	・地場活性にこって、住民目これで、住民目のがアイディアを出すようになった。 たち ままま かいましょ 漁業者の 世産意欲の向上につけまた。ナール・ボット・ディー・ディット	こうながった。 ・地域の連携が強くなった。 ・地域活性化について、住民自らがアイディアを出すようになっ	た。 地域水産物の認知度が向上 し、漁業者の生産意欲の向上 につながった。 ・地域の連携が強くなった。	·長崎市固有の鯨食文化の継承	・地域活性化について、住居自 らがフィチィアを出すようになっ ・地域水産物の認知度が向上 ・一、漁業者の生産意欲の向上 につながられ、・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・		参加店自らがアイデアを出しお [一人に対象:0.0人の小さな主要 町が館や日本と「耐を積むる」 他がのPRである。 とだった即り組みをデールで が、他を音やは形の加土に対 が、他を音やは形の加土に対 を発射の観像は圧の加土に対 ・夏は毎日、熊本県内のマスコ ・夏は毎日、熊本県内のマスコ ・遊がり上げたが、影如原の	段に向上した。	熊本のみならず、九州において の米粉パンの先駆けとなり、米 (め山鹿のPRと共に年間15~ 20トン程山鹿の米を消費する コニュー ※製み日本のロギー	サンに、イミットが近り加入に 貢献して米粉推進に取り組んできた。 そのことで、地域の高	校やJA、物産館でも米粉の加工に取り組み、山鹿=米のイメージも確立されつしある。	地域ブランドの確立が図られ りた。 メ ・ディアを通してアイデア収集と ・等級的で大豆の取り組みが 認知された。	テレビで紹介されたコロッケと いう事で、各イベントに呼ばれている。		パンフレットに掲載されるなど。認知度の向上	・町の約名度が向上した。 ・地域雇用に貢献した。
医胃	- 件报 ∞ ⊀		- 件 ≪ € ⊀	8 √ 6 ₩ ₩	5 유 규		3~5 米維	- # # * * # #			유 그 무 귀		5~10 無報	—	5 주 구 구	3~5 件框	5.以 件.十
市町村名	海岸		長崎市	長崎市	· 查		字 二 二	田			上鹿市		配配配	日韓田	人吉市	多良木町	届
セールスポイント	F A 地区において F A もの区において A とらふぐ 御膳 を期間 限定で提供 B を	戸石地区において「戸 石かき御膳」を期間限	戸で活出	11月の1ヶ月間「ながさ き今昔くじら料理フェア」 円 を開催。約60店舗で 程 様々な鯨料理を提供	8月の解禁後から9月末 まで、地区内の対理店 でいせえび料理を提供 でいせえび料理を提供		お茶漬けのイメージを 覆す独創的な点	、熊本県の推奨品種で 抜群の糖度を誇るスモ モバニーローザ1のア イスケリーム ・玉東町が日本一の栽培 増面積 ・1年のうち生果を食べ 「もかる場間が極めて短 いため加工品に着手		山鹿のお米を使用して、製造特許を取得した独自の製法で造る、もちもちっとりとしたお)		卵を一切使わず安心安 全の材料で健康志向が 強い	山都町産品を使用した 愛情たっぷり、こだわり 9. の手づくりコロッケ 1.	アイガモを使った農薬不使用米	珍しいか/ぼちゃと鹿肉 のコロッケ	添加物を一切使用せず、原則、地元産野菜 を使用した昔ながらの 手作り商品。
中	日開	樫	円程度	田田	度 円程度		500~ 1,000 表	1個 250 円			200	樫	→ N8 40 日韓	1個150 円程	5kg 3,000円 程 度	1 日類板	004
素材の融 店	たちばな 漁協養殖		たちばな 漁協養殖	調査捕鯨	野母 田 四 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田 田		地元産食 材を積極 的に使用	無 本 中 明 明			田 選 発		地元 中 日 を 使 の	主 産を使用	人吉市	かぼちゃ 鹿肉とも 地元産	地元 座野 菜 各 使 用
食の名称	とらふぐ		なき	> 3	いせえび	[熊本県]	うと創作お茶漬け	ハニーロー ザアイスク リーム		ハナハンパン・アナインパン・アナインパン・アナン・アナン・アン・アン・アン・アン・アン・アン・アン・アン・アン・アン・アン・アン・アン	シ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・	型 ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○	悪島大団ド アッツング 「毎の貴婦 人」	山都コロッケ	医食同源ひとよし米	終久石コロッケ	市房漬

景八代地域振興 局 新幹線八代地域

地域の食の魅力を発掘・認定・ B PRする取組みで、様々なイベ り下等に魅力を添えるツールと ー に して油用されるなど、地域の定 番グルメとして定着しつつあ

3~5#維

八代地域振興 | |

元赤坂ブリンスホテル 総料理長らが審査・認 日 定した地域の三つ星グ 程 ルメ

斯幹線八代地域 推進本部

日本一の冬トマト生産地における主力銘柄として、八代地域の名前を広くPRする効果もある。

黄色灯や防虫網等でできる限り農薬を使わない安心・安全なトマト

5~10無無

八代地域

円程度

民間と行政の協働 (行政主導)

JA 八代市 米川町 県八代地域振興

| 民間と行政の協働 地域団体登録 |(民間主導)

中成7年には、世界貿易機関 民間と行政の協働 化70のの協定に基づき国の (民間主導) 地盟的表示指定を要け、また 中度19年には地域回体膨緩の 参線を受けるなど、地域プラク ドの確立が図られている。

10年 以上

球磨地域

地元の業者が天草謹製の認定 民間と行政の協働 平成19年「天草謹製」の商 を受けるため」に、創意工夫を「民間主導) したし土産品の開発に取り組 施工会議所

3~2米概

天草市

- 現在水産加工品を中心 に16品目が認定され 円でいる 程

阿蘇たかなの持り独特 のピリッとした風味

民間と行政の協働 地域団体商標 (民間主導)

商工会議所

春を知らせる遺物として、ゆう 民ーバックで「たっかず道」を共同で (民 取り扱いながら。 阿蘇の職者 第 第 デースン幕間 ドウーズン 幕間 ドウーズン 幕間 ドウーズン 春間 ドウーズン 春間 ドウーズン 音い ドウーズン 音い ドウーズ 音楽 できょう ドレディニ たいら、若い世代にも PRできた。

10年 以上

阿蘇市及び阿 蘇郡

円程度

地域団体登録

民間のみ

熊本県辛子蓮根 組合

主な製造業者が年子連根協同 民 船台を設立、地域団体商機を 取得し、熊本の代表的なおみ やげとしてもPRL、駅や空港 やげとしてもPRL、駅や空港 す。東、市石も取扱え方になった。 また、祭り等の料理としてだけ、腕 にでな、馬刺しと並ぶ熊本の味、組 として、観光客回げしさニュー 化される飲食店も出てきた。

70 以 上

熊本県内

ツーンとした辛子味噌と 舗集の配をわりが絶妙 な様生料理・ないまます なの窓かったお製様の ためにつくられ、単は麻 田 民は食くられなかった 精味・

九州新幹線「さくら」お土産 開発事業対象商品

有)やまえ堂

業種転換により本取組みに着 したが、その結果、地元雇用が 継続された。

年 末

上江村

散影雁等

あ

経済効果以外の効果

異層

市町村名

セールスポイント 大粒の栗を丸ごと使 ている点 平成22年第58回全国乾しい たけ品評会において団体優 秀(12年連続、通算44回目)

民間と行政の協働 (行政主導)

大分県のブランドとして確立された。

70 以 上

大分県 県内各地

民間と行政の協働、2000年「吉野とりめし保存 (民間主導) 会1の商標登録 古野とりめし保存・|漫画|美味しんほ」で紹介さ 会 からします。 18週間 美味しんほ」で紹介さ

商品は福岡、東京等各地で販 売されるようになり、吉野(大分 市)の知名度が向上した。

10 以 上

大分市

地元吉野に江戸時代末期から伝わる家庭料理期から伝わる家庭料理 日(鶏肉やゴボウを醤油程等では付けした具との度;現ぜご飯)を商品化

·大分県椎茸農業 協同組合 ·椎茸振興協議会

民間と行政の協働 2006年10月地域団体商標登 (民間主導) 録

佐賀関末で関さばを食べにくる ほ人が増える等、地域の活性化 (1 や知名 度の向上につながっ 大

10年 以 上

大分市

田程度

潮流が速く、えさの豊富 な豊後水道で一本釣り されたマアジ、マサバ

大分県漁業協同 組合 佐賀関支店

・大分県漁業協同 組合佐賀関支店 ・地元加エグルー ブ等

10 中 上

大分市

カルジウムやミネラル が豊富な地様の 地りと原味がある 中、舌様を防ぐため県漁 は 協佐質関支店は漁期 友 程 協佐質関支店は漁期 度 か収穫量を定め量が限

商品に東京や大分空港等で販 民間のみ 売されることにより、佐賀関(大 分市)の知名度が向上した。

—	150	_

第一番であるが、 書から、 「		「博力才も」(の知名度アップの 本人、精理を受く提供できた。 た人、対理を受く提供できた。 が関うのが要がが悪いたことで 競光のが強力を表示が悪いたことで 競光のが強力を表示が悪いたことで 観光のが強力を表示をしたことで 観光のが強え、地域が図れる まりになった。 単一などの様の様の表示をした。で をたらした。で は、多のがは、表述を要而に は、方うながままがに 麻一ねぎの商品開発等に向 は、光導的な役割を実たとした。 ないました。で ないました。で は、光導的な役割を実たとした。 ないました。で ないました。で が、光準に加たし、味 ないました。で が、光準が加速性が向上して が、光準が加速性が向上した。 がの知名度が向上たで。 がの知名度が向上たで。 がの知名度が向上た。 がの知名度が向上た。 がの知名度が向上に、 がの知名度が向上に、 がの知名度が向上に、 がの知名度が向上になった。 がの知名度が向上になった。 がのからます。 があるようになった。	(長間主導)) (元政主導) (行政主導) (行政主導)
	件 件 年 李 李 雪 國 類 数 数 40 40 五 五 五 五 十	「「食」の分析が素にたどで 機光をが増え 観光機関に大き なプラスが集をもたらした。 を配面の能力・連携が図れる まらになった。 ようになった。 は、一度の分類をもたらした。 様光管が増え 観光機関に大き を配面の協力・連携が図れる を配面の協力・連携が図れる を配面の協力・連携が図れる ない等に比底し、味ーねぎの の知度が向えたで原内外のイ ベント等に出店し、味ーねぎの が対象ではたりによった。 が、 が利金のがある間の協力・ があるがある。 があるがあるようになった。 が対していた。 が対していた。 が対していた。 が対していた。 が対していた。 が対していた。 が対していた。 が対していた。 が対していた。 が対していた。 が対していた。 が対していた。 が対していた。 が対していた。 が対した。 がががががががががががががががががががががががががががががががががががが	果園と行政の協働 第7倍支達) 開光協全 有7位支達) (有2位支導) (有2位支導) (17位支達) (17位支達) (17位支達) (17位支達) (17位支達) (17位支達) (17位支達)
	并 字 字 全 9 禁 女 女 女 女 長 由 市 市 市 市 市 十 </td <td>「一種の分類が不実にことで 制光差が増え 観光整制によっ なプラスが増え 観光機同に大き な月子のが増え 観光機同に大き な月子のが東をもたらした。・飲 を店間の協力・連携が図れる なり、海 についた。 についた。 についた。 についた。 にはいにはいた。 にはいた。 にはいた。 にはいにはいた。 にはいた。 にはいにはいた。 にはいにはいた。 にはいにはいた。 にはいにはいた。 にはいにはいた。 にはいにはいた。 にはいにはいた。 にはいにはいた。 にはいな、 にはないた。 にはないた。</td> <td>京開と行政の協働 有が改主等) (有が改主等) (有数主等) (有数主等) (有数主等) (有数主等) (有数主等) (有数主等) (有数主等)</td>	「一種の分類が不実にことで 制光差が増え 観光整制によっ なプラスが増え 観光機同に大き な月子のが増え 観光機同に大き な月子のが東をもたらした。・飲 を店間の協力・連携が図れる なり、海 についた。 についた。 についた。 についた。 にはいにはいた。 にはいた。 にはいた。 にはいにはいた。 にはいた。 にはいにはいた。 にはいにはいた。 にはいにはいた。 にはいにはいた。 にはいにはいた。 にはいにはいた。 にはいにはいた。 にはいにはいた。 にはいな、 にはないた。 にはないた。	京開と行政の協働 有が改主等) (有が改主等) (有数主等) (有数主等) (有数主等) (有数主等) (有数主等) (有数主等) (有数主等)
	字 字 中 国 国 名 名 本 無 馬 市 市 市 中 中	珠一右岩の商品開発等に向 で、光幕的な投資を乗たてい に当地グルメとして県内外のイ ベンド等に出居し、味ーねぎの 認知度が向上した。 原内の知名度が向上した。 際内の知名度が向上した。 第45年代れるようになった。	I_
	中 中 M	ご当地グルメヒて県内外のイベト・ペン・衛に出版である。 認知度が同上した。 九州一の生産高を誇る字佐市 院内の知名度が同上した。 知名度が上がり国東の銀た ち」と呼ばれるようになった。	
	小 国 国 務 票 票 年 中 中 中 中 中 中 中 中	カ州一の生産需を誇る字佐市 院内の知名度が向上した。 知名度が上がリ/国東の銀たち」と呼ばれるようになった。	
	国 国 報 報 報 報 報 報 表 表 表 表 表 表 表 表 表 表 表 表	知名度が上がい「国東の銀た ち」と呼ばれるようになった。	
	1		国東市特産水産 物銘柄化推進協 議会
	1	知名度が向上した。	民間と行政の協働 (民間主導) 国東市観光協会
	-		民間のみ 「おおいた」 商品コンク- 秀賞
<u> </u>	格區本 44米		民間のみ
	格師本 中米		民間のみ
	日出町 10年	城下かれいの町「日出町」として全国プランドになっている。	民間と行政の協働 (行政主導) 漁協 商工会 商工会 など
地産地消にこだわったバーガーで注文を受けて、バーガーで注文を受け日でから焼き始める程。各店舗で独自開発度、	九曲四 4-3	九重"夢"大吊橋にちなんだ ネーミングにしたため知名度が 上がり、県内各地のイベントか ら出展依頼が多くなってきた。	民間のみ商工会
	九重町 1年未	水源町の湧水で製造している のでれ重町のクリーンなイメー ジと四季折々の素晴らしさがラ ベルでアヒールできている。	民間のみ商工会事年部

							1					
表彰歷等						平成21年 シテイ情報おおいた主催、大分県内のご当地 グルメのイベントにて優勝			平成19年農山漁村の郷土 料理百選に選定	第1回おおいたツーリズムサニット金賞受賞	平成10年度全国子(生産 優良地区表彰事業農林/産 大臣貸受賞	
	大門では、 (行政主導) 旅館ホテル組み合 連合会 とり天Bメン(住民 の任意団体)	民間と行政の協働 (行政主導) 旅館ポテル組み合 業員会 清極団(住民の任意団体)	民間と行政の協働 (民間主導) 中津耶蔦藻観光 協会と市内からあ げ店が共同し中津 からあげのPRを実	民間と行政の協働 (行政主導) 中津耶馬溪観光 協会耶馬溪支部	民間のみ 中津市にもげ商工 会青年部本耶馬 溪文部	民間と行政の協働 (民間主導) ら一めん、やきそ ばで日田を元気に する研究会	民間と行政の協働 (民間主導) 日田市親光協会	民間と行政の協働 (民間主導) 日田すし組合	民間のみ 佐伯ごまたしの会 (民間と行政の団 体)	民間と行政の協働 (民間主導) まぐろ研究会 商工会議所 観光協会	民間と行政の協働 (行政主導)	民間と行政の協働 (行政主導) 観光協会
経済効果以外の効果	がなかったような「動き」。 かなかったような「動きを観り 客が訪れるようになった。	が来、地元の人人の食へに行かないたかなかったような店舗にも観光 客が訪れるようになった。 客が訪れるようになった。 子エーンでも「別かチョンピー チェーンでも「別から」のよった。 品化され、九州内で情報発信された。	中澤といえばからあげ」というように中澤市の知名度が向上した。	耶馬溪名物すっぽんの知名度 が向上した。	地域活性化について中津しも け間工会・再は非に最深支制 が中心となり開発。ベベントブ けの販売が今では土日限定販 売を行うようになり、胃の調門 売を行うようになり、胃の調門 の観光地名物になりつうある。	観光の素材として、認識される ようになり、店先に行列が出来 る店も現れ、売上の向上につ ながった。	観光面での地元産ー次産品の域内流通のきっかけを作った。	観光の素材として、認識される ようになり、店先に行列が出来 る店も現れ、売上の向上につ ながった。	取材等でごまだし(佐伯市)が取り上げられるようになった。	・観光PRの大きなツールとして 利用できるようになった。 ・新商品開発の意識が高まっ ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	本市はそばの産地でもそば如 E で名がませんでしたが、現在 (でなりませんでしたが、現在 (では、現内では、をは一畳後高) 田」にまで、知名度が向上しました。	特産のB級グルメとして市外からも観光客が訪れるようになった。
	- 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4 - 4	7 件 5 米 ^組	01 年七	- # ************************************	3~5 米 ^拖	8 4 5 米 1	~1 ₩ ₩	- 件框 5 米框	3 米 米	5~10米瓶	5~10米瓶	- 件框 ∞ 米 [™]
市町村名	別府市	別府市	忙 競	中	는 쇘 다	 	 € ⊞ □	田田田	佐伯市	举久見市	融 後 画田 古	豐後 画田市
	神の人もの。 神の具氏。女のフワ フワ磨がたまらない。	太目で弾力のあるモチ モチルた連む中細麺で 機越しのよいつるうつ。 した麺の二通りが楽し める	醤油や塩味をベースに にんにく、しょうが等約 10種類の関味料を 使った々しに潰け込み、 冷めてもおいしく食べら れるよう工夫	美肌の味方、すっぽん 雑炊に、地元料理の3 1~4品が付いたお得な E 定食	黒レ「地元産」にこだ ヤン抜いと海門パー ガー。トマトレタス 耶馬 淡黒豚100%のパテ 子供入り黒パンを使用	ゆで麺を鉄板でパリバ リニ焼き上げカリッとし 大食感の焼きそば 1	日田の冬の風物詩として企画。市内飲食店、 旅館、ホテルで2008年 から提供	日田発祥のたかな巻寿 司と、地元で取れた魚 や野菜を使った握り寿 司	お湯で溶かすだけで、 美味しいうど んのつゆ ができる伝統の即席だ し	古くからマグロ漁で栄え た保戸島の漁師飯とし てセルビに合わる。 円いりゴマ・卵、醤油のタ 程 レに多めの砂糖で味付 度 it	そば粉は豊後高田産を 金量使用。そばの三た て(税をたて、打ちた に、茹でたて) を は、茹でたて) を遵守す は、一番でたて) を遵守す はる等の条件を満たした は、一番では、 は、一番では、 は、一番では、 は、一番では、 は、 は、 は、 は、 は、 は、 は、 は、 は、 は、 は、 は、 は	地元で捕れた小工ビ 10096のプリプリ、サクサ ŋ クのかき揚げ丼 g
	日程度	日梅國	日糖極	□ #####	T #5. #0	日程度	田程度	正施極		正性町	T-#F-ED	T ##- IED
中	定食800	700	100g 200円	定 800円	380	650	1,000円~4,000	1,260	200	7007	- 株70	500~ 800
素材の産 店			本	耶馬溪産 すっぽん	男馬 本 2000%と 予 300%と 予 300%と 本 300%と 本 300%と 本 300%と 本 300%と か 300%と う 300% う 300%と う 300%と う 300% う 300%	々類も木を き やギを で し、 用	国田村 田田本 大 大 大 大 大 大 大 大 大 大 大 大 大 大 大 大 大 大	日田産野 菜を中心 に使用	地 元 本場	地元の 船が水場 げしたマ グロを使 用	地 式 が 使 用)供 (温)割
食の名称	別府とり天	別府冷麺	中津からあげ	部馬溪すっ ぽん美人 (すっぽん 雑炊)	î	日田やきそば	日田どん鍋	ひたん寿し	佐伯ごまだし	・まぐる ・ひゅうが 丼	豊後高田 手打ちそば	岬かき揚げ 井

[鹿児						2	14 4 6 14 - V 1 88 C	
かごしま原 木しいたけ	県 内 瀬	一級600 日	原木栽培の乾しいた17 円 度	鹿児島市	10年		氏盾と行政の)協働 (民間主導) 県椎茸農協	
薩摩ンダモ コーラ料理	鹿 域・ 足域・ 日本域の 神 本大 本 本 本 本 本 本 本 本 本 本 は は は は は は は は	5,000 平	地場食材を活用した飲食店ごとの特徴あるメニューの提供 日コーの提供 種種	鹿児島市	- 件 5 米 8 米	・平成23年の新幹線全線開業 『 を控え、地場農林水産物の骸(がたり、地産地消が図られ、 た。 さいしい鹿児島のイメージアップに買削した。	民間と行政の協働 (行政主導)	
桜島小みかん加工品	桜島産の 1 小みかん	420~ 840	規格外や摘集した小が 日かんを砂糖漬け、果 程・ナ・ジャム、ドレッシン 度グ、うどんなど多様な製 田に加工した。	鹿児島市桜島地区	0 以 九	- 桜島小みかん加工品販売を上 E おして、 桜島の食の魅力をPR (できた。 - ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	:間と行政の協働 民間主導) 有)さくらじま旬彩 『	平成20年度食アメニティコンクール九州農政局長賞
ジスん鰹	な 本 本 本 本 な な な な な な な な な な な な な	1008年 日	- 本勢りしたかつおを 船上で活き締め、急速 消上でいるため、毎 海域しているため、年 臭さがなく色合いや食 用 悪がない 短 短 関	枕廊市	5~10米瓶	松崎のかつおといえば「驚節」 からかのめなもが中心であっ たが、ぶえん艦によりさしみや その他の料理も注目されるよう こなった。 「かつおギョウザ」	:間と行政の協働 民間主導) :崎市漁協	H17年馬潘素振現大会第39 日小產物品評会農林水產大 日別登場 H18年全国農林水產勞水產 部門内關総理大臣賞受賞
温たまらん 丼	脚は、地 工産でよっ に、を使用 以外の食 があり食 があり食 でこだか でこだか	600 ~ 1,300	砂むし温泉の高泉で布 でた地元度「シコます」 まごを使った井で、店 ことに様々ながいエー フョンがあります。 度 度	指宿市	- # * # * #	本市は、温泉を目的とした朝(第一年の一年の一年の一年の一年の一年の一年の一年の一年の一年の一年の一年の一年の一	民間と行政の協働 (民間主導) 指宿市商店街活 推位本員会 (商工金藤所、観 光協会および民間 た団体)	
たねがしま 山海井	西之表市	500 日	調味料以外は地元食 材を活用 円 程 度	西之表市	十 米 ボ	・地域活性化について、住民自らがアイティアを出すようになった。	食店振	
カンパチ祭 リ	垂 次十 かの カンパチ (3回/年 開催)	1000 (主力商 品の信 格帯) 積	鮮魚の他、カンパチを 食材とした料理、加工 日、品の提供 程 種	垂水市	- # * * *		薩尼	かごしまのさかなづくり推進 協議会による「かごしまのさ かな」ブランドに認定 H16.7「毎の桜勘」
志布志ハモ	志 一 一 一 一 一 一 一 一	1000 (上力商 品の面 格帯)	地元で獲れたハモの骨 切り身を利用した料理 切り身パックの販売 程 度	志布志市	3~5 無権	地産地消としてハモが認知されてつめる。	民間のみ 志布志漁協 他(志布志湾産は も販売促進協議 会)	そうしん 食 & アゲリマッチン グフェア 2008 入賞
たあまん	題後 电影 电弧电子 电弧电子 医克格氏征 医克斯特氏征 医克格特氏征 人名	1,000∼ 2,000 居	地元で生産・収穫した 素材を活かし音ながら の、屋仁集落の味が楽 しめる点 独 食	奄 崇市	- 4 ** ** ** ** ** ** ** ** ** ** ** ** **	字 中版 19年度商業市 中集落 17 頁 ラナバに設定。 市取 21 種質 市内 18代 きたら 砂郷 3 代 り 事業 により 19にま ん でん 市場 1とに、販売 所を 整備し 原本 西別 18版。 ・ 販売を通じ地域 3 性化に素が リ、生産意欲を増している。	民間のみ 屋仁直売所施設 管理組合	
打田原の マツュ (真恒) 【天然の塩 づくり体験	無 所 明 明 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 表 日 日 表 日 日 日 日	500 F	集落の目の前に広がる 青い都から、猫水を汲 お上げ、昔ながらの製 法で生産している。 程程	海 業 七	- # ** **	M 1 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	民間のみ 打田原集落会	
知覧茶ぐる めスタンプ ラリー	枨	100 元 2,100 程	特産品の知覧茶を使っ た料理。スウィーツの提 円 供 程	南九州市	4 米		民間と行政の協働 (行政主導) 観光協会	
えっがね祭 リ	は ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・	3500 (主力改 品の(主力改善)	地元で獲れたイセエビ 料理、活イセエビ販売 日 田 度 度	肝付町	3 4 4 5 4 5 8 4 8	スっがねと言えば内之端のイ 同 セセドとの知名度が帰逃しつ つある。	民間と行政の協働 (民間主導) (民間主導) 内と浦えっがね祭 リ実行委員会	
					1			

数彩雕等			平成9年 四億日的開農業技術賞 (加工分ループの部) 平成21年 宮崎日日新開農業技術賞 (法人の部)							H18年度宮崎日日新聞農業技術賞生活部門母賞		平成20年全国青年,女性漁業者交流大会農林水産大臣一賞受賞、全国農林水産祭で内閣終理大臣賞受賞
形蔵民間のみ	民間のみ		民間のみ 画 島 島 田 服 産 加 エ センター 事業 協同 揺 合	民間と行政の協働 (民間主導) 延岡観光協会	民間と行政の協働 (民間主導) 延岡観光協会	民間と行政の協働 (民間主導) 延岡発祥チキン南 蜜党	民間のみ 商工会議所	民間と行政の協働 (行政主導) (社)延岡湾栽培 漁業協会	民間のみ ㈱小川水産	民間のみ 延岡ふるさと加工 ネットワーク会	民間のみ 北浦漁協まき網船 協業体	民間のみ 北浦養殖マサバ 協業体
経済効果以外の効果 高齢化する中山間集薬の新た な活性化につながり、水と豆腐 を求める前間客が増え始め た。	道の駅「童話の里ぐす」のレスト ランオージナールメニューにする ことで、機畜産業の町をPRU、 一直売コーナー(274名会験)の 売上に貢献している。		地工料理と「C定着」、学校 では給食にも利用され、食育の 一環として北利調理団を制 権される。 「腐神災路大震災の時は、被 災者に500食振る舞い事は、な た。	「東九州伊勢えび海道」と銘 打つたイベントで知名度が向上(し、美味しい海の幸が味わえる。 エリアとしてより多くのカ々に 認知されるようになった。	延岡の秋の風物詩として親し まれている「五か瀬川の伝統監」 やな」を県内外に広くPRし、美 株しい鮨が悠々べられる地域とし て知名度が向上した。	宮崎県を代表する郷土料理の ーつであるチキン南蛮の発祥 地であることをPRすることで、 延岡市の知名度が向上した。	統一プランドを設定し商品開発 同に切り組が行こで、地場産品の原みが増し、「ずばなんの一部があるわせギフト」などのご当 詰め合わせギフトがあるの間 第1こうながった。	漁獲するイセエビの単価が上 昇し、漁業者の所得向上に繋 がった。	・地産地消を推進する当市にお いて、コマヤバを制身で食する して、コマサバを制身で食する という習慣がなかったが、この 商品によりその動きが広まっ た。一流様するサバの価格も上 昇した。	I C#I 無色	都市部で認知度が向上した	都市部で認知度が向上した
光型 中海 米	- # ₹ € #		0 4 4 4	5~10 米瓶	0.0 下午	- 件 ≪ К + #	- 件框 5 ⊀框	 年 米	- 件框 ℃ ⊀框	10 以上	5~4 # #	5~10 件框
市町村名 玖珠町	玖珠町		中 城市	田型	田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田	田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田	田型	田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田	田型	田辺田辺	田型	田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田田
セールスポイント 万年山」からの道水を 使用し甘くてまろやかな 食廳	地元功殊米、豊後功殊 牛と野菜を使用 カレーに豊後牛の焼き J 肉をトッピング		総地区で地域おして 「開発された。 味噌から作る様味 は、たべ物と対しも野 は、たべ物と対しも野 ながめと田様など様々 な料理に利用され、と たも ある。 ある。	「東カ州伊勢えび海道 憲章」を遵守した商品 提供	五ヶ瀬川にかかる約80 メートルのあゆやなと傍 の食事	発祥地	地元産にこだわった	・素材は地元産を使 用。・脱皮したばかりの イセエビは穀が柔らかく 全部食することができ、 食部食することができ、 食物をプリプリしてい ものでする	・素材は地元産を使 用。・数ヶ月の短期養殖 により、脂を乗せ、ブラ コンド平サバと変わらな ほい美味になった。	地元農産物を使用した 像かし、味「かあちゃん の味」 3	1匹100グラム以上で、 漁獲後1週間以上蓄養 し品質を安定させたマ アジ	・無投業で養殖している ・魚体重400g以上のマ リサバ 里・飼育履歴(餌の種類 皇・等)が明らかである
- 055 55 五種	T ## EC			日程度	田程度	こ 日曜色	数日円程度	1 上程世	二 統 元	日程度	日程度	T 85: EG
年 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	サラダ (寸き 800		1.000円 1.000円 1.000円 1.000円	1度 5000か ら6000	3000	0001	 画 数 田	# % 0 0 0 0	#800 #800	2008	1.000 1,000	1 kg 1,800
は を を を を を を を を を を を を を	童話の里 の食材や 使った「道 の駅」オリ アナルカ	[祖 本 本 本 は は は は は は は に に に に に に に に に に に に に	照 第一届 第一届 第一届 第一届	语 田 七	県内産 鶏肉等を 使用	田田田	鮮 のイカナ に ボルカ	所 おり か で が ば よ	地元 物を使用	宮のでれる ように 海日後 北京 原田海北 落まる 東京 海洋 落まる アンア 沖縄 さぎょう アンアン	北浦鴻で 養殖され たマサバ
度の名称 万年 日露 日	で表カレー	[宮崎県]	・北 + 鍋 ・北 + 鍋味 みそ	伊勢海水	延囲の船	チキン南酸	延岡ずばな もん	脱皮イセエビ「やわら」	「八郎サ バ」短期養 殖ゴマサバ	味の ふるさ と便	北浦灘アジ	ひむか本サバ

食の名称	素材の産	画		セールスポイント	市町村名		経済効果以外の効果	競響	表影響等
	海 海 海 会 会 海 金 田 本 の 海 は は は は は は は は は は は は は は は は は は	# 8 # 8	田曜中		· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	0.70年十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二十二		<i>かみ</i> ざる会	平成8年全国食アメニティーコンテスト国土庁長官賞
ちょべっさん	UA日向 衛内	320		特産の平兵衛酢を使っ たポン酢	門川町	- 件框 5 米框	門川町内の異業種によって考 案された商品。住民が自ら地 填活性化を考える良い機会と なっている。	民間のみ 門川町青壮年連 絡協議会	
【沖縄県	(当)								
黒糖キャンメルアペウン ドケーキ	地元 産の 無糖を使 用	096	円程度	・地元産の素材を使用・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	伊平屋村	- 件 - 件 - 张	民間主導による積極性	民間と行政の協働 (民間主導) 株式会社	
神がだつ	地元産を 使用	250	円程度	・地元産の素材を使用	伊是名村	- 件 5 米 8 米	地域ブランドの向上	民間と行政の協働 (民間主導) 漁協組合	
株 二	地元産を 使用	260	円程度	希少性	南城市	- 件 5 米 8 米	・地域活性化について、官民一体となって考えるようになった。	民間と行政の協働 (民間主導) 農産物加工組合	
レンレー	地元産を 使用	1260	円程度	・地元産の素・軽い飲み口・軽い飲み口	例 十四 明	- 件 5 米 8 米	知名度、地域ブランドの向上	民間と行政の協働 (民間主導) 株式会社	
田 神 神 神 神	地元産を 使用	3000	日程度	地元の素材・独特の 風味	多良間村	- # * # * *	・生産組合の設立 ・官民一体となった取組	民間と行政の協働 (民間主導) 生産加工組合	
赤のティラ ミス (パパイ ヤ入り)	, 地元産を 使用	880	円程度	地元の素材	石垣市	- 年 - 年 - 米	・新規加工業者の設立・商品の多様化	民間と行政の協働 (民間主導) 株式会社	
月桃ちんす こう	地元産を 使用	345	円程度	地元の素材・独特の 風味	北大東村	- # * # * *	・商品の多様化 ・官民一体となった取組	民間と行政の協働 (民間主導) 株式会社	
ナジキの十 を を	地元産を 使用	200	円程度	地元産の素材	与那国町	- ₩ - ₩ - ₩	・官民一体となった取組	民間と行政の協働 (民間主導) 漁協組合	

