



で考える
大阪の持続可能な観光研究会

中間報告書

令和2（2020）年3月

公益財団法人 大阪府市町村振興協会
おおさか市町村職員研修研究センター
「食」で考える大阪の持続可能な観光研究会

刊行にあたって

大阪への観光客は多いものの、観光客が訪れる場所は一部の地域に集中しており、様々な地域への広がりを実現するための取り組みが必要です。また、観光を一時的なブームに終わらせるのではなく、継続して人に訪れてもらうことが重要であり、持続可能であることが求められます。

「食」は、観光において重要な要素の1つです。「食」は旅の主な目的とも副次的な目的ともなり得ます。いずれにしても、「食」を通じてその地域に触れることができ、旅を豊かにすることができます。

本研究会は、観光の持続可能性という観点を踏まえながら、「食」という地域資源を活かした取り組みについて、今年度と来年度の2か年研究を行っています。研究会には各市から6名の研究員が集い、指導助言者には株式会社地域計画建築研究所地域産業イノベーショングループチーム長の高田剛司氏をお迎えしています。

本書は、1年目の研究成果として、研究員による「食」と観光の観点から見た所属団体の地域資源等の取りまとめ報告や、研究員の所属団体におけるフィールドワーク報告、先進団体への視察報告等を収録したものです。さらに、研究会での講義録やゲストスピーカーによる講演録も収録しております。本書をきっかけに、新たな議論の輪や活動が広がることを願うとともに、市町村における地方創生と職員の意識向上の一助になれば幸いです。

終わりにになりましたが、ご多忙にもかかわらず、貴重なご講義をいただきましたゲストスピーカーの方々、視察を受け入れてくださいました各団体の皆様に改めて御礼申し上げますとともに、本研究会の指導助言者をお引き受けくださいました高田様に心より厚く御礼を申し上げます。

令和2年3月

公益財団法人 大阪府市町村振興協会
おおさか市町村職員研修研究センター
所 長 林 宏 昭

目 次

刊行にあたって

第1章 はじめに

はじめに	3
------------	---

株式会社地域計画建築研究所地域産業イノベーショングループ

チーム長 高田 剛司

第2章 研究概要

研究の概要	7
-------------	---

株式会社地域計画建築研究所地域産業イノベーショングループ

チーム長 高田 剛司

第3章 「食」と観光から見た研究員所属自治体の現状

1. 茨木市	11
--------------	----

茨木市 上山 七彩

2. 枚方市	20
--------------	----

枚方市 笠井 里紗

3. 河内長野市	28
----------------	----

河内長野市 田中 智也

4. 富田林市	40
---------------	----

富田林市 中谷 恭子

5. 岸和田市	48
---------------	----

岸和田市 畑部 徹

6. 泉南市	56
--------------	----

泉南市 城野 博文

第4章 講義録・講演録

1. 第1回研究会講義録 63
基調講義：「食」で考える大阪の持続可能な観光研究会を進めるにあたって
株式会社地域計画建築研究所地域産業イノベーショングループ
チーム長 高田 剛司
2. 第6回研究会講演録 74
公開講座：食をテーマに、街の魅力を高め合う仕組みについて
～“伊丹まちなかバル”のアイデアから学ぶ～
伊丹市都市活力部参事 綾野 昌幸氏
3. 第8回研究会講演録 87
公開講座：大阪の地元食材や郷土料理の魅力を観光振興へいかす
～テレビドラマの料理からヒントを探す～
有限会社貴重・ごちそうプロデューサー 広里 貴子氏

第5章 フィールドワーク報告

1. 岸和田市 103
岸和田市 畑部 徹
2. 河内長野市 106
河内長野市 田中 智也
3. 枚方市 109
枚方市 笠井 里紗
4. 富田林市 112
富田林市 中谷 恭子

第6章 視察報告

1. 島根県邑南町 117
2. 福井県小浜市 127

第7章 研究員所感

- 研究員所感 143

第8章 参考資料

1. 研究活動記録 153
2. 研究員名簿 155

第1章

はじめに

株式会社地域計画建築研究所地域産業イノベーショングループ

チーム長 高田 剛司



はじめに

大阪府内の地方自治体が今後の観光施策を展開していく上で、「食」は有効なコンテンツであり、今回、「食で考える持続可能な観光」を研究テーマとして据えたことは、まさに時機を得た設定であるといえよう。

食と観光は、「フードツーリズム」という言葉のほか、最近では「美食術、美食学」と訳されるgastronomyという用語を用いて「ガストロノミーツーリズム」とも呼ばれている。2019年5月、国連世界観光機関（UNWTO）では、日本国内におけるガストロノミーツーリズムに関する調査報告書を公開した。ここでは、「ガストロノミーツーリズム」について、「その土地の気候風土が生んだ食材・習慣・伝統・歴史などによって育まれた食を楽しみ、その土地の食文化に触れることを目的としたツーリズム」と定義している。本研究会のテーマ「食で考える持続可能な観光」と同じ考え方である。

ところで、2019年11月、大阪商工会議所と大阪観光局が「食」事業の新組織「食創造都市 大阪推進機構」を2020年初頭に設立する予定であると報道発表された。急増するインバウンド客の消費を意識した組織であり、主たるミッションには、「世界における大阪の食のブランディング」を掲げている。そこには、「多様性のある大阪の食の魅力発信」、「ハイエンドな食に焦点を当てた取り組みの推進」、「料理人、料理店、美食家などと連携したプログラムの実施」が方向性として示されており、その多様性は、本研究で明らかにする府内各地の食材や料理、食文化や歴史ストーリーなども含まれるはずである。

今後は、大阪府内の各地方自治体も定住人口の減少が避けられない。そのような時代において、地域内経済循環や地域活性化を考える上で、大阪府内における人の移動を増やし、消費を伸ばす「観光」はこれからますます重要な分野となる。そして、大阪府内の地方自治体の強みは、府内だけで人口880万人を抱え、近隣府県を加えると2千万人の後背人口を有することにある。したがって、東京や海外などの遠方から呼び寄せる努力をせずとも、比較的容易に観光客数を増やすことが可能であり、観光に取り組みやすい立地条件にあることは大きなアドバンテージである。加えて、世界との玄関口である関西国際空港を通じて多くの外国人観光客が訪れる地域であることから、これから「食」の魅力をいかに発信し、集客に結びつけていくかが重要になってくる。

今年度は、主に各地方自治体の食や観光に関する基本情報の収集を中心としながら、それぞれの現場の実態や地域資源の魅力、課題に関する相互の学びを通じて研究に取り組んできた。本報告書は、その途中経過としての取りまとめ成果であり、2年目の来年度も引き続き研究を深め、最終年度末には各研究員から地に足の着いた提案を期待したい。

指導助言者 高 田 剛 司
(株)地域計画建築研究所)

第2章

研究概要

株式会社地域計画建築研究所地域産業イノベーショングループ

チーム長 高田 剛司



研究概要

本研究会は、2019年度と2020年度の2か年にわたって取り組むものであり、研究の全体フローは以下のとおりである。

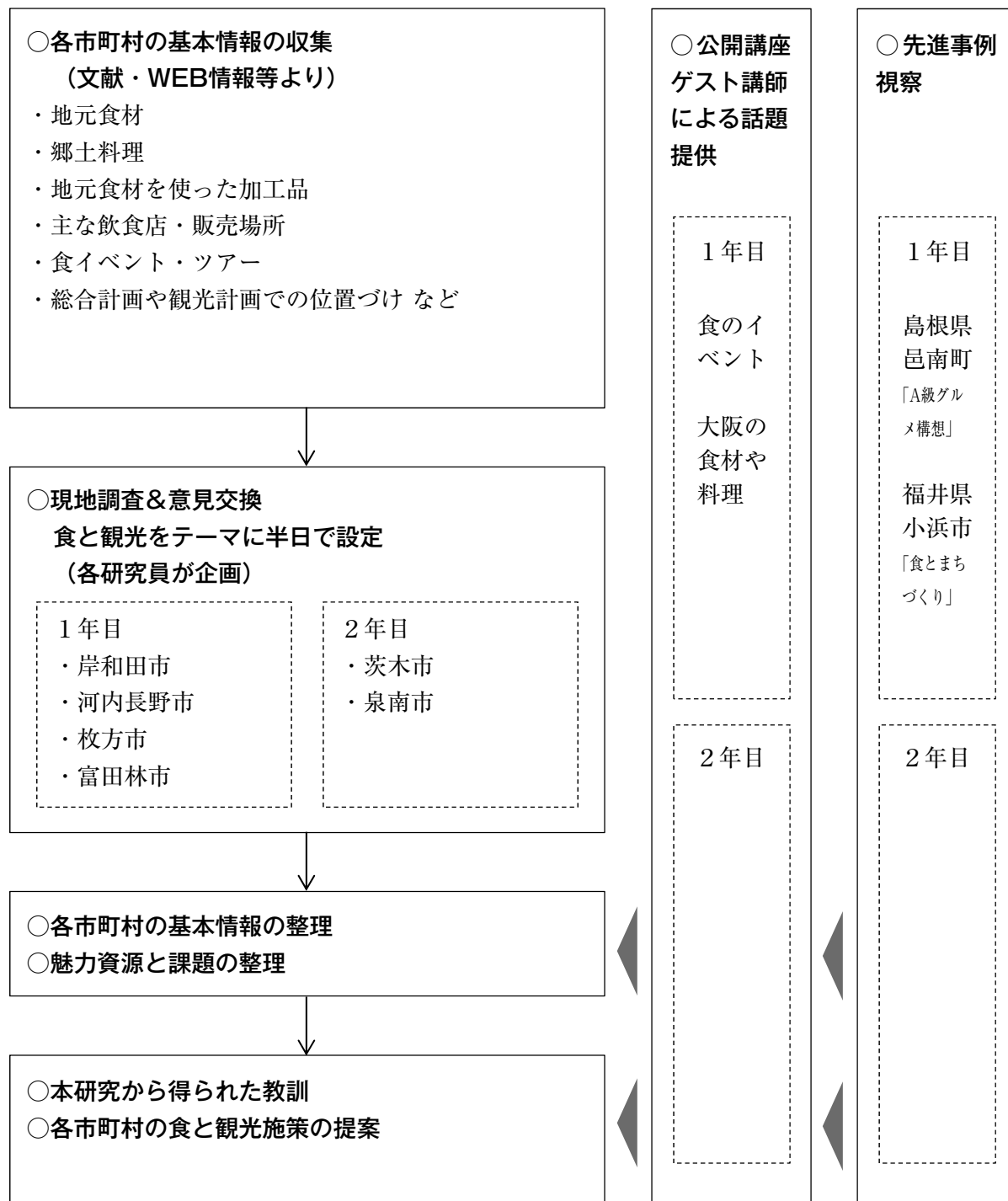


図 2か年の研究フロー



－ 1 年目の研究会における実施概要－

【現地調査 & 意見交換】

本研究会における特徴的な取り組みは、研究員相互の「現地調査 & 意見交換」にある。1 年目は岸和田市、河内長野市、枚方市、富田林市の 4 市において実施した。ここでは、その取り組みのポイントを挙げる。

- ・観光客を迎え入れるシミュレーションとして研究員自らコースを企画する。
- ・地元食材を使った料理などを通じて、実際に料理を味わい、美味しさを実体験する（それにより、推奨・誘客したいという意識を高める）。
- ・観光案内所や直売所、飲食店などの現場で、スタッフに直接ヒアリングをすることによって、来訪者の動向やニーズ、現場の課題などを把握する。

【ゲスト講師による話題提供】

本研究会では、調査研究を進めるにあたって参考とすべき視点や考え方、先進事例の情報収集等を目的として、ゲスト講師を招いた勉強会を行っている。この勉強会は研究員だけでなく、大阪府市町村振興協会会員の自治体職員を対象とした公開講座にしており、1 年目は以下 2 名の講師を招いて開催した。

①食をテーマに、まちの魅力を高めあう仕組みについて

～“伊丹まちなかバル” のアイデアから学ぶ～

講師：綾野昌幸氏（伊丹市都市活力部・教育委員会 参事）

②大阪の地元食材や郷土料理の魅力を観光振興へいかす

～テレビドラマの料理からヒントを探す～

講師：広里貴子氏（有限会社貴重 ごちそうプロデューサー）

【先進事例視察】

研究員による企画と準備に基づき、1 年目は 2 グループに分かれて、2 地域の先進事例視察を行った。

①島根県邑南町「A 級グルメ構想から学ぶ」

地域の特産品を東京など大都市に販売するのではなく、出荷量が限られた食材だからこそ、地域に観光客を呼び込んで消費を促そうという逆転の発想で食を生かしたまちづくりに取り組んでいる事例である。

②福井県小浜市「食とまちづくりの考え方を学ぶ」

2001年に全国で初めて「食のまちづくり条例」を制定し、2004年に「食育文化都市」宣言を定めるなど、全国に先駆けて様々な食のまちづくりを推進し、それに基づき観光を推進している事例である。

第3章

「食」と観光から見た 研究員所属自治体の現状

1. 茨木市	11
茨木市 上山 七彩	
2. 枚方市	20
枚方市 笠井 里紗	
3. 河内長野市	28
河内長野市 田中 智也	
4. 富田林市	40
富田林市 中谷 恭子	
5. 岸和田市	48
岸和田市 畑部 徹	
6. 泉南市	56
泉南市 城野 博文	



1. 茨木市

(1) 本市の概要と特徴

茨木市は大阪の北部に位置する、人口約28万人の施行時特例市である。

市の地形として南北に長い地形をしており、南部は駅や商店街が集中する「市街地」区域、一方山間部が多い北部は自然が豊かな通称「いばきた」と呼ばれる地域が広がっている。

①茨木市の観光施策方針

茨木市では個別の観光振興計画は策定しておらず、観光分野については総合計画の中で以下のように位置付けている。

【施策】

観光資源の活用と創出で魅力あるまちづくりをすすめる。

【具体的な取り組み】

I. 観光資源の発掘とネットワーク化の推進

現在茨木市では、山間部の自然や都市の魅力、アートをいかしたまちづくりの取組が行われているが、今後はより市の魅力を高めるため、緑豊かな都市イメージや歴史・文化・芸術などの地域資源をいかした特色を出すことが必要である。また、より多くの人に認知・来訪してもらえよう、これらの資源をネットワーク化し、新たなサービスの創造と地域の活性化につなげることが必要である。

市が取り組むこととして、既存の観光資源の魅力向上を図るとともに、あまり知られていない観光資源にも光を当てる。また、ダム湖周辺の活用などで新たな観光資源を創出する可能性を探るほか、農林業を活用した観光を推進していく。地理的・歴史的な関連性で各スポットをネットワーク化する。

II. 観光情報の発信を強化

情報通信技術の発達に伴い、観光面においても情報発信のための媒体は広がっているが、十分に活用できていない。それらを有効活用し効果的に情報を発信することが求められている。

市が取り組むこととして、市外から訪れる人や市民に向け、あらゆる媒体を活用して市の魅力や多様な観光情報を効果的に発信する。また訪れた人に携帯端末等を活用した即時性の高い情報提供を行う。

III. 官民協働で観光事業を推進

観光は、地域経済・地域文化の発展に大きく寄与するものである。さらなる民間活力の導入をすすめ、市民との適切な役割分担を図り、観光振興を推進していくことが必要である。

市が取り組むこととして、官民協働で持続発展可能な観光まちづくりが行えるように取り組む。またイベントや地場産品、地元に残る職人仕事など、民間主導型で提案されたものを支援する。

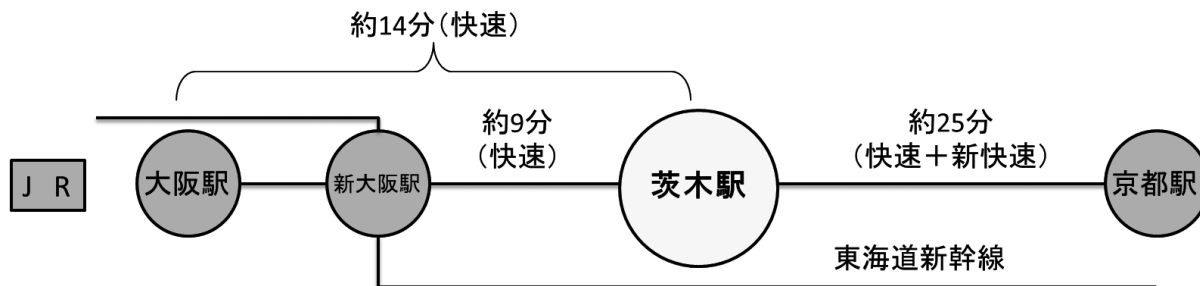


②茨木市の観光の強み

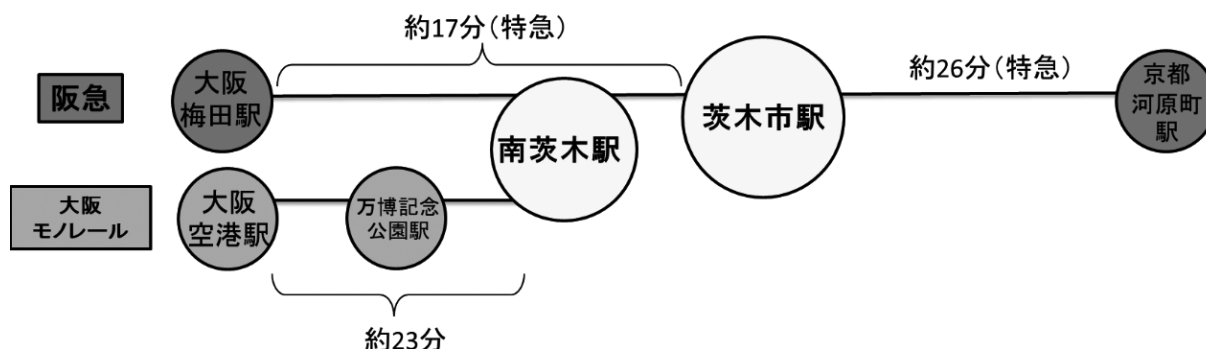
I. 大都市からのアクセスが非常に良い

茨木市の南部にはJR東海道線及び阪急京都線が通っている。

JRでは大阪市の中心部である大阪駅まで快速で約14分、京都の中心部である京都駅まで快速と新快速を組み合わせると約25分という場所に位置する。



また阪急では、大阪梅田駅まで特急で約17分、京都河原町駅まで特急で約26分で行くことができる。さらに阪急南茨木駅から大阪モノレールに乗り換えれば、大阪空港駅まで約23分で行くことができる。



また市中心部には名神高速道路、市北部には平成30年3月に高槻～神戸間が開通した新名神高速道路のインターチェンジがそれぞれあり、車でのアクセスも良好となっている。

そのため、近隣市のみではなく、大阪や京都に観光に来た府外の観光客についても、比較的来訪しやすい立地といえる。

II. 「半分都会、半分田舎」を楽しむことができる

茨木市は南北に長い地形をしており、南部と北部では違った二つの顔を持つ市である。

駅や商店街が多く集まる南部は「市街地」となっており、市民や若者が多く集まる地域となっている。市街地では一年を通して「食」に関するイベントの開催も多く、身近に茨木の「食」を楽しむことができる。また前述のとおり、市街地には駅が集中しており、市内外から気軽に来ることができる場所となっている。

一方市の北部は「いばきた」と呼ばれており、こちらの地域では棚田や畑など市街地とは趣の異なる風景が広がっている。また茨木市産の野菜の多くが北部で生産されており、北部にある直売所では獲れたての野菜や、加工食品等を購入することができる。

このように本市は市の南部と北部で全く違う顔を持っており、それぞれの地域で「食」を楽しむための取組がなされている。



Ⅲ. 身近に歴史・文化が感じられる

茨木市内の観光資源の魅力として、市内に様々ある資料館や文化財、アート作品等が挙げられる。

例えば茨木市は日本人初のノーベル文学賞作家である川端康成が幼少期から茨木高校を卒業するまで過ごした場所であり、市内の川端康成文学館では、川端の生涯について詳しく知ることができる。

また、阪急南茨木駅では本市にゆかりのある芸術家ヤノベケンジ氏がデザインした巨大モニュメント「サンチャイルド」を見ることができる。

さらに、西国三十三所観音巡礼の第二十二番札所にあたる総持寺や、隠れキリシタンの歴史を展示するキリシタン遺物史料館など、市内の各所で歴史や文化に触れることができる。

茨木市の観光施策方針と、観光の強みを見ていくと、都市部からのアクセスが良く、様々な観光資源があるにも関わらず、まだまだ情報発信ができておらず、外部からの観光客が呼び込めていないという現状がある。

また「食」に関しては、北部で一定農業産品は生産されているものの、ブランディングされている産品の知名度は決して高くなく、供給についても大量生産の仕組みや流通ルートが確立されていないため、観光資源として発信していくにはまだまだ課題を抱えている。しかし一方で新たな商品の開発や、食に関連するイベントについては官民間問わず積極的に行われている。そのため、今ある観光資源に茨木市ならではの「食」という付加価値を加え、市内外に情報発信していくことによって、茨木の新たな魅力発見の足掛かりとなる可能性も秘めている。

次からは、本市の特産品や、食に関する取り組みについて見ていく。

(2) 市の農業特産品

①見山の赤シソ

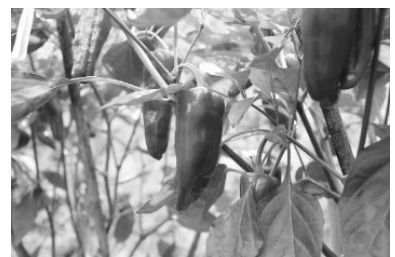
転作により、田を休耕しなくてはならなくなり、単に休ませるのではなく、何か良い特産品を作ろうと、約15年前から市内で栽培が始められた。

見山の赤シソは、この地域の気候風土に合い、葉の色が非常に濃く、葉が縮れた「ちりめんしそ」である。梅などを漬けたときの発色がとてもよく、「他産地のシソを2倍使っても、見山産のシソにかなわない」という声が聞かれるほど消費者から好評を得ている。出荷時期は、6月中旬から7月上旬まで。



②見山大甘青とう

「見山大甘青とう（みやまおおあまあとう）」は、市内で栽培される満願寺系大型青とうがらし。近年、地域の栽培農家も高齢化しており、労働負担が少ない軽量野菜を探していたが、平成10年に試験栽培が成功し、「赤シソ」に続いて「見山大甘





青とう」が誕生した。

とうがらしとピーマンを掛け合わせたような形で、肉厚で辛みもなく、非常に美味と評判でこの名前が付けられた。直火で焼いてそのまま食べるもよし、肉炒め、天ぷら、スパゲティなどに利用するもよしと、様々な料理に活用ができる。出荷時期は、7月下旬から10月下旬頃。

③あまっこ

「あまっこ」は、酸味が少ないミニトマトで、コクがあり果肉に弾力がある。雨を避けるため、ハウスで栽培し、水やりを最低限に抑え甘みを凝縮するという方法をとっている。完熟の状態でパック詰めするため、果物のような味が楽しめることが特徴。

こちらも出荷時期は、7月下旬から10月下旬。



④三島独活

特産「三島独活（みしまうど）」は春を告げる茨木の山の幸。旧三島郡にて、江戸・天保年間から栽培されており、「なにわの伝統野菜」にも認定された。

三島独活の最も大きな特徴は江戸時代から継承されている伝統農法にある。独活小屋に並べた独活の株の上に、わらと干し草を重ね、発酵させた熱を利用し、温度を保つことで独活を育てている。一切外気に触れず、わらと干し草を押し上げて育つため、一般的な軟白うどと比べて、色が白い、アクが少ない、柔らかい、みずみずしい、甘いという点が特徴。

しかし、この伝統農法には高い技術が必要であるため伝承が難しく、本市もかつては一大産地だったが、現在は熟練の三島独活農家から技術を継承した千提寺の農家一軒のみが生産・販売しており、住民であってもなかなか入手することは難しい。

(3) 市内特産物が購入できる場所

①「de愛・ほっこり 見山の郷」

豊かな自然が広がる市北部の「いばきた」地域。中でも昔のままの田園風景を残す見山地域にある、直売所「見山の郷」。

ここでは地元で獲れる安全・安心で新鮮な野菜やお米、その他の地場産農林産物と加工品を販売している。

また併設される茶店では新鮮な食材を使った料理やお弁当が楽しめるほか、料理教室や季節のイベントの開催、地元産品を活かしたオリジナル商品の開発等、茨木産の食材を楽しむための様々な取組も行われている。



②「JA茨木市農産物直売所 みしま館」

「みしま館」は阪急京都線総持寺駅からほど近い場所にある直売所で、市内事業者や周辺住民の利用でにぎわっている。





「自己責任・自助努力・コミュニティ復権」をコンセプトに、市内産農産物及び加工品を中心とした、安全で安心な農畜産物の販売をするとともに、地域の情報発信拠点となり、生産者と消費者の交流の場となることを目指している。

③いばきたマルシェ

北部地域（いばきた）と、市街地（まち）のつながりを深める取組の一つとして、いばきたのPRや農業振興のため、いばきたの農家で作られた新鮮な野菜や米、加工品を販売している。

こちらはJR茨木駅西口からすぐのところにある建物内で、月の決まった日時に開催されており、現在は山間部の三つの地区が、定期的に出店している。



④大阪府中央卸売市場

昭和53年5月、大阪府内の消費人口の増加やその地域的分布の変化、出荷体制の大型化、自動車輸送の急増等の生鮮食料品流通を取り巻く環境、情勢の変化に対応するため、特に都市化の進展と人口増加が著しい北大阪地域のほぼ中央に位置し、交通の要衝にある茨木市に開設された。

現在は「府民の台所を支える総合食品供給基地」として市内外から多くの事業者や買い物客、社会見学の小学生が訪れるほか、毎年秋ごろには開かれた市場づくりと食育の実践の場として「市場開放デー」が開催され、さらに多くの来場者で賑わう。

(4) 茨木市の農産物を使った製品

前述の「de愛・ほっこり 見山の郷」では、地元産品を使用したオリジナル商品を開発、販売している。

①赤紫蘇サイダー

平成26年に見山の赤シソを広めるために誕生したサイダー。見山産の赤シソと能勢の桜川の銘水を使用している。

印象的なルビーの色は、赤シソの天然色であり着色料は使用していない。見山の赤シソの特徴である綺麗な発色を活かした商品。



②龍王みそ

約40年前に地元農家の女性たちが試行錯誤の末に完成させた味噌で、毎年10月末から翌年3月にかけて、約14t限定で生産されている。

手間暇かけて作られた味噌は10か月程度の熟成期間を経て、消費者に出荷される。大豆と米が1：2という比率で、独特の甘い香りと深みのある味が特徴。市内の学校給食等でも使用されており、購入した消費者のリピート率も高く、好評を得ている。





③ほっこり納豆

龍王味噌にも使用される見山産の大豆を使用した納豆。

大豆は大粒で、一粒ずつの存在感が大きく、大豆本来の美味しさを楽しめる商品となっている。



④見山ジュレ

市内にキャンパスのある、追手門学院大学と連携し開発された野菜のジュレ（ゼリー）。高齢化が進む見山地域で若い人の集客を目指し考案された。見山産の赤しそや柚子を使用しており、高齢者以外も手軽に見山の産品を味わうことができる。

またこちらの取組には、平成27年度茨木市産学連携スタートアップ支援事業補助金を交付しており、市としても開発の支援を行った。



(5) その他茨木市ならではの商品・メニュー・体験

①安威川ダムカレー

現在茨木市の大字には、市内を南北に流れる安威川の洪水調整、流水の正常な機能維持のための治水ダムとして「安威川ダム」の建設が進められている。

この安威川ダムは全国でもまれな都市型ダムで、周辺の豊かな自然環境と合わせ、ダム建設によって生まれた湖を生かした観光レクリエーションの拠点なることを目指している。

「安威川ダムカレー」は、その安威川ダムPRの一環として開発されたダムに見立てたカレー。上記の写真は市内にある梅花女子大学の学生が考案したもので、忍頂寺にある忍頂寺スポーツ公園竜王山荘内のレストランで食べることが出来る。

また、市内の複数の飲食店がオリジナルの「安威川ダムカレー」を考案、提供しており、現在は10種類の店舗でオリジナルのダムカレーを提供。茨木市の新たな名物メニューとなりつつある。



②宙どら

「宙どら」は市内の和菓子屋「蔦屋耳原店」で販売している、市内産のさつまいもを餡に使用したどら焼きである。

この餡に使用しているのは「茨木宙いもプロジェクト」によって提供されたさつまいも。プロジェクトは茨木市で採れたさつまいもで茨木市の名産品を作る、農家とお店と市民が一体となって進める町おこしを目的に、平成24年にスタートした団体である。平成30年までは「紅はるか」を中心に市民や市内事業者のサポーターと共に、苗植えから収穫までを行ってきた。令和元年度からは市内農家とのつながりを広げ、新たな形で「宙いも」の普及活動を行っている。

梅花女子大学で収穫されたさつまいもは、学生の手によって加熱、裏ごしして作られたペース





トとなり、いもの本来の自然な甘さが感じられる餡のもとになっている。

ふわふわのどらやき生地といも餡が合わさったこの商品は、毎年開催される「茨木おいもグルメフェア」でも好評を博している。

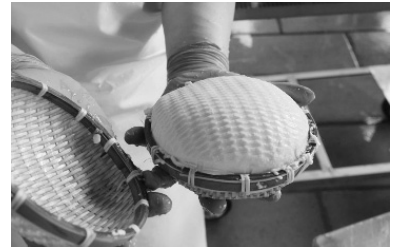
③伏見屋の豆腐と工場体験

伏見屋は本店を茨木市田中町に置く、豆腐の販売店。

昭和24年にこんにゃく屋として創業したが、京都府向日町の豆腐作りの製法を引き継ぎ、現在は国産大豆にこだわった豆腐をメインに製造している。

工場と本店を構える場所は、元茨木川の上流にあたり、豊かな伏流水に恵まれた場所で、伏見屋では現在も地下85mからくみ上げた水を使って豆腐を作っている。

また伏見屋では本店横の本社工場で毎日工場見学ツアーを実施しており、参加者は豆腐や加工食品の製造工程を見ることができるほか、出来立ての豆腐や湯葉、厚揚げを試食することもできる。



(6) 市内の食に関連するイベント

①茨木おいもグルメフェア

前述の「宙いもプロジェクト」と連携し、茨木産のさつまいものブランドディングと地域活性化を目的として平成24年度より実施されているイベント。例年11月頃に約1か月間開催され、市内の飲食店が考案したさつまいものメニューをスタンプラリー方式で巡る。

平成29年までは、「茨木おいもスイーツフェア」として開催されていたが、市政施行70周年となる平成30年の開催より、対象をグルメに拡大した。毎年各店が趣向を凝らしたメニューを考案し、市の秋の恒例イベントになっている。



②いばらきバル

チケットを購入し、エリア内の飲食店をめぐるバルイベント。茨木市内では毎年11月下旬に、民間主催で開催されている。

このイベントでは、バルチケットで飲食店をめぐる一般的なバルイベントに加え、ファミリー層が多い茨木で子どもも楽しめるイベント「こどもBAR (バル)」の開催や、市内大学と連携したワークショップの開催による産学連携の取組等、市全体を盛り上げる様々なイベントが行われている。





③農業祭

茨木市農業祭は都市と農村の交流を図り、農林業に対する市民の理解と認識を深め、本市農林業の活性化を推進するため、毎年11月ごろに市内中央公園グラウンドで行われている。

イベントでは販売される新米や農産品、加工品や花苗を求め多くの買い物客が販売ブースに列を作るほか、市内農業者がそれぞれの自慢の農林産物を出展する農林産物品評会や模擬店、ビンゴゲームや木工工作といった参加型のブースも設けられ、毎年市内外から非常に多くの来場者が訪れる。





一年間の食に関連するイベント（前述のイベントについては内容省略）

季節	イベント	内 容
春	茨木市民 さくらまつり 【3～4月】	毎年3月下旬から4月上旬にかけて、市街地内にある約5kmの緑地帯「元茨木川緑地」で開催される。イベントでは市内高校生による野点のブースや市内飲食店による飲食ブースが設けられる。
	茨木音楽祭【5月】	「音楽のまち、“いばらき”」を目指して毎年5月の大型連休に開催されている音楽イベント。当日はメイン会場である中央公園グラウンドで市内飲食店が多く出店するほか、屋内店舗会場として市内飲食店やバーでも、音楽とともにお店のメニューも楽しむことができる。
夏		
秋	大岩いも掘り園 【9月】	毎年9月中旬から11月下旬に開園する市内のいも掘り園。植えられたさつまいもは力を入れなくても簡単に抜けるため、子どもでも手軽にいもの収穫体験ができる。
	茨木 麦音フェスト 【9月】	市中央公園で毎年秋に開催されている、ロックとビールのイベント。100種近い銘柄の生クラフトビールが楽しめるほか、市内飲食店も数多く出店し、茨木の食と音楽を存分に堪能することができる。
	黒井の清水大茶会 【10月】	戦国時代、豊臣秀吉が茨木に立ち寄った際、市の水をたいそう気に入って、大坂城で茶会を行う際に茨木まで汲みに行かせたという逸話にちなんで行われるイベント。 当日はお茶席や市物商品の販売、お茶会で使用する水を使った“黒井のcafe”等が設けられる。
	いばきた フォトサイクリング 【10月、11月】	茨木市北部（いばきた）エリアを自転車で回遊するサイクリングイベント。イベントでは、いばきた地域の飲食店で提供される高原野菜を使ったグルメやあまごの塩焼きなど、イベントならではのグルメが味わえる。
	茨木おいも グルメフェア【11月】	
	安威川フェスティバル【11月】	安威川周辺の自然を守り、創造的な地域づくりを目指す人たちが出会う交流の場として開催されている。見山の郷の出張販売のほか、茨木市内の飲食店の出店や、あまごの塩焼きの提供などが行われる。
	農業祭【11月】	
	いばらきバル【11月】	
冬	いばらき イルミフェスタ灯 (AKARI)【12月】	茨木市内各所がイルミネーションで華やかに彩られる冬のイベント。専用のアプリを使って、市街地に数か所あるメインスポットのほか、イルミネーション装飾の施された市内飲食店をスポットラリー形式で巡る。実際にお店を利用すると追加ポイントがもらえる仕組みも。
季節 問わず	茨木カレーサミット 【不定期開催（例年 夏と冬の年2回）】	毎回3～4日間の期間限定で行われるカレーのイベント。市内各所の飲食店が連携し、期間内はそれぞれの店が考案したオリジナルカレーを食べることができる。



2. 枚方市

(1) 「総合計画」等での「食」の位置づけ

①「観光施策に関する考え方」の策定および概要

本市では、総合計画において、「本市が有する歴史文化遺産や淀川、東部地域の自然などの貴重な観光資源を効果的に発信し、地域内外の交流機会の創出を図る」とし、人々が集い、活力がみなぎるまちづくりを目指し、さらなる賑わいの創出を図るため、交流人口の増加や経済活性化につながる観光施策を民間活力も活用しながら戦略的に進める方針を掲げている。この方針に基づき、市内連携はもとより官民連携を図りながら観光施策を効果的に推進するため「観光施策に関する考え方」を作成した。

本市が観光施策を推進することで目指すべきものは以下のとおり。

1. 枚方市の魅力向上
2. 交流人口の増加
3. 経済活性化

②「観光施策に関する考え方」における3つの基本戦略

1. 魅力あるコンテンツの創造

本市の集客力のあるコンテンツはレジャー施設や商業施設が中心だが、近年はグルメやショッピングなど多種多様な嗜好があるため、市民が感じる魅力、市外の人を感じる魅力などあらゆる角度からのデータ収集・分析や、複合型コンテンツの創出、京都・大阪・奈良の中間に位置する本市のロケーションの魅力の顕在化などに取り組む。

2. 情報発信力の強化

市の情報媒体だけでなく、民間の情報媒体を重視した情報発信や、市民・民間事業者・本市への訪問客を対象とした効果的なプロモーションの展開、枚方市に対する誇りと愛着を育むための情報提供と人づくりなどに取り組む。

3. 施策間連携の強化と統一した観光地域づくりの体制確立

農と触れ合う機会の充実、国外を含む地域内外に人々の交流促進など様々な施策を「観光」の視点でつなぐ戦略的な取り組みの展開と、観光地経営体の確立に向けた検討を進めていく。

③基本戦略実現のための取り組み（抜粋）

上記3つの基本戦略実現のため、主に以下の取り組みを進めていく。

1. 魅力あるコンテンツの創出

- ・利用者目線による魅力あるコンテンツの創出を図るため、市民が感じる魅力、市外の人を感じる魅力など、あらゆる角度からのデータ収集・分析を行う。
- ・様々なコンテンツを組み合わせた複合型コンテンツの創出・提供を行う。



- ・京都・大阪・奈良の中間にある本市ロケーションにおける魅力の顕在化を目指す。

2. 情報発信力の強化

- ・市の情報媒体だけでなく、民間の情報媒体を重視した情報発信を行う。
- ・市民・民間事業者・本市への訪問客を対象とした枚方の魅力に関する効果的なプロモーションを展開する。

④「観光施策に関する考え方」における「食」の位置づけ

本市では、魅力あるコンテンツの創出のため、様々なコンテンツを組み合わせた複合型コンテンツの創出・提供を行っていく。平成30年度に「市政モニター」を対象に行ったアンケートにおいて、観光を目的とした来訪者を増やすために必要な取り組みとして、回答者の約3分の1が「魅力ある特産品の開発」を挙げていた。また、同アンケートで、もっと市外にPRすれば良いと思うものでは「枚方市の名産品」は回答者の約1割しか選ばなかった。これは、本市において誇れる名産品が少ない、あるいは認知されていないことを示しており、本市における大きな課題の一つと言える。そこで、施設や商業施設をはじめとする観光資源と枚方ゆかりの食材をつなぎ、本市ならではの「食」をテーマにしたツーリズムを創出していくことで本市の魅力向上とともに、交流人口の増加及び経済活性化を目指すものである。

(2) 枚方市の地元食材

枚方市は、市街地に大阪有数のショッピングモールや商業施設もあるが、西には淀川が流れ、農業振興地域がある東部には里山百選にも選ばれた里山が残り、自然と都会とが融合したまちと言える。東部エリアを中心に、水稻や多品種の野菜が収穫されており、中でも、農薬、化学肥料を基準値の半分以下で栽培された「エコレンゲ米」を始めとした「エコ農産物」は、学校給食などに供給されている。

①エコレンゲ米

「れんげ農法」という昔から伝わる栽培方法で育てられたお米。れんげが空気中の窒素を土壌に固定する特性を生かし、お米の苗を植える前にれんげ畑を作り、そのれんげを土壌に混ぜ合わせることで有機肥料となり、土を活性化させるため、化学肥料の使用を抑えられる。「しあわせのれんげっ娘」として、JA北河内の各支店で販売されている。品種はヒノヒカリ。

安全で安心なお米として学校給食に供給している（平成30年度供給実績：157.7t）。

②玉ねぎ

早生、中手、晩生など多様な種類がある。過去には大阪府下で2番目の収穫量だったこともあり、土壌が栽培に適していると考えられる。お米の裏作で栽培が可能という点も枚方市で多く作られる理由の一つ。学校給食に供給される市内農産物の内、野菜類の中では最も多くを占める（平成30年度供給実績：5530.3kg）。



③ さつまいも

「枚方産さつまいもたい焼き」の餡に使用されている鳴門金時のほか、紅あずまなどの品種を市内で広く栽培。学校給食への供給も行われている。（平成30年度供給実績：1094.3kg）

④ すもも

メスレー、ソルダム、大石早生などの品種がある。「すもも団地」と呼ばれるエリアで栽培及び販売されているほか、枚方市役所前でも「すもも市」として販売される。

地元食材の主な販売場所

- ・直売・ふれあい朝市

JA北河内の支店等 市内計10か所

- ・フレッシュ野菜プチマルシェ

平成30年度から始まった、牧野生涯学習市民センター及び楠葉生涯学習市民センターでの野菜の即売会。開催は不定期。

- ・すもも市、マスカット市

枚方市役所前で開催。すもも市は概ね7月、マスカット市は9月初旬に開催される。

(3) 枚方市の郷土料理

枚方が淀川舟運の中継港として賑わっていた江戸時代に、淀川を行き来する船（三十石船）に小舟で寄っていき、その乗客に「餅くらわんか（食べないか）、酒くらわんか」と乱暴な言葉で食べ物を売りつける「くらわんか舟」は枚方の名物となっていた。当時の様子は十返舎一九の『東海道中膝栗毛』にも登場し、その時の料理のいくつかは今も市内で食べることができる。

① ごんぼ汁

ごんぼ（ごぼう）の汁物。見た目はみそ汁のようだが、味噌ではなく醤油と卵の花が入っているのが特徴。江戸時代にくらわんか舟で販売され、現在でも「郷土料理給食」として枚方市の小学校給食でも出されている。

ちなみに、淀川の川底からは当時使われていた茶碗が多く見つかっている。当時の飲食代は茶碗の数で精算しており、料理を食べた客が支払いをごまかすために茶碗を川に投げ捨てていたためと言われている。



提供場所

- ・割烹 藤
- ・枚方宿鍵屋資料館（要予約）
- ・枚方宿くらわんか五六市



②くらわんか餅

お餅を餡でくるんだ和菓子。餡でくるむ際に手で握るため、独特の形になる。

お店のほか、枚方市駅そばにあるひらかた観光ステーションでは、毎月15日を「くらわんか餅の日」として限定販売している。

販売場所

- ・御菓子司 くらわんか餅 巴堂
- ・くらわんか餅の世界
- ・ひらかた観光ステーション（毎月15日に販売）



(4) 地元食材を使った加工品

①枚方くらわんか酒

くらわんか舟で販売されていた当時のお酒を蘇らせたいと、一般社団法人淀川ブランド推進協議会がクラウドファンディングで資金を集め、平成30年4月に完成し販売を開始した日本酒。

枚方市内の農家が栽培したお米「ヒノヒカリ」を使用した純米酒で、薄にゴリの甘酸っぱい仕上がり。初回生産の2000本は完売するほど好評であり、翌年度も製造・販売を行っている。

主な販売場所

- ・株式会社アトリエMay
- ・京阪百貨店ひらかた店
- ・山野酒造（交野市） ほか



②枚方ビールカレー

枚方の飲食店Beer House Hobbitが企画した「枚方ビール」を使用したレトルトカレー。ビールで煮込まれたとろとろのお肉と、ホップの苦みが特徴。

北野エース枚方T-SITE店との共同企画商品であり、当該店舗での限定販売。黒毛和牛を使用した「枚方ビールカレー プレミアム」もある。

枚方産玉ねぎを具材に用いたものを現在開発中。

主な販売場所

- ・北野エース枚方T-SITE店



③枚方産さつまいもたい焼き

枚方の農家が栽培したさつまいも（鳴門金時）を餡に使用したたい焼き。タピオカ入りのもちもちの生地となめらかな餡が特徴。



企画・販売は北野エース枚方T-SITE店、たい焼きの製造は枚方市にある多田製菓株式会社で行われた6次産業化商品。

平成30年度に約600袋（1袋9個入り）限定で販売したところ、2週間足らずで完売。令和元年度は3,000袋に拡大して販売した。

主な販売場所

・北野エース枚方T-SITE店



(5) 「食」に関するイベント、取り組み

① 「食」に関するイベント

1. 枚方宿くらわんか五六市

かつての宿場町の風情を生かしながら新たな賑わいを生み出そうと始まった手づくり市。街道沿いにスイーツやパン、雑貨、アクセサリーなど手づくり・こだわりの品が並ぶ。平成19年3月から始まり、初期は50店舗ほどだった出店者は現在200店舗を超え、市内外から1万人近い人が訪れる。



「五六市」という名前は、枚方宿が東海道品川宿から数えて56番目の宿場町だったことに由来している。

主 催	一般社団法人 枚方宿くらわんか五六市
実施時期	毎月第2日曜日
実施場所	枚方宿（東見附から西見附まで）

2. 枚方市駅前大収穫祭

ドイツビールの祭典「オクトーバーフェスト」と、枚方市駅周辺の飲食店によるイベントやライブなど毎年工夫を凝らした取り組みで周辺の飲食店の活性化を図るグルメイベント。バルや限定メニュー、スタンプラリーなど、1ヶ所だけではなく周辺の飲食店を回遊してもらう仕掛けを取り入れている。平成28年度から始まり、駅前のイベントとして定着しつつある。

主 催	枚方市駅前大収穫祭連絡会議
実施時期	9月の中旬の10日間
実施場所	枚方市駅周辺

3. 淀川舟運

淀川は古くから京都と大阪を結ぶ交通路としての役割を担っていた。特に江戸時代は舟運による輸送が活発に行われており、枚方はその中継港として賑わっていた。大正時代には鉄道や道路の整備によりそのほとんどが姿を消したが、観光船としての





舟運再生を望む声が大きくなり、平成29年度から定期観光船が運行している。

・蘇れ！淀川の舟運

往時を偲ばせる屋形船に乗り、上り便は市立枚方宿鍵屋資料館での昼食、下り便では枚方の銘菓が楽しめる。

春と秋に運行している。

主 催	一本松海運株式会社
実施時期	春と秋に運行

・淀川浪漫紀行、淀川浪漫紀行プレミアム

明治時代の川蒸気船をモチーフにしたクルーズ船に乗り、上り・下り便ともに竹皮に包んだお弁当が楽しめる。毎月第二日曜日を中心に運行している。

“プレミアム”では、船内で「枚方くらわんか酒」の販売が行われるほか、淀川天然鰻を使用したお弁当が楽しめる。



主 催	大阪水上バス株式会社
実施時期	毎月第二日曜日を中心に運行

4. マルシェ・ひらかた

地元で生産された農産物や飲食、新しい技術など幅広い商品を扱うイベントとして平成22年から開催。平成29年度からは、枚方市の友好都市等が一堂に会し各地の飲食や雑貨などの特産品を販売する「友好・交流都市物産展」と同時開催することで、さらなる賑わいを見せている。

令和元年度は37店舗が参加。

主 催	マルシェ・ひらかた実行委員会
実施時期	11月
実施場所	岡東中央公園

5. 枚方の里山・収穫の秋 ほたに 穂谷

「にほんの里100選」にも選ばれた穂谷で、毎年10月に開催される収穫祭。さつまいも掘りなどの収穫体験ができる。模擬店も出ており、家族連れの参加者も多い。

同時期には近くのコスモス畑が一般開放され、満開の花が楽しめる。

主 催	「枚方の里山・収穫の秋穂谷」実行委員会
実施時期	毎年10月
実施場所	穂谷



6. 農業ふれあいツアー

地元の農家が丹精込めて育てた野菜を収穫体験するイベント。生産者の顔が見えることや、新鮮な野菜が比較的安価で購入できることから、毎年多くの人で賑わっている。

市内各地で開催され、玉ねぎやさつまいも、黒豆の枝豆など季節に応じた収穫が楽しめる。平成30年度は18回開催され、延べ2,125人が参加した。

主 催	枚方市 農業振興課
実施時期	春から初夏、および秋頃
実施場所	市内各地

②食に関するイベントカレンダー

月	イベント	月	イベント
1 月		7 月	すもも市
2 月	ひらかた食育カーニバル 食と暮らしのマーケット	8 月	食と暮らしのマーケット 農業ふれあいツアー
3 月		9 月	マスカット市 オクトーバーフェスト 枚方市駅前大収穫祭
4 月	農業ふれあいツアー	10月	枚方の里山・収穫の秋穂谷 農業ふれあいツアー
5 月	農業ふれあいツアー	11月	友好・交流都市物産展 マルシェ・ひらかた 農業まつり
6 月	農業ふれあいツアー	12月	農産物年末直販会

(6) 情報発信手段

観光フリーペーパー「ひらいろ」

枚方市の魅力を枚方市内外に住む人に発信するため発行している観光フリーペーパー。

グルメやイベント、働く人にスポットを当てたページなど幅広い内容を扱っている。平成30年度に発行を開始し、令和元年度からは枚方市・枚方文化観光協会・枚方T-SITEの三者で構成される「観光フリーペーパー製作実行委員会」が年4回発行している。

特に、市内の特定の地域に密着し、歴史やおすすめスポット、地元で愛される飲食店などを紹介するページが好評を得ている。



フリーペーパーのほか、FacebookやInstagramを活用し、紙面に載せきれない情報や取材の裏話なども発信している。



3. 河内長野市

(1) 「総合計画」「観光計画」での「食」の位置づけ

①「河内長野市観光振興計画」の概要

本市では、本市の有する多様な地域資源を生かしながら、観光振興を図り、関連する産業振興及び地域経済の活性化をめざし、活力とにぎわいのまちづくりを推進するため、各種観光施策の指針となる「河内長野市観光振興計画」を平成30年に策定した。本計画では、本市がめざす観光の姿を「集客と消費を高める観光振興の推進」とし、3つの重点取組を定め、12の戦略に基づき観光施策を推進している。

②「河内長野市観光振興計画」における3つの重点取組

本計画で定める3つの重点取組を以下に示す。

1. 歴史・文化を生かした観光事業の推進

国内有数の文化財を有する本市の歴史的資源の磨き上げと、観光プロモーションの強化により、歴史文化遺産を活用した観光拠点づくりを進める。

2. 自然を生かした観光事業の推進

本市の地域資源である自然歩道や、歴史的な街道などの「道」を観光資源に変え、四季や地理的、地形的要素を生かした観光集客に取り組む。

3. 観光ハブ拠点の整備による観光事業の推進

観光客の玄関口である「河内長野駅前観光案内所」と「道の駅 奥河内くろまろの郷」を観光ハブ拠点として位置づけ機能強化を行うとともに、他の観光施設や資源間との連携を密にし、ネットワーク化を進める。

③「河内長野市観光振興計画」における戦略（一部抜粋）

本計画では、戦略の1つとして「観光産業の創出」を掲げ、観光客による市内での消費拡大や、市内事業者と連携した観光産業の育成を進めている。

施策1. 観光消費の促進

主な取り組み	内 容
お土産販売強化	・地元産品を生かした観光メニュー化 ・新たなお土産品の開発
食べ歩きの実施	・食べ歩き情報の市内外への積極的な情報発信



施策2. 観光客を相手にした商売のきっかけづくり

主な取り組み	内 容
創業支援の強化	・本市で観光関連の事業者が育ちやすい環境づくりへの取り組み

施策3. 産業と観光との接点の強化

主な取り組み	内 容
各種産業を生かした観光振興	・事業者や観光関連団体の連携強化
	・多様な業種の連携促進
	・河内長野市ふるさと応援寄附金を活用した観光魅力の発信
産品ブランド化の推進	・「奥河内ながのfoodo」の魅力発信
	・農林産品のブランド化の推進

④「河内長野市観光振興計画」における「食」の位置づけ

上記のとおり、本計画では、重点取組として本市の観光資源を生かした観光事業の推進を、戦略の1つとして観光関連団体などと連携した観光産業の創出を掲げている。つまり、本市ならではの歴史、文化、自然、景観などの観光資源を生かした食産業、観光産業を新たに創出し、「本市でしか味わうことができない」「本市でしか体験することができない」食体験、観光体験を提供することが、本計画における「食（フード・ツーリズム）」の位置づけである。

(2) 河内長野市の地元食材

①河内長野市産品の特徴

本市は、都会から近いにも関わらず市域の約70%が山地であり、非常に自然豊かな地域である。ただ、広大な農地を有する一大農産地はなく、全国的に流通するような農産物の大量生産には不向きである。しかし、以下に示す3つの生産地利点を有しているため、「河内長野市だからこそできる」美味しい農産物が生まれ、それらを最も美味しい状態で提供することができる。

1. 「山が多い」

上記のとおり、市域の約70%が山地であるため、山に囲まれた地形が日中と朝晩の寒暖差を生み出す。この昼夜の寒暖差が甘くて美味しい農作物を育てる環境に適している。

2. 「水がきれい」

山々から湧き出たきれいな水があり、夏にはホタルが舞う清流が市域を流れている。農産物の大半が水分であるため、この水の良さが農産物の高品質化に大きな影響を与えている。

3. 「生産者と近い」

大阪市内から電車で30分、都会と非常に近い地域であるため、生産者が1番美味しい時期までじっくりと見極めた最高の逸品を、1番美味しい新鮮な状態で提供することができる。



②河内長野市の食材及び生産者

1. 日野地区産の濃縮エコトマト（生産者：kawabata farm）

夏にはホタルの舞う清流豊かな石川を水源とし、江戸時代から土を肥やし耕してきた土地で栽培されている。収穫したトマトが全て「濃縮」エコトマト販売しているわけではなく、枝の中でも特に味の濃くなる部分を見極めて選果したものを「濃縮」エコトマトとして販売している。

■日野芽（いぶき）

伝統的な踏み込み温床で育てられた「淀苗」を用い、枝で完熟するまでじっくりと待ち、旨さが詰まった特別なトマト。真っ赤な色付きと、濃厚でジューシーな味が特徴。



■日野恵（めぐみ）

秋から冬にかけて無加湿ハウス内で水・土と肥料づくりにこだわって育てられている。夏の濃縮エコトマトとは違った味の濃いトマトで、甘みと酸味のバランスの良さを楽しむことができる。



主な販売場所	<ul style="list-style-type: none"> ・アグリかわちながの ・風の湯 四季彩市場 ・サンプラザ河内長野店・三日市町店
--------	---

2. 天見地区産のぶどう（生産者：田中ぶどう園）

天見地区の気候風土の特徴である日中は太陽が降り注ぎ夜はぐっと冷え込む昼夜の寒暖差を利用して育まれた品質の良いぶどう。水やりの水は山から湧き出る地下水を使用している。

■巨峰

濃厚な甘さと深いコクが特徴のブドウの王様。食べやすい種無しで提供されている。



■ピオーネ

巨峰×カノンホールマスカットという掛け合わせの大粒黒ブドウ。ほのかなマスカット香を持ち、上品な甘さと軽やかな酸味、多汁で果肉がつまっているのが特徴。



主な販売場所	<ul style="list-style-type: none"> ・田中ぶどう園直売所 ・アグリかわちながの ・あすかてくるで河内長野店
--------	---

3. 日野地区産のぶどう（生産者：垣内農園）

日野地区は、河内長野市という昼夜の寒暖の差がある土地柄の中で山側に位置しており、平地以上に寒暖の差がある地域である。この気候がぶどうの栽培に適しており、ぶどうの着



色や味に非常に良い影響を与えている。

■シャインマスカット

種無しで、皮が薄く皮ごと手軽に食べることができる。しっかりとした肉質で食べた瞬間さわやかで上品な香りが口の中に広がり、高級な逸品をいただいた気分になる。



■リザマート

一般的なスーパーではほとんど見かけない珍しい品種。種無しで皮ごと食べることができ、サクとした軽快な食感とあっさりとした上品な甘さが特徴。



主な販売場所

・アグリかわちながの

4. 小山田地区産の梨（生産者：中谷農園）

小山田地区は130年間の梨栽培を行ってきた伝統ある地区である。赤土（粘土質）のため梨の木は細根まで十分に張ることができ、蓄えられた水分は乾燥を防ぎ、質の良い梨栽培に最適な土地である。特に小山田丘陵は日当たりが良く気候が安定していて果樹栽培に適している。

■むさし梨



希少性の高い大玉。しゃきとした食感。

■あきづき梨



みずみずしく柔らかな果肉と甘みが特徴。

■豊水梨



溢れる果汁と酸味・甘みのバランスが絶妙。

■幸水梨



みずみずしい果汁と口に広がる甘みが特徴。

主な販売場所

・中谷農園直売所

5. 岩瀬地区の栗（生産者：門林栗園）

岩瀬の土地は水はけの良い傾斜地になっており、越えた赤土は栗の木の栽培に適している。この自然豊かな風土とたっぷりの腐葉土で育てることで、十分に栄養が行き渡り、大きくて甘い栗が育まれる。

■萩原の栗

かつて「萩原」と呼ばれたこの地区では、大きくて品質の高い栗が実る。完熟したものをその日のうちに収穫しているため鮮度が高い。甘みがあり、ほくほくとした食感と風味豊かな味わいが特徴。





主な販売場所	<ul style="list-style-type: none"> ・アグリかわちながの ・あすかてくるで河内長野店
--------	---

(3) 河内長野市の郷土料理

本市には、その地域で古くから伝承されている「郷土料理」と呼ばれる料理は存在しないが、各事業者が本市ならではの歴史・文化、自然などの観光資源を生かした特産品を開発することで、本市でしか味わえない逸品として提供している。

(4) 地元食材を使った加工品

①河内長野産の加工品の概要

生産者がそれぞれの食材の特徴を活かした独自レシピを考案し、より大勢の人に手軽かつ美味しく河内長野産の食材を味わっていただけるような加工品を開発している。また、商工会や道の駅など市内の食材を良く知る様々な団体が河内長野市産の食材を最も美味しい状態で食べていただけるよう、生産者と密接に関わりながら、試行錯誤を重ね商品開発を行っている。

また、市内には300年以上続く酒蔵（西條合資会社）もあり、本市の歴史・文化や自然を生かした様々な特徴ある商品を販売している。

②河内長野産の加工品及び生産者

1. フルーツジャム、ソース（生産者：喜多農ますだ）

高野街道に沿った小さな果樹園で桃を中心に7～8種の果物を育て、加工し、販売している。ジャムやフルーツソースは、あまりしつこくならないように低糖度に仕上げているが、季節感や果肉の食感を出すように改良を加えたり、白ワイン、赤ワイン、ブランデー等を加えるなど工夫を凝らして味に深みが出るようにしている。

■四季のフルーツソース 温州みかん

自家栽培の温州みかんの良さを活かすように、独自のレシピで作られている。日本酒と合わせてフルーツカクテル、市販ソースに加えてさっぱり感のオリジナルソース、オリジナルドレッシングなど、多様な食事シーンに活用できる一瓶。



■四季のマーマレード 甘夏

控えめな甘さが、甘夏のさわやかな味わいを活かし、果肉感がアクセントになっている。白ワインを入れることでコクを出し、オリジナリティのある奥深い味わいを演出している。



主な販売場所	<ul style="list-style-type: none"> ・アグリかわちながの ・あすかてくるで河内長野店 ・奥河内ビジターセンター
--------	---



2. 手作りジャム、味噌（生産者：大地の里 友邦）

地元農家の仲間が加工所に集まって、手作りでジャムや味噌など商品を生産している。保存料、人工甘味料等添加物は一切使っておらず、野菜を知り尽くした農家が生産から加工までを担当し、安心安全と美味しさを提供している。

■とうがんジャム

とうがん独特の食感を残しながら、生姜、レモン、梅シロップを独自の工夫で加えている。パンやクラッカーに塗ったり、ヨーグルトやアイスクリームのソースとして使用したり、クリームチーズと一緒に食べても絶品。



主な販売場所	<ul style="list-style-type: none"> ・大地の里 友邦 ・奥河内ビジターセンター
--------	--

3. フルーツソース（生産者：河内長野市商工会）

河内長野市商工会では、地域活性化に向けて様々な取り組みを行っており、加工食品の開発も手掛けている。地元河内長野市の食材を知り尽くした職員が素材を探し、企画、試作を重ねて商品の開発を行っている。

■小山田ももソース

上品な香りと甘みが特徴の小山田の清水白桃を主原料に、とろーりとした濃厚で甘くフルーティーなソース。フライもの、お好み焼き、焼き肉など様々な料理に活用できる。カレーにかけて食べるのもオススメ。



主な販売場所	<ul style="list-style-type: none"> ・アグリかわちながの ・あすかてくるで河内長野店
--------	---

4. トマトジュース（生産者：奥河内ビジターセンター）

奥河内ビジターセンターでは、市内の各種特産品や地元食材を使ったパンなどが販売されている。「kawabata farm」と協力して開発したトマトジュースは、朝に収穫した新鮮なトマトをその日のうちにジュースにしており、保存料や添加物、塩などを一切使っておらず、トマト本来の味を楽しむことができる。

■トマトジュース日野芽

太陽をギュッと濃縮したような力強さとパワーを感じるトマトジュース。野性味あふれる味がクセになる。



■トマトジュース日野恵

軽やかな喉ごしと上品な酸味が体の隅々まで染み渡るトマトジュース。さっぱりすっきりしているが、トマトの香り・酸味もしっかりと楽しむことができる。





主な販売場所

・奥河内ビジターセンター

5. 天野酒（生産者：西條合資会社）

享保3年（西暦1718年）から河内長野市で酒造業を営んでいる伝統ある酒蔵。昭和46年にかつて天野山金剛寺で作られていた古格「天野酒」を復活させた。

酒造りに適した高品質米を高度自家精白し、手間暇を惜しまず醸し上げる一滴一滴は、芳醇な味わい。「純米造り」に秀でた蔵元として多くの酒通から高い評価を得ている。



主な販売場所

・西條合資会社
・奥河内ビジターセンター

(5) 「食」に関するイベント、取り組み

① 「食」に関するイベント

1. 奥河内フルーツ&ベジタブルラリー

地元の人気店のシェフやパティシエが地元の農家が丹精込めて育てた奥河内産の旬の食材を使って、地元ならではのオリジナルメニューを考案し、期間限定で販売。期間内に参加店を巡ってスタンプを集めると、抽選で地元の野菜&果物の詰め合わせや、参加店で使用できるお食事券が当たる。



主 催	河内長野市商工会、河内長野市商店連合会
実施時期	9月上旬～10月下旬
実施場所	市内全域

2. フード&クラフト 奥河内コレクション

その昔、河内長野市の酒蔵通りは、高野山へ向かう参拝道として、高野山へ想いを馳せる人々が行き交い、賑わい活気ある市が開かれていた。そんな、河内長野市の自然や情緒が息吹く酒蔵通りで「人」「食」「雑貨」が行き交う市が現代に復活。地元の職人やシェフが集まり、丹精込めて作り上げた雑貨や地元で育まれた食材を使ったメニューが販売される。



主 催	酒蔵通りプロジェクト
実施時期	10月下旬
実施場所	高野街道 酒蔵通り



②河内長野市ならではの「歴史・文化」×「食」

1. 創作精進料理「KU-RI」

江戸時代、約400年前に観心寺の子院、楨本院の台所として建てられた庫裏をリノベーションした創作精進料理レストラン。観心寺で大昔から節分の日に厄除けとして食されている伝統の「あずき茶粥」と精進料理を進化させた「創作精進料理」を提供している。使用している野菜は、河内長野産、富田林産が中心。



2. 天野酒「僧坊酒」

戦国時代から江戸時代前期にかけて天野山金剛寺で作られていた僧坊酒を当時の製法をできるだけ再現し、現代へとその味を復刻させた銘柄。太閤秀吉にも愛され、たびたび使者が訪れて買い求めたと言われている。

現代の清酒とは全く異なる、琥珀色をしたお酒は、圧倒的重厚感のある甘口であるにも関わらず、爽やかなキレが片鱗に見られ、濃醇で複雑な味わいに思いを馳せることができる逸品。



主な販売場所	・西條合資会社 ・奥河内ビジターセンター
--------	-------------------------

3. 「楠公飯」

幼少期を本市で過ごしたと言われている南北朝時代の武将「楠木正成」により考案された節米食。玄米を煎った後、水につけてかさ増しして炊き上げる炊飯法であり、食糧不足の戦時中にも使用されていた。

一般的にはあまり美味しくないと言われているが、「楠公ツーリズム推進協議会」を中心に、現代風にアレンジして美味しくいただけるような「楠公飯」の開発が企画されている。



主な販売場所	各種市内のイベントに出店
--------	--------------

③河内長野市ならではの「自然」×「食」

1. 天野酒「ダム熟成酒」

西條合資会社の天野酒を滝畑ダムの湖底で半年間熟成させた限定酒。滝畑ダムの湖底は冬から春にかけて常に温度が7度前後に保たれており、穏やかな水流が程よく樽内を攪拌することで、均一に熟成が進行する。一般的な製造方法で作られた日本酒より口当たりの良いまろやかな味わいに仕上がる。





主な販売場所	ふるさと納税の返礼品
販売時期	5月上旬～下旬頃

2. ホタルの宴

清流の石川が側を流れる西條合資会社の川床で行われるイベント。5月後半から6月前半にかけて舞うホタルの幻想的な風景を見ながら、ミシュラン一つ星の懐石料理と天野酒を堪能することができる。



実施時期	5月下旬～6月上旬頃
実施場所	西條合資会社

④河内長野市ならではの「人・体験」×「食」

1. うどんづくり体験「季節料理 三佳屋」

高野街道に面する古民家を改装した日本料理屋。大将の指導のもと本格的なうどんづくりを体験することができ、自分で打ったうどんを店内で茹で上げ、出来立てを食べることができる。高野街道沿いの風情ある店内で、日本の食文化を実際に体験することができるため、海外の観光客にも人気のプログラム。



実施時期	年間を通して
実施場所	季節料理 三佳屋

2. 味噌づくり体験「大地の里 友邦」

岩瀬地区の地元のお母さんたち指導のもと、昔ながらの味噌づくりを体験することができる。釜戸で炊き上げたご飯とお味噌汁が軽食として付いており、美しい山々に囲まれた集落で、故郷のなつかしい味を堪能することができる。



実施時期	10月～5月頃
実施場所	大地の里 友邦

3. 農業・収穫体験「くろまるファーム」

農園づくりから栽培、収穫、調理、試食までを家族で楽しむことができる農の体験フィールド。道の駅 奥河内くろまるの郷に隣接している。くろまるファームを中心に周辺の施設と共同で自然を満喫できる様々なプログラムを開催している。





実施時期	春の収穫体験：5月～6月頃（じゃがいも、たまねぎ etc.） 秋の収穫体験：9月～10月頃（さつまいも、落花生 etc.）
実施場所	交流農園 くろまるファーム

(6) 河内長野市「食」カレンダー

河内長野市の農産物												
品目	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
kawabata farm 日野芽（いぶき）				←			→					
kawabata farm 日野恵（めぐみ）	→									←		
田中ぶどう園 巨峰								↔				
田中ぶどう園 ピオーネ								↔				
垣内農園 シャインマスカット								↔				
垣内農園 リザマート								↔				
中谷農園 むさし梨									↔			
中谷農園 あきづき梨									↔			
中谷農園 豊水梨									↔			
中谷農園 幸水梨								↔				
門林栗園 萩原の栗									←	→		
河内長野市の加工品												
品目	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
喜多農ますだ 四季のフルーツソース 温州みかん	←					→						
喜多農ますだ 四季のマーレード 甘夏				←		→						
大地の里 友邦 とうがんジャム							→			←		
河内長野市商工会 小山田ももソース												→
奥河内ビジターセンター トマトジュース日野芽				←			→					
奥河内ビジターセンター トマトジュース日野恵	→									←		
天野酒「僧坊酒」												→
天野酒「ダム熟成酒」					↔							
河内長野市のイベント・体験												
イベント・体験名	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
奥河内フルーツ&ベジタブルラリー									↔			
フード&クラフト 奥河内コレクション										↔		
ホテルの宴					↔							
季節料理 三佳屋 うどんづくり体験												→
大地の里 友邦 味噌づくり体験					→					←		
くろまるファーム 収穫体験					↔	→			↔	→		



(7) 飲食店・販売場所

①地元食材を取り扱う飲食店

1. ビュッフェレストラン奥河内

「道の駅 奥河内くろまろの郷」内にあるビュッフェレストラン。地元農家が育てた河内野菜をたっぷりと使った料理を堪能することができる。食材は地元の契約農家から仕入れているため、収穫量が少なくあまりお店に並ばない希少な野菜なども味わうことができる。



②地元食材・加工品の販売場所

1. 奥河内ビジターセンター

河内長野市の特産品の販売をはじめ、観光、産業の情報発信も行っている交流施設。イートインコーナーではピザや天然酵母を使ったパン、河内長野の旬の素材を使ったジュースやスープを味わうことができる。



2. あすかてくるで河内長野店

「道の駅 奥河内くろまろの郷」内にある大型農産物直売所。地元の農産物を豊富に取り扱っている。地元の農産物を使ったお惣菜やイートインコーナーもあり、試食などを通して満足いただいた商品を実際に買うことができる。



3. アグリかわちながの

地元農家が丹精込めて育てた新鮮な農産物を豊富に取り扱う農産物直売所。河内長野市の桃やぶどうをはじめ、季節の旬の野菜や果物を買うことができる。



4. 大地の里 友邦

河内長野市の上岩瀬地区にある農産物の加工販売所。河内長野市産の食材を使い、上岩瀬地農産物加工所のお母さんたちが昔ながらの製法で手作りしたお味噌や佃煮、季節のジャムやクッキー、週替わりのお弁当などが販売されている。



5. 西條合資会社

昔ながらの風情あるまち並みを残す高野街道に面する酒蔵。河内長野市の地酒「天野酒」をはじめ、酒粕を使った佃煮やスイーツなどの加工品の販売や酒造場の見学等も実施している。



第3章





4. 富田林市

(1) 「総合計画」「観光ビジョン」での「食」の位置づけ

①「富田林市観光ビジョン」の位置づけと概要

本ビジョンは、本市の最上位計画である「富田林市総合ビジョンおよび総合基本計画」の観光関連分野における個別計画として位置づけ、今後の観光振興を進めていく上での理念や方向性を定めるもので、本市の各個別計画との整合性を図りながら推進するものとして、令和2年3月の策定をめざしている。

本ビジョンは、本市の観光振興の方針や、取り組み内容の考え方を定めるもので、市民がこれまで以上に本市の地域資源に誇りを持つことができるよう、その資源の魅力を最大化していくための方策を検討するとともに、交流人口の増加と地域活性化につながる持続可能な観光のあり方を定めようとしている。そして、行政だけでなく、市民や団体、事業者の自主性や主体性を尊重し、観光に携わるすべての関係者が積極的に取り組めるようなわかりやすい計画をめざすとともに、本市として特に力を入れるべき内容を「重点的に取り組むこと」として掲げ、推進力を持った体制づくりに努めるものにしようとしている。

②「富田林市観光ビジョン」において重点的に取り組むこと

本ビジョンで定める予定のものは以下の3点である。

1. 歴史・文化を活かした観光振興

富田林市の歴史的・文化的価値の高い観光資源をつなぎ、ストーリー性を持たせることでブランド力の向上を図る。

2. 農や自然を活かした観光振興

富田林市の農や豊かな自然と観光を組み合わせ、農業体験など「見て」「体験して」「楽しめる」観光コンテンツの企画や季節性を活かしたプロモーションを行う。

3. 外国人観光客の誘致

多言語対応やキャッシュレス化への対応など、観光地として選ばれるまちとなるための取り組みや受入体制を整備し、観光資源を活かした本市ならではの体験プログラムを通して満足度の高い観光地としての確立をめざす。

③「富田林市観光ビジョン」における戦略（一部抜粋）

本ビジョンでは、戦略の1つとして「魅力ある観光地域づくり」を掲げ、既存の観光資源の分析を行い、その魅力を再認識し、磨き上げを行うとともに、新たな観光資源を発掘・開発することにより、観光客を惹きつける観光地域づくりを推進していこうとしている。

また、各観光資源を“面的”に整備し周遊プランを開発するとともに、本市らしいおみやげや食の充実を図り、市内滞在時間の延長と観光消費額の増加につなげていこうと考えている。

**◆観光資源の磨き上げ**

既存の観光資源を見つめ直し、さらなる魅力向上・活用を検討する。

◆周遊の促進

既存のコンテンツを活かした周遊促進をめざす。

◆観光商品の提案

本市らしい観光商品づくりを行い、訪れて楽しいと感じる魅力づくりを行う。

◆「食」を活用した魅力の向上

本市らしい「食」を活用した魅力の向上をめざす。

④「富田林市観光ビジョン」における「食」の位置づけ

上記のとおり、◆「食」を活用した魅力の向上として本ビジョンに掲げる予定である。本市ならではの地域性、独自性、希少性、季節性を活かした「食」の魅力の向上をめざした、観光しながら楽しめる「食」の充実や「食」にまつわる体験などのコンテンツを検討するとともに、多くの人が地元の「食」にふれる機会を創出し、地域の「食」の認知度向上をめざすとともに、それをきっかけに「食でつなぐ観光」の実現をめざすものとする。

(2) 富田林市の主な農産物など

農業分野においては、都市立地の優位性を生かし、単位面積当たりの収益性が高い農産物の生産を行っている。その代表的な作物が、ビニールハウスで生産されるなす、きゅうりとなっており、冬春なす、そのあとに作付けされる夏秋きゅうりは、大阪府内で一番の生産量を誇っている。

また、地域によっては丘陵地を活かし、古くはみかんの集団産地を形成していたが、輸入が自由化された後は、なす、きゅうり、いちご等の施設野菜栽培、みかんや野菜の直売、観光農園等により経営の安定を図っており、平成5年に開園した富田林市農業公園サバーファームは「香りと実り、自然とのふれあい」をメインテーマとして、大都市近郊における手軽な農業体験のできる場所となっている。

①大阪なす

大阪なすは、色鮮やかな中長のなすで、別名千両なすとも呼ばれ、富田林市を中心に、昭和40年代から施設を利用した栽培が行われてきた。現在は、無加温ビニールハウスを中心に栽培が行われている。

大阪なすの栽培は、まず、10月に種を撒き、11月下旬に台木に接ぎ木し育苗。その苗を翌年1月に定植し、2月中旬から収穫開始。そして、気温が上昇する4月中旬から収穫量が増え、5月から6月に最盛期を迎え、七夕の頃まで出荷が続く。





連作障害対策として、夏に太陽熱消毒、灌水除塩、接ぎ木など一連の連作障害対策技術の普及により、連作が可能となっている。

冬春なす（平成29年産）

作付面積20ha 収穫量1,710 t 大阪府内第1位

②きゅうり

きゅうりは本来夏野菜とされているが、本市ではなすの栽培後に、太陽熱消毒、灌水除塩を行い、8月中旬に苗を定植し9月下旬から12月上旬頃まで収穫されている。特徴は色鮮やかで歯触りが良いことで、サラダや酢の物に合う。

夏秋きゅうり（平成29年産）

作付面積17ha 収穫量901 t 大阪府内第1位

なす・きゅうりの出荷はJA大阪南茄子部会が中心となり選別基準、農薬管理、出荷前残留農薬検査を行い、安定した品質と安心安全な商品として認知されている。



③海老芋

京野菜のひとつとして知られる根菜で、主に富田林市を南北に流れる石川右岸の地域で栽培されている。

この地域は表土が深く有機質を多く含み、排水がよく、かつ適度な湿り気を持つ肥沃な土地のため、海老芋栽培に最適で古くから多くの農家で作られていた。近年は、栽培が難しいことや農家の高齢化に伴い、生産量が減少している。

エビのような曲がり、農家の技により作り上げられたもので、粘り気に富みよく締まった粉質の肉質、優れた風味と少しの甘みがあり、煮ても煮崩れせず、色も変化しない点も特徴の一つで、京料理にも使われており、一般的な里芋とは違って高級食材として扱われている。

最近では、海老芋を使ったコロッケを「富田林コロッケ」として売り出し、イベントでは行列ができる人気商品となっている。



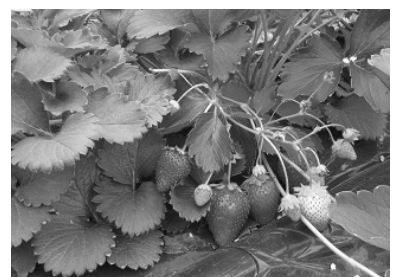
④紅ずいき

ずいきは、なにわの特産物の一つに挙げられ、石川右岸の地域と南東地域で主に栽培されている。



⑤いちご

主に本市の南部の地域で生産されている。出荷販売とともに、観光農園としていちご狩りもされている。





⑥みかん

主に本市の南部地域、中部の丘陵部で温州みかんを中心に生産されている。最盛期には、集団営農により山一面がオレンジ色に色づいていたが、オレンジの自由化以降価格の低迷と高齢化により生産量は減少しているが、一部については出荷だけでなく観光農園として賑わっている。



⑦米

自給的農家を中心に西部の住宅地域などを除き市内全域で栽培されている。農家の一戸あたり面積は小さいが、地域の特色を活かし、付加価値の高いブランド商品として生産されている地域がある。

- ・東條地区の農業団体の実行組合が中心となり有機質肥料だけを使用し、農薬も必要最低限に減らし、大阪エコ農産物として登録されている。
- ・経営基盤強化促進法の権利設定により現在1haの農地でNPO法人が農薬を使わない、肥料も使わない、環境に優しい究極の農業を実践。生産量が少ないため会員消費の余剰分を販売されている。

その他の農産物

トマト、カボチャ、西瓜、枝、ピーマン、オクラ、いちぢく、ぶどう、はくさい、キャベツ、玉ねぎ、ホウレンソウ、こまつ菜、水菜、じゅがいも、さつまいも、ごぼう、大根、かぶ、など

■富田林市の農作物のブランド化に向けた施策（一部抜粋）

安全で安心して食べられる新鮮な地元野菜や果物

本市では、市民ニーズの高い新鮮で安心できる地元農産物のブランド化を図るため、大阪府と連携して大阪エコ農産物認証制度に基づいた大阪エコ農産物の生産に取り組んでいる。米や温州みかんなどの果樹類の他、野菜では、じゃがいも、たまねぎ、しゅんぎく、こまつな、ほうれんそう、トマトなどが大阪エコ農産物の栽培基準で栽培され、「大阪エコ農産物」として出荷されている。

大阪エコ農産物認証制度

農薬の使用回数、化学肥料（チッソ、リン酸が含まれている）の使用量を慣行栽培の5割以下に削減して栽培された農産物を府が市と連携して「大阪エコ農産物」として認証する制度。認証された農産物は認証マークを表示して販売することができ、栽培責任者は、これを活用し当該農産物の商品価値を高めることができる。

直売所

富田林市農業公園サバーファームの「にこにこ市場」には、専業農家だけでなく比較的小規模生産されている方も出荷し、安心安全新鮮な野菜などを購入したい利用者に好評。更に利



用者に一層喜んでいただくため、年末年始を除き年中無休で営業。

また、付近にも個人直売所が6か所あり、こだわりの野菜やいちご、みかんなどを販売している。

(3) 富田林市の郷土料理

本市には、その地域で古くから伝承されている「郷土料理」と呼ばれる料理は存在しないが、各事業者が地元食材にこだわったメニューや加工品を開発するなど、本市でしか味わえない、本市ならではの逸品として提供している。

また、富田林の生産者が、富田林地域の自然や文化、伝統、工芸を掘り起こし、試行錯誤を繰り返してできたこだわりの商品を「富田林ブランド」として登録し販売している。

(4) 「富田林ブランド」(食に関するものを一部抜粋)

1. 楽豆屋 すえひろやつつまめ (ビーンズ工房 楽豆屋株式会社富士屋製菓本舗)

昔ながらの職人による伝統的製法にこだわり続けて、豆(落花生、大豆、黒豆、アーモンドなど)本来の香ばしさを活かしながら新しい健康的な素材も取り入れている。

2. 寺内町せんべい (株式会社柏屋葛城堂)

歴史ある古い町家の面影を玉子せんべいに焼印で表現。口溶けが良くソフトな食感が特徴。

3. 富茶粥セット (富田林地域ブランド開発グループ)

河内地域で昔から食されていた河内伝統文化といえる茶粥の懐かしい味をレトルトパック商品として再現。

4. 寺内町 あてまげの辻 (和菓子工房 あん庵)

富田林寺内町に現存する「あてまげの辻(道)」をモチーフにし、昔ながらの「麦」を炒った「麦こがし粉」を使って懐かしさを、カカオパウダーとアーモンドパウダーでまろやかさとモダンさを演出した商品。

5. 富田林特産品 (富田林市生活改善クラブ連絡協議会)

富田林特産の「なす」と「きゅうり」を使った漬物、「いちご」「ぶどう」「みかん」を使ったジャムなど。その他。みかンドレッシングは甘酸っぱい味わいが魅力で肉料理との相性も抜群。地場産の素材を使った安心・安全な特産品。

6. 河内ボン酢「露っこ」(富田林市生活改善クラブ連絡協議会)

富田林産の「みかん」「ゆず」のコラボレーション商品。「露っこ」の名前は富田林出身の歌人「石上露子(いそのかみつゆこ)」から名付けられた。

**7. アズマ養蜂場の100%純粋はちみつ（アズマ養蜂場）**

地元富田林の花の蜜のみを使用し、添加物は一切加えず、長年の経験で作られた逸品。

8. みつばち農園のローヤルゼリー（みつばち農園）

大阪府内で唯一、ローヤルゼリーのみに特化した養蜂スタイルで生産。

9. さしみ卵（寺西養蜂場）

雛から育成し、金剛山の湧水を使い、より卵独特の臭みがないよう独自の配合飼料で飼育し、当日産んだ卵を出荷。

10. 赤ねこ餅（八町茶屋）

昔からの赤ねこ餅に富田林産の餅米を使用し、小麦と合わせて餅にし、きな粉をまぶした素朴で懐かしい味。サクサク切れて餅のように伸びず、喉に詰まりにくく、入れ歯にもくっつきにくい特徴。

11. ぼん大福（まるごとみかん大福）（株式会社柏屋葛城堂）

富田林産の「大阪エコ農産物認定」のみかんをそのまま丸ごと使用し、みかん本来の甘酸っぱさを最大限に生かした大福。

12. 自然農法米「嬉さん」（NPO法人富田林自然農法根っ子の会）

無肥料・無農薬・無消毒・除草剤なし・自家採種。肥料を与えないことで稲本来の生命力が上がり、体内に薬毒が入らず、味が濃く美味。

13. いちごコンフィチュール（南農園）

100%、南農園のいちご（とちおとめ）を使用。いちごの季節以外にも当農園のいちごを食べていただきたいとの思いから開発。

14. えび芋かりんとうMIX（開屋本舗株式会社）

富田林で採れた海老芋を使用。野菜の味をそのまま活かす加工方法で作られた海老芋のかりんとう。

15. とんだばやし なす ケーキ（社会福祉法人 こそせ福祉会 拓共同作業所）

富田林産のなすをたっぷり使用し、具材の美味しさ、ケーキ生地的美味しさ、いっしょに食べたときの美味しさの3回の美味しさが味わえる。

16. いっちゃんバーム（お菓子の夢工房 樹）

富田林産の産みたて卵やはちみつ、富田林で加工された生クリームをたっぷりを使用。小麦粉も国産にこだわり、ふんわりしっとり焼き上げる。



(5) 富田林市内で行われる「食」にまつわるイベント

と き	イベント名	概 要
春	じないまち四季物語 「春」じないまち 雛めぐり【3月】	「じないまち雛めぐり」では、民家や商店、町かどなど約100カ所で、春の花とともにお雛さまが飾られるイベント。出店もあり、食べ歩きが楽しめる。
	滝谷公園 桜祭 【4月】	滝谷公園にて、桜の開花時期に合わせて、ぼんぼりを飾り夜桜のライトアップを実施し、来園者が楽しめるように公園を開放する桜祭を開催。また、桜の満開時期に合わせて、桜祭コンサートなどの催しを行う日もあり、桜の下でお弁当を広げる様子が伺える。
夏	じないまち四季物語 「夏」富田林寺内町 燈路【8月】	「富田林寺内町燈路」は、蔵の白壁や木格子が並ぶ古いまちなみを約1,000基の行灯の明かりが照らし、幻想的な風景が浮かびあがる富田林の晩夏の風物詩となっているイベント。食べ歩きが楽しめる出店や子ども縁日なども行われる。
秋	商工祭【11月】	レインボーホール（市民会館）にて、青果や地域特産品の展示・即売や市内飲食店によるうまいものコーナー、商工会青年部・女性部などの各種団体による模擬店やイベント、大抽選会を行う商工祭が開催される。
	農業祭【11月】	富田林産の新鮮な野菜や果物などの販売や、大鍋を使って富田林特産の海老芋入り豚汁が無料でふるまわれる。
冬	金剛きらめきイルミネーション	市の観光振興に資することを目的として、500mの通りでイルミネーションを実施。 (点灯期間：11月下旬～翌年1月下旬)
	金剛バル★Winter Land【11月】	金剛地域やその周辺地域において、商業と観光、さらに地域住民が連携し金剛地域のにぎわい創出と市民のふるさと意識の醸成を図るためのイベントを開催。イルミネーション点灯式当日に合わせて商店会や住民とバルやステージイベント等の催しをする事により、住民と一緒に地域のにぎわいを創出。
	じないまち四季物語 「冬」新春・初鍋めぐり【1月】	「新春・初鍋めぐり」は、地域の方々がぼたん鍋やおでん、中華そばなど30種類を超える温かい食べ物を中心に鍋料理などをふるまうイベント。



(6) 富田林市の「食」にまつわるカレンダー

富田林市農業公園サバーファーム 収穫物予定表 【★：植付体験、★：種まき体験】												
品 種	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
いちご					→				★			←
玉ねぎ				←→							★	
エンドウ					←→							
キャベツ		⇔		⇔			★					
春じゃがいも		★			⇔							
中玉トマト			★			←→						
ぶどう							←→					
スイートコーン				★			←→					
ミニトマト							←→					
ピーマン						★	←→					
ししとう							←→					
さつまいも					★				←→			
里いも			★							←→		
ほうれん草				→						←→		★
大根	→										←→	
秋じゃがいも								★			⇔	
白菜		→							★		←→	
ブロッコリー		→										←
小松菜			←→									→

※天候等により収穫時期が変更になる場合あり

富田林市農業公園サバーファーム 料理教室予定表												
メニュー	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
いちご大福作り	●	●	●	●	●							
ぶどう大福作り								●	●			
さつまいも大福作り										●		
みかん大福作り											●	
キウイ大福作り												●

参考文献

富田林市農業公園サバーファーム「2020 イベントカレンダー」

富田林市ブランド認定委員会事務局「とんだばやしのええもんブランド」

富田林商工会「大阪府富田林ブランド」

<http://www.tonshow.or.jp/tondabayashi-brand/index.html> (2020年1月1日閲覧)



5. 岸和田市

(1) 「総合計画」や「観光計画」での位置づけ

①第2次岸和田市観光振興計画について

岸和田市にはおいては全国的な知名度のあるだんじり祭をはじめ、岸和田城、歴史文化、海や山などの豊かな自然環境、特産物などの観光資源が存在するが、これらを市民の暮らしや産業として結びつけることで、地域活性化の方策とした観光振興のために平成29年3月31日策定。（前計画は平成19年度策定）

②観光振興で目指す姿

<第2次岸和田市観光振興計画の基本的な考え方>

地域資源の魅力を再発見・深化し、さらなる賑わいを創出する。

「食」に関しては以下の3点が挙げられている。

1. 岸和田市の強みとして「彩り豊かな地のモノ」

- ・水産資源 いかなごやしらす、いわし、カレイなどが取れ、漁獲高府内1位
- ・農作物 水ナスや桃などの特産物があり、農業産出額府内2位

2. コンテンツ基本方針

- ・インバウンド観光の推進
- ・体験交流型観光の推進
- ・お土産、食などの充実と地域活性化

3. 市の役割としてターゲットに適した周遊、見物、食、土産、体験コンテンツの開発

③物産を岸和田ブランドとして認定し認知度向上を図る

岸和田ブランドとは

※岸和田ブランド認定委員会ホームページより抜粋

岸和田市には、岸和田漁港・春木漁港の水産物、水ナスや包近^{かねちか}の桃などの農産物、繊維や木材関連の製造業など幅広い産業があり、その技術水準も非常に高く評価されています。このような地域資源を生かした商品の発掘や開発、健康や集客交流などのサービスを新しく創り出すことにより、岸和田の魅力を全国に向かってアピールし、活力あるまちづくりに寄与することを目的としています。岸和田ブランド認定委員会（事務局：岸和田市・岸和田商工会議所）では、「岸和田らしさ」を備え、優れた製品として一定の基準に適合するものを、「岸和田ブランド」として認定し、情報発信や販売促進することで岸和田市の知名度向上を図り、地域経済の活性化を目指しています。



岸和田ブランド

「食」に関しては以下を認定

- ・農作物 包近の桃、泉州水ナス、玉ねぎ（クイーンオニオン）。
- ・食 品 しらすちりめん、水なすぬか漬、彩誉人参ドレッシング、もも飴（桃の甘酒）、地酒、塩昆布、和菓子、味噌。



(2) 「地元食材」

①水産資源

漁獲高府内1位（大阪府全体の7割強）。

巾着網漁法と船びき網漁法を主とする。

●シラス

「シラス」とは、体の細長い、黒い色素がまだ発達していない仔魚の総称であるが、大阪湾で漁獲されるほとんどは、「カタクチイワシ」の仔魚。

岸和田では生しらすを提供する店舗あり。

●マイワシ

大阪湾のマイワシのほとんどは、四国や九州沿岸で生まれたものが、黒潮に乗って紀伊水道から入り、河川からの栄養豊富な水が流れ込む大阪湾中北部の海は、餌となる珪藻類が豊富なため、脂が乗り丸々と太ったイワシは味がよく、「金太郎いわし」と呼ばれ築地市場でも高値で取引される。

岸和田ではG20大阪サミットに「金太郎いわし」として提供し採用される。

●イカナゴ

イカナゴは12月～1月頃に産卵し、2月下旬～3月上旬頃に解禁される。イカナゴ新子漁は資源を守るため毎年、解禁日や休漁日を決めている。鮮度の高いイカナゴの「くぎ煮」（醤油、砂糖、みりん、酒、生姜などを釜で水分がなくなるまで炊き込んで作る。炊きあがったイカナゴの見た目は茶色く曲がっており、錆びた釘に似ていることから呼ばれるようになった）は地元で愛されている。

●スズキ

大阪湾に生息する最も大きい魚のひとつで、最大1mまで成長。大阪湾はエサが豊富なため、他の海域より成長が早い。上品で淡泊な白身は多くの料理に使え、夏に旬を迎える。

●サワラ

4～6月頃産卵のため太平洋から紀伊水道・大阪湾を通過して播磨灘に移動し、9～12月頃冬を越すため反対に播磨灘から大阪湾・紀伊水道を通過して太平洋に移動するため大阪湾では、春と秋の2回漁期がある。

鰯の字の通り春を告げる魚であるが、夏に豊富なエサがある大阪湾で育った秋のサワラは旨味たっぷりの脂が乗る。

●マアナゴ

美食家の北大路魯山人も「アナゴがうまいのは堺近海だ」と書き記している。

天ぷらにして青ネギと醤油をかけて食べるのが泉州流。



●マダコ（泉たこ）

大阪湾は、エサとなるエビやカニなどが豊富で、潮の流れが穏やかなことから、柔らかくて風味の良いマダコが育つ。

岸和田市では、天正年間（1573～86）岸和田城が根来・雑賀衆に責められ落城寸前のとき、大蛸に乗った一人の法師と数千の蛸が敵兵をなぎ倒し城の危機を救った、その数日後、城の堀から矢傷・玉傷を無数に負った地蔵が発見されたという話が、岸和田市・天性寺に絵巻物として残っている。また南海電鉄の駅名にも「蛸地蔵」はなっており、古くからタコとの関わり合いが深い。

●わたりがに

秋に旬を迎えることから岸和田では「だんじり祭」には欠かせない食べ物。親族や友人が集まって舌鼓を打つ光景は、だんじりシーズンの風物詩とも。天敵であるマダコが多い年は漁獲量が減少する傾向がある。

●マルアジ

大阪湾で漁獲されるアジは、「マアジ」と「マルアジ」の2種類。マアジは春から夏に旬を迎えることに對し、マルアジの旬は秋から冬。マルアジは傷みやすい魚のため手早い処理が必要であるが、特に旬のマルアジは脂がのっており、刺身が絶品。

●カレイ

刺身や煮付けにして食す。岸和田では、12月下旬から産卵のため防波堤の近くまで接近するため、釣り人の間では「クリスマスカレイ」と呼ばれ、非常に人気のターゲットとなる。

②農作物

農業産出額府内2位

岸和田市の強みとしては、豊かな自然として、臨海部、平地部、丘陵部、山地部と、海から山まで多様な自然環境が挙げられるが、農作物については山地部のみかん、丘陵部の桃、平地部の玉ねぎなど各地域特性を生かした生産を行っている。

●包近の桃

岸和田ブランドとしては、包近実行組合の化粧深箱の桃に限り認定。

消費地である京阪神に近いということで出荷直前まで木に実らせた完熟の桃。

6月に極早生の「はなよめ」から始まり、「日川白鳳」、「白鳳」、「清水白桃」、「まさひめ」と8月上旬までの出荷。

マルヤファームの桃は、世界でもっとも高い糖度を記録した桃として2014年5月にギネス認定。





●泉州水なす

岸和田ブランドとしては、いずみの農業協同組合のA品に限り認定。

栽培には3つのパターンがあり、現在ではほぼ1年中食することができる。

- ・ビニールハウス（加温）栽培 出荷時期 2月下旬～7月上旬。
- ・ビニールハウス（無加温）栽培 出荷時期 4月下旬～9月上旬。
- ・露地栽培 出荷時期 6月下旬～11月上旬。



●泉州たまねぎ

岸和田ブランドとしては、グリーンフィールド株式会社の甘くて柔らかくてフルーティー、生で食べておいしい玉ねぎのクイーンオニオンを認定。水分が多く、甘みがあり柔らかいのが特徴。



●彩誉（あやほまれ）：人参

岸和田で開発された品種。独特のクセがなく、生で食べても甘くておいしい、熱を加えて調理をすればさらに甘さが引き立つ衝撃の人参。

現在は徳島県、千葉県、埼玉県、茨城県、長崎県、熊本県など全国約2000haで栽培。

●春菊

大阪府における生産量は全国で1、2を争い、岸和田は府内では堺市に次ぐ2位の出荷量。

●無花果

主な品種は栴井ドーフィン、8月～10月に出荷。

無花果は輸送性、貯蔵性に欠けることから都市近郊果樹として発展。

●温州みかん

大阪府内では和泉市に次ぐ2位の出荷量、柑橘類の栽培の歴史は文献によると、鎌倉時代末期まで遡るが、大阪での産業の形態としては約300年前に岸和田に導入されたことに始まる。

③「郷土料理」

豊富な水産資源に恵まれたことから、魚介類を使った料理と、だんじり祭の時に食すものが郷土料理として発展した。

●ごより豆

「ごより」とは、大阪湾で獲れる雑魚を天日乾燥したもので、ネプト（テンジクダイ）やエビジャコ（小型のエビ）と呼ばれる魚介が主となる。

昭和30年以前までは岸和田にも砂浜が残っており地引き網漁が盛んであった。網にかかった小魚は、まとめて広げられ天日干しの後、集めた魚の中から売れるものを取り出した後に残っ



た雑魚が「後寄り（ごより）」と呼ばれるようになった。それを大豆と一緒に甘辛く炊いた料理が「ごより豆」である。

ひと昔前までは、どこの家庭でも常備菜として置かれていたというのが、地引網漁が盛んであった時代は網にかかった全ての魚が砂浜に引き上げられていたが、現在は、船が沖合で網揚げを行うので、船の上に魚が揚がった段階で選別も行われるため、雑魚は予め加工業者が漁師に頼んでおかないと、その場で海に戻されてしまう。そして、岸和田市内でも加工業者がほとんど無くなったため「ごより」は減少している。



●じゃこごうこ

昔は豊作で取れすぎた水なすは、冬の間の保存食として糠床へ漬け込み古漬けとして食べていた。その古漬けを一晩水で塩抜きしたものと、えびじゃこを土生姜、砂糖、みりん、醤油で炊いた料理。



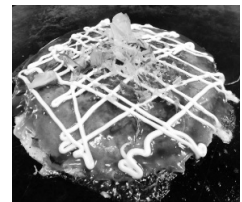
●がっちょのから揚げ

がっちょ（ネズミゴチ）は、泉州ではエサにがっつく魚ということで「がっちょ」と呼ばれ、夏に旬を迎える。高級てんぷら店のネタにもなるとのことであるが、岸和田では居酒屋の定番メニュー。



●かしみん焼き

俗に言う洋食焼きの一種。小麦粉を伸ばし、刻みキャベツの上に、鶏（かしわ）と牛脂をミンチ状にしたものを乗せて焼いたものであることから「かしみん」と呼ばれるようになった。



●かんとだき

いわゆるおでん、関東炊きのこと。だんじり祭の定番料理であり、祭禮時には青年団、若頭などの本部にも大鍋で煮込んだものがかなりの確率で存在する。

④「地元食材を使った加工品」

岸和田ブランドとして展開

●しらすちりめん

義丸水産冷蔵株式会社のしらすちりめん（太白）

岸和田港から最も近い加工場へ、鮮度にこだわり、ゆで上げ後に水分を25～35%程度まで乾燥させた上干と釜揚げしらすの中間にあたる干し加減。





●水なすぬか漬

内山商店の水なすぬか漬「泉州久米田漬®」
岸和田観光農園の水なす漬（ぬか漬）A級品



●彩誉人参ドレッシング

あぐり工房

原材料については、メインの彩誉人参はもちろんのこと、玉ねぎ、レモン、白みその米に至るまで原材料は岸和田産にこだわっている。



●もも桃（桃の甘酒）

株式会社岸和田南宗

百五十年の歴史を誇る泉州で唯一の味噌処である（株）岸和田南宗が包近の桃を使用した、ビタミン類をはじめ食物繊維やオリゴ糖、アミノ酸やブドウ糖などを豊富に含んだ飲料。



●純米大吟醸三輪福 米の華

井坂酒造場

昔ながらの寒造りを守り、洗米から醸造、压榨まですべて自社内で行っている。

G20大阪サミットに提供し採用される。



※岸和田ブランド以外にも、桃のジェラート、桃のジャム、桃の酵素液（桃の妖精）、いかなごのくぎ煮、たこ飯の素、みかんのジェラートなどの商品がある。

(5) 「食イベント・ツアー」（過去5年間）

●岸和田城お城まつり（4月）

野点ではお茶請けとして岸和田ブランドの和菓子を使用。

泉州の物産展（31回目）を同時開催し、地酒、彩誉人参ドレッシング、がっちょのから揚げ、泉たこを使ったタコ焼き、地元の農作物等を販売。

●牛滝山もみじまつり（11月）

地元の野菜（水なす、彩誉人参）などをを中心にした揚げたての天ぷら、地酒、地ビール、和菓子などを販売。

●農業まつり（11月）

- ・販売…農産物、林産物、地元米つきたてもち、地場野菜入りうどん。
- ・試食…地場農産物料理。



●泉州寒づくりの宴（2月）

- ・地酒と地元食材を使った料理。
- ・わたりがに鍋、水なす、ふか、ごより豆、じゃこごうこ、がっちょのから揚げ。

●岸和田藩 食の宴（平成29年度まで、3月）

- ・岸和田城二の丸広場にて南泉州の食材を使った料理。
- ・タココロケ、水なすうどん、がっちょのから揚げ、泉たこのから揚げ、人参彩誉の加工品。
- ・岸和田藩“地のもん”食体験。
にぎり寿司・季節の和菓子・石釜でピザづくり。（がんこ岸和田五風荘・小山梅花堂・観光交流センター）

●収穫体験（申し込み制）

- ・水なす…4～10月
 - ・じゃがいも…2～6月（全4回）
 - ・さつまいも…5～9月（全3回）
- ※水なすについては随時収穫できるため不定期・複数回の開催。



岸和田市「食」カレンダー

海産物

品 目	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
シラス												
マイワシ												
イカナゴ												
スズキ												
サワラ												
マアナゴ												
マダコ（泉たこ）												
わたりがに												
マルアジ												
カレイ												

農作物

品 目	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
水なす（ハウス加温）												
水なす（ハウス無加温）												
水なす（露地）												
桃												
たまねぎ												
人参（彩誉）												
春菊												
無花果												
温州みかん												



6. 泉南市

(1) 総合計画、観光振興ビジョンでの「食」の位置づけ

泉南市の最上位計画である「第5次泉南市総合計画」（平成25年）では「食」について次のように定める。「産業の活力が増し、にぎわいと交流が生まれるまち」をテーマとし、その達成のため「大地と海からの恵みとして、おいしく安全な食料を供給し続けるとともに、魅力的な農業と漁業のあるまち」、「豊かな地域資源を有効に活かし、さまざまな人びとが行き交う観光・交流のまち」を目指すべき姿としている。農・漁業共に担い手不足や生産高の減少に直面し、その振興が喫緊の課題となっている。農業および漁業の振興を図るため、農産物のブランド化や産物の直販を通じて観光や交流の場としての充実が求められているのである。このうち観光に関しては地域資源を活かすため、地元の特徴ある農水産物やこれらを利用した食品や料理などの食ブランド化をはじめ、魅力的な土産品などの特産品の開発を進めることで、観光の大きな要素である食文化や特産品の魅力を高めるとされる。

「泉南市観光振興ビジョン」（平成28年）では、地域資源を活用してシティブランドの構築を図るため、「地産地消」をキーワードとし、「食」の造成に向けた取組が必要であるという認識のもと、特産品の中でも、認知度の高い「水なす」、「玉ねぎ」、「泉ダコ」「アナゴ」などに注目し、それぞれの個別PRに併せ、生産者と飲食店とをマッチングした事業連携を企画し、生鮮野菜や海産物を使用するグルメ事業が有効であるとする。

(2) 泉南市の主な産物

①農産物

泉南市では大都市近郊という立地から都市型農業が営まれている。山間部が主産地となる梅などを除き、主に平野部や丘陵部が耕作地として利用されてきた。府下有数の出荷額を誇り、なかでも圧倒的に野菜が多い。

近年、都市開発や担い手不足のため、経営耕地面積や販売農家戸数がかなり減少し、また遊休農地の増加などの問題が深刻化しつつある。市では従来の農業振興施策に加え、農業塾や砂栽培プラントを設けることで、新たな担い手育成に取り組んでいる。

1 泉州水なす（なにわの特産品）

泉州地域において江戸時代の初期から栽培されている、皮が非常に柔らかく水分を多くふくんだ茄子。農作業の合間に手で絞り、茄子から出る水分で喉の渇きを潤したことから「水なす」と呼ばれる。

皮は繊細で傷がつきやすく輸送が困難なため、一昔前までは地元地域のみで消費されていた。



2 泉州黄玉葱（なにわの伝統野菜）

泉南地域で明治時代に選抜された黄色玉ねぎ。代表的な品種は、今井早生（いまいわせ）や貝塚極早生（かいづかごくわせ）がある。食感はみず





みずしく柔らかく、甘味が強い。早生のものほど、形が扁平となる。市内新家地区にある「立功成徳碑」（大正2年建立）は、明治時代中期から後期にかけ、泉州玉ねぎを流通ルートに乗せることに成功し、海外にも輸出した森本徳松を顕彰する。

3 里芋（なにわの特産品）

「泉州里芋」と呼ばれ、他と比べて食物繊維が豊富できめ細かいことから料亭などで重宝されてきた。大正時代に河内地域の石川早生の種芋を栽培したことに始まり、以降栽培法の確立や品種改良を重ね、現在では収穫量、出荷量共に大阪府下一番を誇る。以前より市の特産品の原料とする取り組みが行われ、スイーツや焼酎造りが試みられている。



4 ネギ

大阪は古くからのねぎの産地で、現在の難波周辺で栽培されていた難波ねぎが、京都の九条ねぎの原種ともいわれる。泉南市では年間を通して府内有数の産地となっている。

5 梅

金熊寺地区は古くから泉州の梅の名所として知られる。江戸時代初期、信達神社神主に「この地に梅樹を植えると神領益々隆盛となる」とのお告げがあり、神主一族および土地の人々の手によって白梅を中心とした梅が栽培されたことに始まる。金熊寺梅は肉厚で種が小さく良質で、地元では梅干しや梅ジュースの原料として使用されている。



6 サラダハウレン草（大阪エコ農産物）

ハートランド株式会社がハウス栽培するサラダほうれん草は、アクが少なくやわらかく、生食が可能である。ビタミンCや鉄分、カロチンなどの栄養が豊富に含まれており、サラダや炒め物に適している。農薬を天然物由来のものに限定し、散布回数を減らすなどの取り組みにより、大阪エコ農産物に認証され、24時間コンピュータ管理のハウスで均一品質を保ち、厳格な衛生基準を満たす。



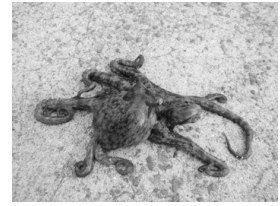
②海産物

市内には岡田浦漁港と樽井漁港の二つの漁港がある。共に古い歴史を持つが、関西国際空港開港に伴う臨海部の埋め立てといった環境変化もあるなか、都市型漁業への転換を経つつ操業を続けている。特に近年は担い手不足や漁獲量の減少もあって、漁家、漁船の減少が顕著となっている。年間約300トンの水揚げがあり、シラスやマアナゴ、太刀魚、鯛、真蛸などが多い。このほか、樽井漁港内では民間事業者による海上釣り堀が営業され、天然、養殖を織り交ぜた様々な魚へのアタックを楽しむことが出来る。



1 真蛸（泉だこ）

餌となるエビなどが豊富で、加えて水流が穏やかなことから大阪湾で育ったタコは、「やらこて、旨い」と評される。地域ブランド「泉だこ」として登録され、大阪産（もん）にも。岡田浦漁協では泉だこを使ったタコ飯やタコロッケとして提供される。市内では弥生時代の蛸壺が出土し、中世には蛸壺作りの様子が具体的にわかる集落跡が発見されるなどしており、古くより貴重なタンパク源であったことがわかる。



2 マアナゴ

古くからアナゴ漁が盛んで、水揚げされたアナゴは押し寿司や天ぷら等に使用され、代表的な伝統食材のひとつであった。しかし、平成16年に140 t あった漁獲量が平成29年には3 t となるなど、この十数年でアナゴの漁獲量が激減している。平成27年、アナゴの保全・再生を図り、水産業の振興並びに市全域の活性化を目的として、岡田浦漁業協同組合が主体となり、近畿大学水産研究所と泉南市との産官学連携によって、アナゴの養殖事業に取り組んでいる。養殖成果の実験と検証を重ねつつ、本格出荷に向け少しずつ生産量を増やしている。現在はふるさと納税の返礼品のほか、市内外の飲食業者とタイアップしたPRイベントなどで試食提供されている。G20大阪サミット開催時には、プレスダイニング及び代表団レストランにおいて提供された。



③郷土料理

広く泉州地域で食される「じゃこごうこ」や「ごより豆」、「水ナスの浅漬け」などのほか、行事食として今も受け継がれる押し寿司などがある。

1 押し寿司

泉南市の秋祭りは勇壮なやぐら曳行のほか、神輿渡御や稚児行列によって賑やかに繰り広げられる。各家庭では秋祭りのご馳走として押し寿司が用意された。大きいものでは2升にもなる木型へ、地元のものを中心に具材と酢飯を入れて作る。具材は各家庭で異なり、エビと魚のそぼろ、エビのむきみ、しめ鯖、焼きアナゴ、しいたけの煮しめ、いりたまごなど。味つけは、醤油とみりんでしっかりめにつけ、やわらかめの酢飯と合わせるのが昔風。木枠に酢をふりかけ、下から、薄板、バラン、酢飯、具材、バランの順に積み上げて、木枠いっぱいになるまで3段は詰め、最後に上に重石をのせて一晩置き、木枠ごと濡れ布巾でくるんでおけば祭りの間は美味しく食べることが出来たとのこと。



④地元食材を使用した加工品

地産品を用いた加工品、オリジナルメニュー、スイーツ等の開発を目指して、様々な取り組みが行われているが、事業ベースにまで乗ったものは多くない。



1 せんなんの玉ねぎドレッシング

泉南市総合交流拠点施設「サザンぴあ」で開発・販売されている。地産玉ねぎを使用したドレッシング、他に焼肉のタレも。



2 金熊寺梅の梅干し

金熊寺梅林組合による手作り梅干し。素材の持ち味はそのままにしょっぱい味のする昔ながらの梅干し。イベントなどで販売される。また各家庭などでもそれぞれの金熊寺梅干しが漬けられている。



3 タコロッケ

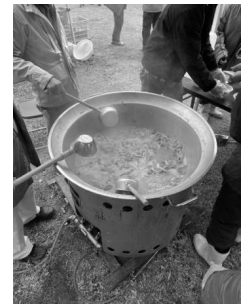
岡田浦漁業協同組合が日曜朝市などで販売している。泉だこがふんだんに入ったコロッケ。揚げたては口一杯に泉だこの風味が広がる。



⑤食のイベントなど

1 せんなん農と海の恵みのマルシェ（11月頃）

農業公園「花咲きファーム」の活性化を図るとともに、飲食物や農水産物の販売などのサービスの提供を通じ、1次産業の活性化に寄与するイベント。地元で収穫された新鮮野菜の販売や地元食材を使用した料理の提供を行う。泉南あなごの天ぷらやタコロッケの販売、しし汁の試食などが行われる。



2 泉南マルシェ（10月）

地元食材について学び、感謝しつつ消費する、「地産知消」をコンセプトに掲げ、毎年異なるテーマ（＝食材）にちなんで開催される。市商工会のほか市内事業者を中心とした約50店舗による物産展を中心に、テーマとなった食材への感謝祭や料理試食会、食材にちなんだクイズ大会などのプログラムがある。

3 おさかなフェスティバル（11月）

岡田浦漁業協同組合主催の地産地消イベント。大阪湾の海産物の魅力発信を通じ、魚食普及、漁業振興を目指す。一般参加セリ市や泉だこ尽くし、ダンスステージ、「海の生き物」ふれあいタッチプールやひっかけ釣りコーナーなどで賑わう。

4 栗拾いハイキング（10月）

泉南市に残る里山の美しく懐かしい風景を味わいながら、清流沿いに歩き、生物や草花を観察、山間部の栗林で栗ひろいを楽しむ。現地での焼き栗やお土産の栗もあり。





5 日曜青空朝市

岡田浦漁業協同組合が毎日曜日に開催している恒例朝市。岡田浦漁港で水揚げされた大阪湾の地魚、鮮魚の直売のほか、名物のタコ飯、アナゴの天ぷら等の販売も。令和元年12月をもって閉店し、令和2年4月に開園予定の（仮称）泉南市営りんくう公園内に新しく出店する予定となっている。



⑥泉南市の産物カレンダー

品 目	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
ミズナス												
タマネギ												
サトイモ												
ネギ												
ウメ												
マダコ												
マアナゴ												

第4章

講義録・講演録

1. 第1回研究会（令和元年6月12日）…………… 63
基調講義：「食」で考える大阪の持続可能な観光研究会を進める
にあたって
株式会社地域計画建築研究所地域産業イノベーショングループ
チーム長 高田 剛司
2. 第6回研究会（令和元年11月21日）…………… 74
公開講座：食をテーマに、街の魅力を高め合う仕組みについて
～“伊丹まちなかバル”のアイデアから学ぶ～
伊丹市都市活力部参事 綾野 昌幸氏
3. 第8回研究会（令和2年1月28日）…………… 87
公開講座：大阪の地元食材や郷土料理の魅力を観光振興へいかす
～テレビドラマの料理からヒントを探す～
有限会社貴重・ごちそうプロデューサー 広里 貴子氏



令和元年度研究会
 「『食』で考える大阪の持続可能な観光研究会」(第1回)
 日時：令和元年6月12日(水) 14:00～17:00
 場所：マッセOSAKA 第7研修室

1. 第1回研究会講義録

指導助言者による基調講義

『食』で考える大阪の持続可能な観光研究を進めるにあたって

講師：高田 剛司 氏
 (株)地域計画建築研究所 (アルパック))

研究の枠組み

この「『食』で考える大阪の持続可能な観光研究会」は2年間取り組むということなので、最初に食と観光に関する情報提供と、研究の枠組みについてお示ししたいと思います。

最初のスライドにおいしそうな写真を載せました。これは奈良市にある、奈良の伝統野菜を使った「粟」というレストランです。できれば、話だけでなく、こういう実際の現場にも皆さんと視察に行けたらと思っています。

それでは、今日の話の内容です。いきなりフードツーリズムという言葉を使っていますが、食と観光を考えたときに、今フードツーリズムやカリナリーツーリズム、ガストロノミーツーリズムなどいろいろな言い方をするので、そのあたりの話をまずさせて頂きたいと思います。そして、日本の中でフードツーリズムが今まさに盛り上がっている最中ですが、これがどのように発展してきたのか、それから着地型観光の話、研究会の進め方という順番で話をしていきたいと思います。

3+1のキーワード

今回の研究会の名前は「『食』で考える大阪の持続可能な観光研究会」ということで、四つのキーワードがあると思います。食、観光、大阪(地域)、それを持続可能に進められるにはどうしたらよいかということです。

まず、「食」についてです。今回、応募申請書に、それぞれの自治体にどのようなものがあるかを書いていただきましたが、研究を進めていくに当たって、それをもう少し深掘りしていく必要があると思います。地元の食材、その食材を使った料理や加工品、あるいは郷土料理など、何を一番売り出そうとするのか、売り出す前に、まず何があるのかということをしっかりと調べておく必要があります。次に、「どこで」ということです。どこで食べられるのか、どこで買えるのか。例えば卸売市場は一つの重要な食の場所ですし、漁港にある市場もそうかもしれません。あるいは商店街、飲食店が集積しているところであれば飲食店街。それから道の駅も大事な場所になります。そして、農産物直売所や個別のレストラン。最近では農家レストランという言葉も聞いたことがあると思います。それから、言葉としてはオーベルジュは聞いたことがありますか。レストランをメインに宿泊ができる場所です。さらに言うと、田んぼや畑、果樹園、あるいは漁船など、生産場所もあります。これは観光に取り組んでいく上での「場」の要素です。また、いつ食べられるのか。もちろんいつ行っても食べられるのはあるのですが、例えば食のイベントや食に関するツアーなど、



食べる機会には今どのようなものがあるのかということを調べていく必要があるかと思います。

二つ目のキーワードは、「大阪（地域）」です。食の要素もかなり地域を意識してということになるのですが、もっと地域のことを考えると、誰がそういった食材や料理などを供給・提供しているのか、あるいは受け入れているのかということになります。やはり観光業だけでなく、一次産業や三次産業の人など、観光にはいろいろな業種の人に関わってきます。併せて住民の方も地域の担い手としては大事な担い手になります。また、地域ということでは、「どこで」という、食べる場所の景色、雰囲気、景観も非常に大事です。大阪は、富田林もそうですが、伝統的建造物群保存地区のようなところもあれば、そういう地区でなくても昔ながらの農家、民家も面白い要素になると思います。

三つ目は「観光」です。今回、研究していく内容を誰に売り込んでいくのか。その対象も、考えなければいけない大事な視点です。最近、特に大阪はインバウンドのお客さんが多くなっていると言われていますが、消費で言えば、やはり国内の観光客も十分なボリュームがあるので、国内観光客、あるいはインバウンドのお客さんです。また、住民が市内を楽しむ姿も観光だと思うので、住民の方も観光客の対象と考えてよいのではないかと思います。そのときに、どこに住んでいて、どんな年齢の人で、どんな世帯構成で、どんな趣味嗜好を持っていたりするように、よりブレイクダウンした分類を考えていて、では誰に対してこの食を売っていくのかということ、最終回の提案までに、ぜひ考えていただきたいと思います。併せて、「どのように」という、交通手段や情報手段の売り込みも大事です。

以上の三つの要素をしっかりと考えながら、食を通じた観光に取り組んでいくということになりますが、そこに「持続可能な」という言葉が付きます。国連世界観光機関（UNWTO）の定義では、「訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」となっています。つまり、継続して事業を続けられるかどうか、あるいは住民の方の理解や協力を得られている事業であるかどうか。これは特に行政が観光に取り組むときには大事です。最近よく聞くキーワードで、オーバーツーリズムというものがあります。特に京都などは民泊の問題が大きいのですが、観光を進めるに当たっても、やはり地域の方が住みやすいエリアでなければいけない、共生していかなければならない。それが持続可能という言葉の中にも入っているのではないかと思います。また、住民の方だけでなく、環境への影響がないか。そういう自然環境や社会環境、経済的な環境などを十分に考慮する観光のことですよということが、「持続可能」という言葉に含まれています。ですので、例えば食のイベントを考えましょうというときに、10万人も20万人も来ればいいけれども、本当にそれが地域のためになるのかどうかということも、やはり考えていく必要があるかと思います。

フードツーリズム

私はいろいろな学会や研究会に所属してまして、日本フードツーリズム学会にも所属しています。その学会では、以前、「フードツーリズム宣言」をしました。「フードツーリズム（食を求める観光）」とは、昔から城崎にカニを食べに行くなど、どこそこに食事を求めるという観光があったのですが、今言われているフードツーリズムは、例えば食や味だけではなくて、歴史や文化、景色といったものも含めてライフスタイルに触れるというものです。UNWTOはこれをガストロノ



ミーツーリズムと言っています。ガストロノミーはあまり聞き慣れない言葉だと思いますが、美味学や美食学と言って、その内容は、基本的にはフードツーリズムと同じようなことです。要は、何か食べるだけ、あるいは何かを見に行き行って食べるような付随的な要素ということではなくて、その土地の料理を味わうために出掛けて行って、さらに味わうだけでなく、その地域の食文化やそこで暮らしている人々との触れ合いも含めた観光を指します。ヘルスツーリズムやスポーツツーリズム、エコツーリズムなど、いろいろなニューツーリズムの中の一つとして、フードツーリズムというものが特に最近注目されているところです。ということで、この研究会はまさに時宜を得ているというか、これから非常に大事になっていき、自治体にとっても少し考えていかなければならないテーマであると言えます。

美食都市メルボルンの旅

ここで、配布した資料にはないメルボルンの旅の話の話を少ししてみたいと思います。メルボルンはオーストラリアで美食都市と呼ばれています。美食都市という言葉もあまり聞き慣れないかもしれませんが、食で売り出していて、おいしいものがたくさんある都市です。他にはスペインのサン・セバスチャンなども食で有名なまちです。ニューヨークなどもそうですね。ミシュランは東京が星が一番多いといわれているので、東京も美食都市の一つだと思います。大阪も食い倒れのまちといわれています。ここではメルボルンをご紹介します。

場所はシドニーよりももっと南ですが、都市圏人口は453万人といわれていて、シドニーと並んでオーストラリア経済の2大中心地の一つです。世界で最も住みやすい都市ということで、2017年まではずっと連続1位ですが、ネットで見たら2018年は2位になっていました。メルボルンはテニスの全豪オープンでも有名なおとこで、本当に気候のいい、住みやすい場所です。

四つくらいご紹介しようと思うのですが、一つは、マーケットの魅力がすごくあるところである点です。オーストラリアはご存じのように先住民の方がいて、その後、イギリスなどから移民がたくさん来たという移民の国です。メルボルンもちろん移民の都市なので歴史がそんなに長いわけではないのですが、逆に、いろいろな国籍の方が住んでいるということなので、いろいろな国の料理が味わえます。

マーケットも、写真をご覧くださいと、住民も観光客も入り混じっているのですが、魚や肉、あるいはチーズ、パンなど、いろいろなものが売られています。もちろん野菜も売っています。先ほど場所が大事だと言いましたが、日本の卸売市場はなかなか住民や一般客に開放されていませんが、沖縄では、今度もう建て替えになってしまいますが、牧志市場（これは小売市場ですが）という国際通りを入ったところに、観光客が楽しめる雰囲気があります。メルボルンも、すごくわくわくする空間が広がっています。また、オーガニック系の野菜や果物が売られているところもあります。こういうものを見ると、やはり地元の食材が非常に豊かで、チーズやソーセージという加工品も充実していることがわかります。その市場は、買うだけではなくて、そこでテイクアウトして食べるという体験もできるので、一つの観光体験になっています。

それから、メルボルンはLane（路地裏）がすごく有名です。路地裏にカフェなどがあります。日本では夏は暑くて出ていられないのですが、最近、日本でも道路や公園といった公共空間をもっと使おうという動きがまちづくりで広がっています。例えば大阪市内であれば、水都大阪というこ



とで、中之島辺りの川沿いなどをもっと使える空間にしよう、住民に開放しよう、車だけの道路ではなくて人が楽しめるような空間にしていこうという動きもあります。やはり店の中、建物の中だけでなく、外に出てまちの雰囲気や景観を楽しむということは、食の観光、フードツーリズムには非常に大事だと思います。

ご覧いただいている写真は、すべて私が食べたものですが、おいしいものがいろいろあり、多様な人が住んでいます。オープンカフェも一つの文化です。日本はなかなかここまではいかないですが、御堂筋などは側道を歩行者空間化しようという取り組みをしています。多分このような空間利用イメージも考えているのではないかと思います。テレビでは、最近まちなかを歩いてめぐる番組がありますが、このようなところで音楽が流れてくると、また全然雰囲気が違うと思います。

後でもご紹介しますが、まちバル、あるいはまちなかバルはご存じですか。関西ではあちらこちらでやっていますが、基本の仕組みは同じで、5枚綴りのチケットを事前に購入し、1杯と1皿で飲み歩き、食べ歩きして飲食店を回ります。兵庫県の伊丹市のまちなかバルが、本州で最初に始めたバルです。今年で10年、20回になり回数を重ねてきているのですが、それはイベント的に年に2回、春と秋に行います。その良さは、どこか1か所に飲食店や屋台を集めてイベントをするのではなくて、まちのそれぞれの飲食店を巡らせるところです。まちの雰囲気をすごく楽しめるというのが、まちなかバルの非常に良いところです。ただし、やはり人気の店では結構行列ができるのですが、並んでいても退屈しないように、ストリートミュージシャンがあちこちで音楽を奏でたりしています。それは一つの文化です。まちなかを歩きながら、音楽も聞こえてきそうな、そういう空間を作り出すことも非常に大事だと思います。

昼はカフェ、夜はバーで、ちょっとした喧噪もまちなかの心地良い雰囲気です。車のクラクションなどもファーと鳴っているような、それも一つその場の雰囲気を楽しめるものでもあります。私が行ったときにはストリート音楽はやっていなかったですが、場合によってはストリート音楽もやっている。そんなことも、フードツーリズムということを考えたときにはすごく大事な要素になります。

最初に言いましたように、オーストラリアにはいろいろな国の人が集まっています。特に最近ではベトナム系や中国系も増えてきているということで、チャイナタウンもあります。多国籍料理は、やはり結構人気です。どうしても伝統料理、郷土料理に注目しがちなのですが、必ずしもそれだけではなくて、食の楽しみにはいろいろなものがあってよいのではないかと思います。地元の食材を利用した、イタリアンでもフレンチでもよいと思うのです。とにかく、伝統料理や郷土料理だけにとらわれないということも大事です。

このフードツーリズムが提唱され始めたきっかけは、ワインツーリズムです。オーストラリア・メルボルンの郊外にYarra Valleyというワイナリーがあります。道路沿いには、それぞれのワイナリーについて、ここでは飲めます、食べられます、買えますということが全部まとめてピクトグラムで書かれた看板があり、ワイナリーを巡れるようになっています。

写真のChandon社ではシャンパンなどが売られています。これも一つのヒントとして、それぞれのところの農地、畑など、実際に生産の場所に行ってそこで楽しむ。そのようなこともできたらフードツーリズムとしてはすごく良いのではないかと思います。当然、食事ができる場所もあるし、ワイナリーも見られます。大阪でも柏原のカタシモワイナリーが、ブドウを栽培している畑のとこ



ろで食事をするイベントが行われています。

ただ、子どもは行けないので、メルボルンでは子どもはチョコレート工場にちょっと立ち寄ったりということもできます。アイスクリーム店などもあります。誰に対して提供するのかということも考えられています。

メルボルンから車で1時間くらいのワイナリーツアーを何十本と出している旅行会社が幾つもあります。広大な自然風景の中でのおいしいワインと食事、場合によっては農家の農産物直売所があったり、ファーマーズマーケットが開かれていたり、都市部だけの楽しみではなくて郊外の楽しみということも考えていけると思います。特に大阪の場合は、皆さんまちなかだけではなくて郊外部も持っていますので、そういう楽しみを見つけていければよいのではないかと思います。ぜひいろいろなところに旅行に行くときに、今のような視点でも見ていただけたらと思います。

国内におけるフードツーリズムの変遷

今回は国内におけるフードツーリズムの変遷をご紹介します。日本交通公社（現・JTB）が1970年に「味覚クーポン」を発売したのが最初の頃だといわれています。パッケージツアーは、年配の方はまだ利用されているものの、今は大体ネットで取られていると思うのですが、ちょうど1971年くらいから日本交通公社が「エース」というパッケージツアーを発売するようになりました。もう少し時間が経つと、国鉄が「デスティネーションキャンペーン」を始めます。今もJRでデスティネーションキャンペーンをあちこちでやっています。観光の中に食事も組み込んだ形や、デスティネーションキャンペーンで観光地の食をPRするようなことが始まり出したのが70年代です。

その後、時間がだいぶ空きます。80年代も何もなかったわけではなくて、カニブームや、何々街道という感じでラーメン、そば、うどんなど一つの食材に絞った観光キャンペーンもいろいろとところで出てきましたが、大きく動き出すのは92年くらいに農水省が「グリーンツーリズム」を言い始めてからで、93年に「道の駅」ができ始め、さらに2000年代からこの20年でフードツーリズムが広がってきています。B級ご当地グルメ、富士宮やきそばを始めたのが2000年で、B-1グランプリがあちこちで始まって何十万人と人を集めていますが、その最初のグランプリがこれです。B級は、A級B級の悪いものというように捉えられるけれども、実は違って、ご当地のブランドものという意味だそうです。とにかくこのB級グルメは、一つ非常にフィーチャーしたイベントになりました。

それから、山形県鶴岡市にアル・ケッチャーノというイタリアンレストランがあるのですが、ここを開業した奥田シェフは、日本において、地元の食材を使った料理を提供していくということのキーパーソンです。今この方は全国各地で活動されていますが、アル・ケッチャーノが開業したのが2000年、それから、皆さんのうちのどなたかが申し込み用紙に書いていましたが、福井県小浜市の「食のまちづくり条例」ができたのも2000年です。これは観光というよりは、食を通じたまちづくりという括りになります。

2001年に北海道帯広市で屋台村ができています。それから2004年北海道函館市のバル街ができています。先ほど言った伊丹のまちなかバルは2009年ですが、日本で最初にバルを始めたのは函館で、今も続いています。このバルというのは、バーという意味です。スペインのサン・セバスチャンやバルセロナなどの飲み歩きをバルと言います。バル巡りです。その仕組みをアレンジして、函館バ



ルは2004年から現在も継続しています。

そして、2006年にB-1グランプリが青森県八戸市で行われます。最近は実施されていなかったのですが、今年は、兵庫県明石市でB-1グランプリが行われます。

また、地域団体商標制度が2006年に始まりました。

ワインツーリズムはフードツーリズムで非常に大事な要素を持っていると言いましたが、これが山梨で始まったのが2008年で、ちょうど10年前です。

2009年からは農水省で、マルシェ・ジャポン・プロジェクトが始まっています。今あちこちで聞いていると思いますが、マルシェという言葉がはやったのが農水省のこのプロジェクトからだと言われています。それから、2011年にA級グルメ構想というものが島根県邑南町で使われるようになりました。香川県がうどん県としてPRを始めたのも2011年です。UNWTOがフードツーリズムと言いついたのが2012年で、2013年には和食が文化遺産登録になり、鶴岡市がユネスコ食文化創造都市になってということで、今日まで続いています。このように、国内でも2000年になってから食を通じた観光が非常に広がってきているし、世界的にもこの4～5年、ガストロノミーツーリズムという言い方で、ツーリズムの一つとして食が重要になってきています。

もう一つ、情報の観点から少し整理してみます。「るるぶ」は何の略だかご存じですか。「見る」「食べる」「遊ぶ」の最後の「る」「る」「ぶ」でこの言葉になっているのです。1970年に「るるぶ」が創刊されたのですが、ここで「食べる」ということが一つキーワードにつながってきています。

時代がずっと下がって、やはりネットの影響がすごく大きくなってきて、96年にYahoo Japanが開始され、ぐるなびも始まったのですが、2005年から食べログ、2007年にミシュランガイド東京版ができて、その年にiPhoneが出て、スマホが登場しました。もう12年前になりますが、ここから一気に、スマホでいろいろ検索して出かけるようになっていったと思います。さらに2010年にインスタグラムが始まり、あちこちのお店のインスタ映えする写真がアップされるようになると、みんながわーっとそこに行くようになったりということで、ネットの影響によって、食事、フードツーリズムもかなり広まってきたと言えます。

少し毛色が違うのは、2013年から発刊されている「東北食べる通信」というものです。東北は2011年に震災がありましたが、その2年後にこれが発刊されています。何がこれまでと違うのかと言うと、これは通信と書いてありますが、タブロイド版の新聞に加えて、地元の食材を届けるというサービスなのです。オイシックスなど、有機野菜を送ったりというサービスもありますが、それに冊子がセットになっているというものです。この食べる通信には、単にその食材の紹介が書いてあるのではなくて、そこの生産者の情報が載っています。「この玉ねぎは誰れさんがこんなふうにして育てました」「この牡蠣は漁師の何々さんがこんなふうで養殖で育ててきました」「こういう環境の場所で作りました」というように、人も併せて紹介しているのです。震災を受けていろいろな食の流通が難しくなり、風評被害もあったので、もっと食べてもらおうということで始まったのですが、実はこの取り組みが今、全国に広がっています。奈良にもありますし、京都にもあります。私は兵庫の食べる通信を定期購読しているのですが、全国のいろいろなところで、NPOやホテルなど、いろいろな主体が発行しています。決してもうかってはいないと思うのですが、地域を元気にするという目的で取り組まれています。



これがなぜ観光につながるのかということ、お取り寄せしているだけということではなくて、生産者の情報をもらうことで、例えばFacebookでつながって、今度その生産者に会いにいこうというツアーを組んだりしているところもあるのです。ですので、単なる宅配通販野菜版ではなく、生産者の人とつながり、今度はその地に旅行に行こうというモチベーションにもなっている。これはすごい取り組みだと思って私は見えています。今は、食材だけではなくて、そこで生産している人とのつながりが観光に広がっているからです。

ということで、国内におけるフードツーリズムを駆け足でご説明しました。本日紹介した事例の中で、そもそもA級グルメ構想とは何か、ご当地グルメのB-1グランプリは今どうなっているのかといった細かいところのご紹介は、また機会があればご説明できればと思います。

着地型観光とは

着地型観光という言葉も少しだけご紹介したいと思います。かつては、JTBや近畿日本ツーリスト、日本旅行などが、お客さんがいるところで観光のパッケージツアーを作って、お客さんを連れていくという発地型観光、送客型ビジネスでした。でも今や観光地の方で、つまり皆さんのそれぞれの地域の方で、こういうものがありますよ、こんな面白いものがありますよというものを作って、それをPRして来ていただくという着地型観光、集客型ビジネスが広がってきています。特に個人でネットでいろいろなものを探し出して行くというパターンが増えてきているので、完全に今はこちらの方が主流になってきていると思います。当然、発地型観光のビジネスは大きいですが、地域づくりやまちづくりの観点でいうと、着地型観光が注目されて、この10年くらいずっと続いています。ちなみに10年前、2008年に出した『これで分かる！着地型観光―地域が主役のツーリズム』という本に私も1章書いていますので、よろしければまた見てください。その頃、ちょうど着地型という言葉が使われ始めた頃なのですが、今は観光に関わっている人の中で、この用語はだいぶ定着してきているかと思います。

着地型観光が10年くらい前からということですが、何がきっかけかということ、もちろん情報の変化によって個人旅行がどんどん増えていったということがあるのですが、旅行業法が改正されたことによって、地域で旅行商品をつくらうという動きがどんどん増えてきたのがこの時期です。そして第3種旅行業が平成19年にできました。これは営業保証金なども少なくて済むので、地元の観光協会が、自分のまちに独自の旅行商品でお客さんを呼ぼうと考え、旅行業を取って動き出します。

平成25年になると、地域限定旅行業もできて、さらに営業保証金などが少なくて済むようになりました。DMOという言葉が使われ始めたのも、ちょうどこのあたりの時期だったと思います。

日本国内の旅行業者は、観光庁で出している5月1日付の数字で見ると、第1種という海外旅行なども扱っているところが691社・機関、国内旅行を中心に扱う第2種が3,022社・機関です。第3種は5,803社・機関、地域減点が267社・機関です。第3種からはお客さんを集める場所が限定されてしまうので、第3種や地域限定を取っているところは地域密着の旅行会社が多くなります。今や旅行会社だけでなく、観光協会やNPOが旅行業を取って旅行を扱うということも始められています。

着地型観光の担い手は、狭い意味では、仕掛けたり、プロデュースしたり、主催したりする人なのですが、広義で言うと、地域に関わる人すべてになります。先ほど3+1のキーワードの中に担



い手の話がありましたが、着地型観光を地域でしようとするときに、みんなが担い手になっていくわけです。地元の案内ガイドさんもそうですし、お客さんが来たときにいろいろ語りかける老舗のカフェのマスターもそうだし、漁師の人が体験漁をするのもそうだし、農家の女性グループが料理を出してもてなすのもそうです。だから、この担い手が自分のまちにどれだけいるのかということも最初に把握して、しっかり基礎情報として持っていないといけません。観光をやろうと言っても、観光協会がやれることは限定されるし、行政がやれることはもっと限定されます。また、旅行会社頼みというわけにもいかないからです。

さて、DMOは、観光に携わっている皆さんは何の略かご存じですね。Dはデスティネーション（目的地）、Mはマネジメント、もしくはマーケティング、Oはオーガナイゼーション（組織）です。これらが、着地型観光をまさに担っていく主体になるわけです。国では日本版DMOという言い方をしており、今、まずはDMO候補法人というものに登録して、さらに「候補」が取れてDMO法人をつくるという動きになっています。日本版DMOの役割としては、①に書かれている多様な関係者の合意形成が一番大事なのですが、②では、資料・データをきちんと収集・分析しましょう、そのデータを基に、どんなお客さんに来てほしいのか、あるいは今どんな人が来ていて、誰をターゲットにするのかを把握し、そのためのきちんとしたコンセプトを持って戦略をつくりましょう、そして観光客にPRしましょうということを言っています。今までの自治体の観光政策や観光協会は、誰をターゲットにするということをあまり意識せず、取りあえずマップが要るよねとか、うちも何かSNSをやろうかといふように、戦略性もあまりなくやってきたところがあったと思うのですが、このDMOの考え方は私は非常に大事だと思います。ただ、国の補助金も今のところそれほど見えていないですし、別にDMOの法人にならなくてもいいのではないかとは思っているのですが、そもそも今、何人ぐらいの人が来ていて、それはどこからのお客さんでというデータがきちんと取れていない自治体が非常に多いです。データを取るにはお金も掛かるのですが、皆さんのところも、入込客数が大体これくらいかなという数字しかないところが多いと思います。少し話が逸れましたが、観光をこれから進めていく上では、そういうデータをきちんと取ることも少し意識していただいた方がよいと思います。

DMOは今、登録区分として3区分あります。広域連携DMOは、複数の都道府県にまたがる区域を一体とした観光地域として観光地域づくりを行うというものです。例えば、せとうちDMOがあります。瀬戸内海の広島や岡山、兵庫、愛媛、香川など複数の都道府県にまたがるDMOです。

それから、地域連携DMOは複数の地方自治体にまたがるDMOです。泉州でいえば（一社）KIX泉州ツーリズムビューローがそれに該当します。それから、地域DMOがあります。

大阪府内関連で整理すると、広域DMOでいえば関西観光本部があります。（公財）大阪観光局は、地域連携DMOです。先ほど言っていた（一社）KIX泉州ツーリズムビューロー、それから（一社）東大阪ツーリズム振興機構は和歌山県橋本市と一緒に地域連携をしていて、私は地域DMOだと思っていたのですが、地域連携DMOなのですね。地域DMOでいうと、（一社）大阪活性化事業実行委員会と、（一社）泉佐野市シティプロモーション推進協議会が候補法人になっています。別にこれは法人や候補法人になることが目的ではなくて、それになるために先ほどのような条件に合うように取り組まないといけけないので、そういう意味では非常に良いきっかけではないかと思います。これ以上の話までしていくと、食と観光の範疇を越えてしまいますので、ここで止めておきます。



少し盛り込みすぎましたが、以上が基本的な情報として皆さんに知っておいてほしいことです。まだ分からないところがあったらいつでも聞いてください。

研究会の進め方

研究会はこの2年間行い、1年間は約8回と聞いています。

1年目の獲得目標を三つ整理しました。一つは、まずいろいろな基礎知識を得るということです。二つ目として、最初にそれぞれのまちの食、地域、観光、それに係る基本情報を整理して「見える化」をしたいと思います。これは後のワークにも絡んでくるのですが、どんな食があって、どういうところで食べられるという情報をきちんと整理したいということです。それから三つ目は、この会議室だけでやっても面白くないので、それぞれのまちに行きたいと思っています。それぞれのまちへ行って、他の自治体の方から、ここは良いよねとか、ここはちょっとなというところを言っていただいて、ディスカッションをして、自分のまちの良いところを再発見、再認識したいと思います。

1年目にも先進地に行ったりゲスト講師をお招きしたりすることはあるのですが、2年目には、これから自分のまちでどういうことに取り組んでいったらよいのかというヒントを学んでいただきます。それから、これが一番大事なところですが、食と観光に関する具体的な提案を取りまとめたいて考えています。これが最終的な獲得目標です。そして、それをきちんと伝えられるようなプレゼンテーションをして頂きます。

研究フローとしては、自分のまちの基本情報を収集するというのですが、大きくは8点あると思っています。

一つは、地元の食材についてです。例えば名前、もっと言うと品種や学名がありますが、できるだけ詳しく分かる情報は入れておきたいです。それから味や形、どういう特徴で、どういう違いがあるのか。水なすなどは特徴がすごく分かりやすいと思います。あるいは、どんな歴史があるのか、産地は自分のまちのどのエリアで、近隣も含めて生産量や出荷量はどのくらいあるのか、シェアはどのくらいあるのか、そして流通経路や販売先などです。とにかく食材の名前だけ知っていても、観光の商品ということを考えるときには情報が不足するので、集められる情報をできるだけ集めていただきたいと思います。

これらの情報は、多分それぞれの自治体の郷土史や、給食、食育関連などで、まとめているものがあるはずです。あるいは、『大阪食文化大全』という本にも、タコがどうかアナゴがどうかということも載っていますので、例えばこういう本や、ネットで調べてもいろいろなところに出ている情報があると思います。入手可能なもので結構ですので、食材として、例えば三島うどんについて、名前だけでなく、それが今どのくらい生産されているのかなどまで分かるようにして頂くとよいと思います。

2番目としては、先ほど郷土料理だけではないと言いましたが、やはり郷土料理は一つの観光の重要なツールになるので、うちのまちの郷土料理の名前はこうで、こんな歴史があって、味の特徴はこんなものがありますというものです。これについては『聞き書 大阪の食事（日本の食文化全集27）』という本もあります。ウェブ情報では、食材で言うと、大阪府のホームページに「なにわの農産物・農産加工品」というページがあり、（地独）大阪府立環境農林水産総合研究所のホーム



ページでもたくさん出てきます。そういったものも活用してもらえれば、大体の基本情報は得られるのではないかと思います。「大阪産（もん）情報コーナー」にも、収穫時期がいつかというようなこともいろいろ載っています。

3番目としては、大阪産の食材だけでなく、加工品などもあると思います。地元の食材を使った加工品をどういう事業者が作っているのかというテーマもあります。

4番目の飲食店は、挙げたらきりが無いと思うので、ここというところや、マルシェみたいな販売場所など、少し選ばないといけないと思います。

それから5番目が、食イベントやツアーで、ここ5年くらいに取り組んだものです。岸和田市だと、これはもう7～8年前かもしれませんが、シェフの方が集まって商店街のところで確か食のイベントをされていたと思います。とにかく面白そうな食のイベントやツアーが既にあるのだったら、そういったところも挙げていただけたらと思います。

6番目は担い手です。これも情報を書きすぎると大変なので、何々観光協会だけでもよいのですが、その他取り組んでいる団体などもあると思います。そういったところを挙げていただきたいと思います。

7番目が、今の情報手段として何があるのかということです。ホームページ、Facebook、Instagramなどがあると思います。

最後の8番目は、非常に行政的な話ですが、今の自分のまちの総合計画や観光計画、あるいは産業振興計画などの中で観光はどういう位置づけがされているのか。これは非常に行政的な内容ですが、やはり押さえておいた方がよいと思います。

この1～8だけでよいのかどうかというところはあるので、また皆さんと話をする中で、他に基本情報として載せておいた方がよいものがあれば、9番、10番と追加していてもよいと思います。

今、これだけでもお腹いっぱいだと思うのですが、こういった情報をそれぞれ整理します。まずそれをしないと、観光でどのように活かすかということにつながりませんので、ぜひ1年目はこれをベースにしていきたいと思います。

進め方は後でご相談しますが、それぞれのまちに行って、実際に食べたり、体験したりして、意見交換したいと思っています。視点としては、例えば観光客に人気の食材・料理・加工品は何なのか。実際に食べてみてどう思ったのか。今後どのようにそれを活かそうなのか。単品だけではなくて、どんな組み合わせで、どういうストーリーでできるのか。自分のまちだったらこんなことができるのではないか。行政はこんな役割が必要なのではないか。この辺は食べながら楽しくわいわい意見交換できたらよいと思っています。

そういった意見や、ゲストの講演も踏まえて、自分のまちの基本情報を整理し、特に食と観光を進めていく上での魅力資源を絞り込むというか、重要なのはどれで、やるときの課題にはどんなことがあるかということまでまとめられたら、1年目はよいかと思っています。

2年目は、まとめたものをベースにしながら、先進事例視察や、ゲスト講演の中から生かせそうなことに踏み込んで、私のまちにおける食と観光施策・事業ということで提案を取りまとめたいただけたらと思っています。研究会なので気楽にやっていけばいいと思うのですが、せっかく研究したので、ぜひここで提案した施策や事業は、自分のまちに持ち帰って、次の年度に、実際に社会実験的にやってみる、あるいは予算化して動かしてみる。そんなふうにつながれたら、やったこと



を検証できると思いますので、そういうところも意識して2年間の研究を取りまとめていただきたらと思います。

研究の流れとしては、今日は私の方でさせていただきました。次回以降は、研究員の所属団体は6市あるのですが、1年目で6市を巡ってしまうと大変なので、4市を持ち回りで訪れ、できたらどこかで食事と一緒にしながら、場合によっては行ったところで作っている人からヒアリングをしたり、体験や見学をしたりして、意見交換ができないかと思っています。多分それぞれのまちで、うちだったらあそこかなというものがあると思うので、また後で出していただけたらと思います。先進事例は、みんなで行ってもいいし、3人ずつに分かれ行ってそれぞれ報告するというやり方でもよいと思っています。2回ぐらいはゲストに来ていただいて、いろいろな取り組みのお話を聞き、1年目の取りまとめをしたいと思っています。

2年目ですが、まず残りの2市での現地調査をやります。それから基本情報の補強をして、施策情報の取りまとめ方法を考えながら、事例の視察をし、それを共有して、提案のアイデア出しと取りまとめを行います。そして最後に、このメンバーだけではなくて他の市町村の方も来られる成果報告会を想定しています。

視察候補やゲスト講義の候補については後に検討の時間があります。休憩をしていただいて、その後、少し質問を受けながら、進め方はこれでよいかということをやった後でワークの時間を取りたいと思います。私からの話は以上です。



令和元年度研究会
「『食』で考える大阪の持続可能な観光研究会」(第6回)
日時：令和元年11月21日(木) 14:00～15:20
場所：マッセOSAKA 第2研修室

2. 第6回研究会講義録

公開講座

食をテーマに、街の魅力を高め合う仕組みについて ～“伊丹まちなかバル”のアイデアから学ぶ～

開催趣旨説明：高田 剛司氏（㈱地域計画建築研究所（アルパック））

この研究会は「『食』で考える大阪の持続可能な観光研究会」という長い名前が付いていますが、読んで字のごとく、この中には「食」、「大阪」、「観光」と「持続可能性」という四つのキーワードが入っています。「大阪」と大きく捉えるのではなく、「地域」と捉えてもいいでしょう。皆さんは大阪府内の市町村からお越しにいただいておりますが、この研究会では6名のメンバーが参集し、今日は6回目の研究会という位置付けになっています。

ゲスト講師をお招きして公開講座を実施するのは今日が初めてです。これまではそれぞれの地域の食・観光の視点から、どのような資源があるのかを探そうと各市町村を訪問して意見交換してきました。2か年の研究会のうち、今年度が初年度ですので、まず自分の地域にどのような資源があるのかを調べ、来年度はその資源を活かしてどのようにしたら集客に結び付けられるのか、持続可能な取り組みにつなげられるのかといった提案をまとめていく予定です。

「食」を少し分解してみると、地元食材の話もあり、郷土料理の話もあります。自分のまちには郷土料理がないと思われる方もいるかもしれませんが、地元食材を使った料理や加工品でも構いません。最近は6次産業化という言葉もかなり定着してきましたが、地元の食材であるミカンを加工してジャムに使うのも、一つの食の要素です。

次に、「どこで」ということを考えてみましょう。観光を考えるときに、どこで食を楽しむか、どこで食するかというのは非常に大事な要素です。レストランもありますが、商店街、飲食店街、農産物直売所や道の駅など、食べられる場所、買う場所も、資源として考えていく必要があります。

三つ目は「いつ」ということで、食べる機会です。本日ゲストでお越しにいただいた兵庫県伊丹市の綾野さんは、伊丹市でさまざまな食のイベントを仕掛けてこられました。観光を「食」で考えたとき、食のイベントは非常に大事なコンテンツとなります。単にツアーを組んで観光客に来てもらうだけではなく、集客の仕掛けをしてたくさんの人にもまちを廻ってもらうことも必要です。

「地域」においては、「誰が」ということが関わってくるのですが、これは今日のお話でたくさん出てくると思います。行政の人や商店街の人だけが動いている仕組みではなく、どのような人が関わり、どこで食べるのか。また、海が近い、山のところにある、まちなかなど、地域それぞれの眺望も考えていく必要があります。

最後の「観光」的な要素は、誰に来てもらうのかということです。最近ではインバウンド客もありますが、まだまだ国内の観光客、場合によっては住民の方にも知られていないことがあります。



す。住民が楽しんでいるところにお客さんも来るわけですから、「誰に」ということを意識し、その上で、交通手段、情報手段など、アピールすることを考えていくことも重要です。研究会では、「食」、「地域」、「観光」という三つのキーワードを意識しながら調査し、検討を進めているところ

です。

そして、最後の「持続可能な」は言わずもがなです。継続して事業が続けられるか、地域の方の支持を得られるのかといったところが非常に大事な観点になります。

伊丹市の取り組みのすごさについては、講演を聞いた後に改めてコメントさせていただきたいと思います。

— —

講師：綾野 昌幸氏（伊丹市都市活力部参事）

皆さん、こんにちは。兵庫県伊丹市から参りました。今日は『食』で考える大阪の持続可能な観光研究会」の公開講座ということで、バルを中心にお話ししたいと思います。

1. 伊丹市の紹介

伊丹市は、兵庫県と言いながら大阪に近く、隣は池田市や豊中市です。

伊丹市の面積は狭く、5km四方、25km²で、その中に20万人弱の方が住んでいるので、人口密度の非常に高い地域です。「清酒発祥の地」をうたっており、お酒のイベントはかなり多いです。山も海もなく平坦な土地なので、市内の移動は徒歩や自転車が多いのですが、そこに市バスが走っているという不思議な地域です。

伊丹市の置かれている状況は、交通の利便性が良く、大阪にも神戸にも出やすいので、そちらで買物や飲食をされる方がすごく多いです。それだけではなく、いわゆる阪神間と呼ばれる人口45万人の尼崎市、西宮市もあり、宝塚市や、隣接はしていませんが芦屋市など、非常にブランド力の強い市があります。都市間競争のただ中で、どのように戦っていくのかを常に考えています。「周辺は大都市だらけ」というのは、そういう意味です。

まちづくりと商業は切り離せません。JR伊丹、阪急伊丹の両駅に挟まれた辺りが中心市街地です。今日ご紹介する「伊丹まちなかバル」も、中心市街地でやっています。市の東側のJR伊丹駅のところに大規模SCであるイオンがあり、市の北西部にも大きなイオンがあります。他にも大規模SCが幾つかあるため、大阪や神戸も脅威ですが、市の中でも商業面は厳しい地域です。

平成14年にJR伊丹駅のところにイオンができる、中心市街地が危ないというところから、いろいろな施策を立てはじめました。

伊丹はまちなかの景観に力を入れていて、白壁の建物が多く見受けられます。JR伊丹駅から阪急伊丹駅に行く道沿いに郷町長屋という北に4軒、南に3軒の長屋風の平屋建ての建物があり、うどん屋、カレー屋、中華など、いろいろな商業施設が入っています。今度、私が担当する公共施設、みやのまえ文化の郷も白壁・黒瓦です。



2. 自己紹介

私は、皆さんと同じ公務員ですが、特に緩い公務員です。職場は人事、企画、商工、市民税、下水、病院など、既に10個目ぐらいです。震災後の2年間は尼崎市に派遣されており、そのときからの付き合いである高田さんには、本当にお世話になっています。まちづくり系の仕事は2005年からやっており、2011年9月からは教育委員会と併任で、図書館も担当しています。皆さんと同じように2～3年に1回は異動するのが普通で、さまざまな職場を経験してきました。経産省の「まちげんき」というまちづくり情報サイトにプロフィールを格好良く書いていただいたので、それを紹介させていただきました。近畿バルネットワーク主宰、近畿中心市街地活性化ネットワーク前会長という肩書も持っていて、バルについては幾つか本を書いていて、中心市街地活性化基本計画の策定など、まちなかの活性化に関係する仕事をしています。

たくさんのイベントに関わっていますが、まちなかバル、酒樽夜市、SAKE博、ATE-1 グランプリなどは、どちらかというと酒に関するイベントです。また、伊丹市はベルギーのハッセルト市と姉妹都市で、当時、若手職員の「チョコレートで何かできないか」という提案から、「ちょこリンピック」というタイトルでチョコレートのビュッフェイベントを企画して仕掛けました。そこから始まって、バレンタインカフェ、オープンカフェ、ベルギーフェアなど、チョコレートに関するイベントもかなりやりました。酒のイベントとチョコレートのイベント、大きく分けると甘いものと辛いものをやってきた感じです。これらのイベントには、行政だけでなく飲食店や和菓子店など、いろいろな方が関わります。私は、そうした方たちの舞台づくりをしていると思っています。

バルを始めたきっかけは、どこの地域もそうではないかと思いますが、イベント当日は人が大勢来るのですが、個店の儲けにつながらないという課題からです。商売人の方と、きちんとした会議をすることもあり、飲みながら話すこともあるのですが、忙しいだけで儲けにつながらないのは、そこがハレの場ようになってしまっていて、その日だけ賑わうからです。イベント会場は賑わうけれども周りへの回遊性がなく、リターンも難しいということで、すごく悩んでいました。それまでもいろいろなイベントをやっていましたが、このような結果になってしまうのは避けられないのか、真の商業活性化とは何かというのが、ジレンマになっていました。

3. 店舗の活性化

活性化の指標には、人が増えること、店に来てくれることなどいろいろありますが、やはり店に儲けてもらわなくてはいけないということを強く感じました。では、店が儲かるイベントにはどのようなものがあるかと考えていく中で、たどり着いたのがバルでした。バル、大阪のいろいろなところでやっている100円商店街、各地で行われているまちゼミの三つは、全て基本的に店でやるイベントなので、必ずお客さんが店に行きます。店に行くと店主の顔、店員の顔が見え、店の雰囲気も分かります。飲食店ならメニューや味が分かりますから、結果として店の売上につながり、ファンが増えるということで、この三つを「三種の神器」と言っていたところ、『100円商店街・バル・まちゼミ—お店が儲かるまちづくり—』という本になりました。儲けてもらうためには、いろいろなイベントを仕掛けるのもいいのですが、やはり店に行ってもらうのが手取り早いということです。

「伊丹まちなかバル」は、10年以上前の2009年10月に第1回をやりました。そのときはチケット



がどれだけ売れるのか、お客さんがどれだけ来るのかもよく分からずにやったというのが正直なところで、チケット販売冊数は1,500でした。バルのやり方は各地で違いますが、伊丹の場合、1冊5枚つづりのチケットを作り、基本的には5軒回っていただく感じです。それが1,500冊売れたということです。毎年、春と秋にやっていて10年以上になりますが、20回目には3倍以上の5,000冊が売れました。

結果がすごく気になるので、参加店にアンケートを取っています。当日は非常に忙しいので2～3週間後をお願いして、アンケートを書いていただきます。「今回のバルをやってお客さんが増えたか」というのは、自分たちも一番大事にしている設問です。第1回目は48%の方々が増えたという回答で、その数字をすごく大事にしているのですが、20回目もやはり47%ありました。消費量が増えない時代に、店の方の頑張りでこれだけ増えていることをすごくうれしく思っています。

「100円商店街」もほぼ同じ時期の2010年9月から、伊丹で一番古いサンロード商店街で開催しています。100円商店街では、各店が100円の商品を出します。物販店が多いのですが、普段より少し安く売っていただく感じなのでお客さまもすごく喜んで来てくださって、40年ぶりの賑わいになりました。私はずっと伊丹に住んでいるので、この商店街がすごく栄えていた頃をよく知っています。最近は厳しいと思っていたのですが、100円商店街で、サンロード商店街には、初めて来た方も、久しぶりに来た方も、たくさんいらっしゃいました。店主は忙しいのですが、「忙しい、忙しい」と言いながら、「やはりお客さんが来ないと駄目だ」と言って、すごくいい顔をしていました。

「まちゼミ」は、「ことば蔵」という愛称の新しい図書館で、2017年のオープンから月1回ペースでやっています。ゼミの内容は、例えば洋菓子店のパティシエの方に来ていただいて、お菓子の作り方や店のノウハウを教えてくださいます。それによってファンを掴もうというイベントなので、本来は店でやっていただく方がいいのです。しかし、夫婦でやっているところや店のキャパが狭いところも多いので、ずっと「ことば蔵」でやってきたのですが、今度はサンロード商店街でやろうと企んでいます。

4. バルを始めた経緯

大規模店が悪いという意味ではありませんが、25km²の市域に店舗面積5万平米以上のイオンが2軒あるので、商店街や個店がどのように戦っていくかは大きな課題です。大規模店との差別化が求められるわけですが、商店街はまだしも、個店は単独でのPRが難しいのが現実です。私はいろいろな飲食店を回るのが好きなので、店の人と話したり、飲んだり、食べたりしている中で、店に来てもらえれば戦えるのではないかなと思うようになりました。店の方はすごく熱心で、若い方も多く、伊丹で長く商売をするために頑張ろうと思っているのです。

しかし、なかなか効果的なイベントが見つけれずにいたところ、10年前の2009年3月に市議員に呼び出されました。市議員に呼び出されると大概ろくなことはないのですが、このときは非常にいい話で、函館に視察に行ったところ、2004年からやっている、お客さまに直接店に足を運んでもらい、お金を落としてもらえるバルというイベントがあるという情報をくださったのです。前後してアルパックからもバルのことを教えていただき、パブリシティやバルマップで効率良くPRできる、商店街と個店が連携できる点もいいと考えました。そんないいイベントがあるのに、関西には全然伝わっていなかったのが私でも知らなかったのですが、今の伊丹ならこれで勝負できるので



はないかということで、バルをやろうと強く思ったのが始まりです。

そして、中心市街地をどうやって盛り上げていくかという会議の中で店の方々と相手に、私自身が函館に行ったわけではありませんが、ネットで調べた情報やバルの事務局長から教えていただいた情報を基に、お客さんには1冊5枚つづりのバルチケットを作って5店舗を飲み歩き、食べ歩きしてもらい、店の方には1ドリンク＋1フードで幾らという設定でバルメニューを用意していただいて、これまで入ったことがなかった店に足を運んでもらって実際に店を知ってもらい、バルというイベントがあると、写真なども見せながら説明しました。すごく反応が良くて、「面白いからやろう」と言っていただきました。

どこの地域もそうだと思いますが、広場やホールで〇〇まつりやフェスティバルをやれば、何千人、何万人もいらっしゃるイベントがたくさんあると思います。しかし、それぞれの家からホールや広場に来て、周りの店でご飯を食べたり、お茶を飲んだり、買物をしたりすることが少ないのがジレンマでした。行政の悪いところで、「ここまでお客さんを呼ぶから、あとは皆さんで頑張る」という言い方を、自分もしていました。しかし、店の方にとってそれはすごく難しいことです。その点、バルは店が舞台のイベントで、焼き鳥屋やレストランなど、店に直接来てもらえます。伊丹ではその頃、市の施策もあって個性的な店が増えてきていたので、タイミングも良かったのだと思います。店が舞台のイベントなので、安いチケットで店のことを知ってもらえるというところが一つの強みです。

バルのアンケートでご紹介したとおり、店側は新規のお客さんを捉まえる努力をすごくされるので、結果的に個店の儲けにつながる事業になっているということで、既に10年、21回続いています。

5. 「伊丹まちなかバル」実施状況と成果

第1回を開催するに当たり、その直前の夏ごろに参加店を口説きに行きました。私だけでなくいろいろな方に店集めをしていただきましたが、もちろん皆さんバル自体全然分らないので、何度も説明会を行いました。「まち衆大活躍」です。いろいろな方に、いろいろな店を口説いていただいて、54店舗集められました。集まってくれたのは若い店主が多かったのですが、やはり割烹やフランス料理など、老舗にも入ってほしいので、参戦して下さった老舗があったことをすごくうれしく思いました。

店の方もバルをやったことがないので、プレバルを行いました。写真は西洋懷石の店が用意したのですが、当時は前売り600円だったので、その値段で出せるものを頑張って出してもらいました。私たちがモニターになり、5軒の店にバルメニューをお願いしたところ、ワインと小皿2品まで用意してくれました。実際に函館に行ったことがなかったので、「伊丹でやるのはきっとすごい。これはいける」という感じでした。

第1回は、2009年10月17日の14～29時（翌日の5時）に実施しました。終了時間は、最後に閉店する店の時間をカウントしています。1回目は、ランチタイムを外して午後2時からやることにしました。54店舗が集まり、1,500冊売れたうち、当日売れたのが150冊でしたが、少し失敗がありました。大勢のお客さんが来てくださったのはいいのですが、「チケットがあるのにメニューが品切れしていた」「チケットがあるのに店に入れない」という状態になって、夜にバルパニックが発生してしまったのです。



原因は、情報交換がうまくできていなかったことでした。初めてのことでチケットがどれだけ売れるか予想もつきませんし、実際のところ金券なのであまり長く持ちたくないということで、発売開始の1か月前に買う人はすごく少なくて、直前にすごく売れたのです。ですから、店にどれだけ売れているかという情報も伝えられず、店側もこれほど売れるとは思っていなかったのだと思います。それでバルパニックが生じてしまったということです。当日は少し雨が降ったのですが、店の方に無理を言って何とか食事を提供していただきました。

お客さまへのアンケートでは、「非常に良かった」「良かった」という回答が多かったのですが、「普通」「悪かった」という回答も少しありました。これはバルパニックの被害に遭われた方だと思います。参加店へのアンケートの方は「大変だったけれど、それ以降、来店者が増えた」という方も多かったので、2回目をやることにしました。

10月の第1回が終わったときに、自分の店に来てくれたのに、何もなかったので帰してしまっただけで、すごく悔しい、リベンジしたいと言う人が多かったので、2回目をやる前に反省会を行いました。そこで実行委員会を立ち上げ、春、秋の年2回、土曜日にやるということを決めて、継続してきています。

第2回バルでは、さらに民間の方に活躍していただきました。YouTubeで検索していただくと、バルの参加店にインタビューしている動画が見られると思います。店舗数も54店舗から80店舗に増えました。1回目に多くの人が来ているので口説きやすく、いろいろな新聞をはじめ、TOKKやサンケイリビングにも取り上げていただきました。TOKKは阪急電鉄の冊子ですが、酒を飲むイベントなので電車を利用してもらえということもあって、何度か取り上げていただきました。

2回目は、バルパニックを繰り返してはいけないということで、前売りチケットを売る約1か月の期間中は、本当に何度も情報をやり取りしました。特にキャパの大きな店には「バルパニックになりそうになったらお願いします」と対応を依頼したり、当日も、メニューボードの手入れ、IT対応、SNSの対応などをしながら情報を強化していきました。参加店舗のメニューが終わったり、焼き鳥をから揚げに変更したりする場合、すぐに連絡をもらうという対応をして、2回目以降、幸いバルパニックは起こっていません。

そして、1回目は14時スタートでしたが、お昼を楽しみに来られる方も多かったので、開始時間を繰り上げて、12時から朝の5時までとしました。チケット販売枚数は2,300冊と1回目より800冊増え、当日も400冊出ましたが、時間も長くなり、参加店舗が増えたこともあって無事に対応できました。

第2回の反響は、「普通」はすごく少なくなり、「悪かった」はゼロでした。「悪かった」というのは2回目以降のアンケートでは出てきていません。バル以降の新規来店者が増えたという数字は減るはずなのですが変わっていません。

バルに合わせて、幾つかのイベントを同時開催しています。「オトラク」というのは音楽イベントで、以前からずっとやっていたものですが、まちの雰囲気がすごく良くなるので、それをバルにぶつけました。店の前や店内でライブを行うことで、まちを挙げた祭りのような雰囲気が出ますし、行列待ちをしている方も音楽で和らぐところがあって、すごくマッチするイベントです。非常に安いギャラでやっていただいていることもあって、どちらかというと演奏の機会を求めている方々に来ていただいています。



また、伊丹市では、マンガ家の倉田よしみ先生にお願いして、「味いちもんめ」の登場人物が伊丹の名所や飲食店を紹介する「おいしい！住みたい！大好き！な伊丹」を描いていただきました。

バルをやって、良かったことをまとめました。一つは、新規顧客の増加です。第20回のアンケートでも、47%の参加店に増えたとおっしゃっていただきました。自由回答例の中で面白いのは、老舗の寿司屋で若いお客さんが増えたことです。バルのときには、寿司屋など敷居の高いところに行ってみたいという感じがありますし、特に若い人は行きづらいので、試しに行ってみたら良かったということで、若いお客さんが増えたと言っていました。立ち飲み屋では、女性客が増えました。普段、女性が立ち飲み屋に行くことは少なく、おじさんの世界なので行きにくいところもあるのですが、バルで立ち飲み屋デビューし、結構面白かったということで女性客が増えました。

第20回のアンケートです。設問はいろいろありますが、Q1「あなたの店で最も重要視しているバルの目的は何か」ということで、1位の回答は「新規顧客の開拓」の62%です。「リピーターの増加」「他の店との交流」「町の活性化」など、いろいろな選択肢がありますが、新規顧客を開拓したいという方が多いです。

Q2「その目的は達成されていますか」では、結構達成されている参加店が多い図式になっています。

新規顧客を増やすための工夫としては、「通常メニューではなく、取り入れたい料理の提供を試みた」というものがあります。非常に印象的だったのは、焼肉屋が、自分のところの焼肉を入れたカレーを提供したことです。通常メニューではありませんでしたが、すごい人気だったため、通常メニューになりました。また、告知ということで、Instagramでお店をフォローしてもらったら6月から使える500円の割引券を配布するなど、いろいろな工夫をされていました。このように、店の方がすごく頑張っているイベントになっています。

バルに来ていただいているのは、市内、市外の方が半々くらいです。観光ということになじむかどうかはさて置き、遠くからも来ていただけていてすごくうれしいのですが、基本的にはリピーターやファン獲得を目指すということで、何度も来ていただきたいので、ターゲットは近隣住民としています。また、バルを知ったきっかけとして広報誌やホームページを挙げた方が多いのですが、TOKK、新聞、中吊りなどもやっています。また、宣伝の一つとして、バルが終わってから残ったチケットが1週間使えるという「あとバル」というシステムはずっとあったのですが、第20回からは「まえバル」をやってみました。バルに行ったことのある人がナビをして数人を案内し、当日のように並ばずにバルを試していただくという企画です。

良かったことの二つ目は、ネットワークが形成されたことです。中心市街地エリアでやっており、商店街ではなく個店が参加しているので、なかなかネットワークができていくのですが、月1回、実行委員会のバル会議を緩くやっています。参加店の方が実行委員となり、月1回、第3木曜日にバル会議を行うことでネットワークが構築され、すごく仲良くなりました。参加店による新たなイベントが出てきたことも、すごく良かったと思っています。

その代表的なものです。バルは春と秋にやっていますが、逆に夏と冬に大きいイベントをやりたいということで、「伊丹郷町屋台村」というのを、中心市街地の真ん中にある三軒寺前広場で始めました。いかつい人、若い人が中心になっているイベントですが、すごく大きなイベントになり、夏も冬も金、土、日の3日間やっています。今回は亀田製菓株式会社の柿の種とのコラボで、柿の



種を使ったメニューが出されていました。

ATE-1 グランプリもあります。伊丹は清酒を売りにしているので、伊丹の清酒に合うアテを考えて競っていただくもので、3回開催しました。結果的に和食の店が強かったのですが、いろいろな料理の店が参加してくださり、楽しいイベントになっています。決勝大会は、長寿蔵というレストランでアテを食べていただき、投票してもらいます。ATE-1 も、やはり店に行っていたきたいので、決勝大会前日まで、全ての店で500円でアテを販売してもらい、どれだけ出たかも競っています。店に行ってくださいことを意識しています。

酒樽夜市は、秋に1回やります。同じく三軒寺前広場で、酒のケースを椅子にしたり、樽を机の脚にしたりします。写真に移っているのは市長です。すごく酒好きなので、酒樽夜市には、いつも参加しています。

良かったことの三つ目は、先ほどの焼肉屋のカレーのように、チャレンジができたことです。バルで試してみたり、リピーター獲得に向けては、おみくじもあります。「あなたは神器晩成」「生涯現役」など、いろいろなことが書いてありますが、下にはクーポンが付いていて、焼酎1杯サービス、10%オフなど、楽しみながらリピーターを獲得しようと工夫している店が出てきたのは良かったと思います。

良かったことの四つ目は、まちのイメージアップです。以前は「伊丹にはおいしい店がない」と自虐的なことを言っていたのですが、やりはじめると飲食店が増えてきて、レベルアップしてきた感じがします。逆に「おいしい飲食店が多い」と言えるようになりました。バルをやりはじめた2009年に、中心市街地の飲食店は296店でしたが、直近の2018年では狭い地域に369店というデータが出ています。もちろんバルだけの影響ではありませんが、出店される方が多くなってきています。

バルをやって良かったことの最後、五つ目は、助成金に頼らず、継続できるイベントになっているということです。1回目は兵庫県から補助金を取ってきましたが、函館に教えていただいたのは、店の方が事務局でバルチケットを換金するときに、差額を出すことです。1冊3,500円で売っていますから1枚700円ですが、換金するときは600円しか払いません。1枚につき100円の差額が出るので、それを次回にプールするのです。このシステムを理解してもらわないと、バルに参加してもらえません。これは、次にバルをやるときの資金にするのです。店の方は、700円のチケットに600円しか払ってもらえないことになりますが、それはPR費で、自己負担なくバルができるということです。

これと、「あとバル」のシステムを函館に聞いたとき、すごいと思いました。なかなか考えつかないことなので、すごく頭がいいと思いますが、伊丹も同じ方法を取っています。チケット、マップ、チラシ、ポスターなどの印刷費は、絶対にかかってきます。1回目をやり、できたお金を2回目に回していると、だんだん貯まってきて、すごい額になり、市や商工会議所などの助成金に頼らずに継続できるイベントになっています。ただし、店を勧誘するときや、新しく入ってくださるときには、換金の差額があることを必ずお話しして、理解していただいています。それで、次ができるのです。マップはしっかり作り、当日だけでなく後々まで使えるので、PRになることを理解して、参加していただいています。

伊丹は飲食店だけでやっていますが、物販店が参加するバルもあります。滋賀県守山市では、Tシャツを作ったり、天然温泉に入れたりしますし、隣の川西市では、お菓子やコーヒーのテイクア



ウト、その他にパン、ケーキもあります。伊丹では物販店をやっていませんが、5軒回るのは結構大変で長い感じがします。最後にお土産的なものをチケットと交換する形にして、物販店が参加しているバルもあります。

近畿バルサミットというのは、バルをやっている、あるいはやろうとしているまちが情報交換をする場です。やっていると「こんなふうになっている」「こんな悩みがある」という感じで発言してもらい、これからやろうとしているところは、いろいろなことを先輩方に聞いています。これも緩いサミットなので、見ていただきたいと思います。この写真は第1回のものですが、サミットによる情報交換をずっと続けていますし、メーリングリストもあります。

伊丹でバルをやってみた変化としては、成功体験になるので、皆さん自信を持っていろいろなイベントを起こされるし、まちの人で関わる人が増えています。もちろん店主、店員、まち衆というスタッフがいますし、オトラクにも大勢のボランティアスタッフがいます。バルの本部でも、ボランティアの方も増えています。まちが若返り、まちのPRになっています。

元気な地域には、面白いことをやる人がいます。バルという文字の形に髪の毛を残して、剃ってきた人がいるのです。焼肉屋の人ですが、「いらっしゃいませ」と頭を下げると、「バル」という字が見える髪型にしています。「僕はほんまにバルが好きで、それで伊丹に出店したようなもんですわ」と、本当にこのような感じで言うので、すごく面白いです。店が増えてきたり、若い人が増えてきたりしたのは、面白いことをやっている地域のおかげもあると思っています。

これは私ではなく、賢い人がまとめてくださったのですが、「商いひょうご」という雑誌があります。バル事業成功のポイントということで、伊丹に聞きに来てくださり、まとめていただきました。事前に他地域の視察や事例研究を行う、参加店に対しメリット・デメリットを理解してもらうなど、いろいろなことを書いていただいています。バル事業成功のポイント⑧に、バル経費はチケット収入で賄い、助成金に頼らない仕組みと書いてあります。

1冊3,500円（700円×5枚）が前売りで、当日は1枚800円で1冊4,000円になります。当日使えなかったものは、「あとバル」で使用可能です。

収入はチケットの販売価格と店舗への換金の差額（1枚100円）、支出は広告、チケット印刷、運営費などです。そのお金がだんだん貯まってきたので、お客さんに還元するつもりで、バルに来ていただいた方に、抽選でいろいろなものを差し上げています。5,000冊売れると単純計算で2万5,000枚、1枚につき100円の差額ですから250万円貯まるのです。250万円あれば次が簡単にできるので、市も商工会議所も全く口出ししていないイベントになってきています。

6. 伊丹市のまちづくり

残りの時間で、いろいろなことをお話ししたいと思います。

民間企業の方から、企業をPRするために、バルなどいろいろな事業と一緒にやりたいというアプローチが結構あります。民間企業は自治体と違い、大きいPR力を持っていますし、ノベルティなどを出してくださることもあって、非常にメリットがあります。

例えば、マヨネーズのキューピー株式会社が、飲食店と一緒にイースターができないかということで、49店舗の方と「イースターまつり」というのをやっています。キューピー株式会社がマップ、チラシ、ノベルティなど、全て出してくださるので非常に楽です。イースターというのは復活祭な



ので、卵やウサギがモチーフとなり、面白い卵料理を出したり、ウサギをモチーフにしたカフェラテなどを出し、最後は大抽選会を広場でやるという形で続いています。

麒麟ビール株式会社と伊丹の日本酒のコラボでは、秋に麒麟の秋味、もしくは伊丹の日本酒を注文された方にスタンプを進呈するスタンプラリー「秋の夜長の酒めぐり」を行いました。麒麟ビール株式会社が賞品なども出してくださり、店の方は酒の支度だけで、すごく楽でした。麒麟のリッキーという炭酸系の飲み物と、伊丹産のレモンがコラボしたご当地リッキーもやりました。

株式会社電通とは商店街ポスター展を行い、1位になったのは高級焼き鳥屋のとりしげです。「では、ねぎまになってきます」と、ニワトリがネギを背負って旅に出て、最後はとりしげの前で「どうも、食材です」と言います。途中でニワトリが電車に乗っている写真もある4枚もののポスターで、この地区を電通が活用してくださったイベントです。

お酒ばかりでなく、甘いイベント、「ちょこリンピック」を10回やりました。ベルギーチョコを使ったビュッフェイベントで、ベルギーチョコのピュラトスというメーカーに協力していただきました。伊丹市の洋菓子店、和菓子店が作ったスイーツでビュッフェイベントをするという、若手職員からの発想です。チョコレートを使って10回開催しました。チラシも付けてあります。ブースがあり、その前にケーキや、ベルギーチョコを使ったまんじゅうのような和菓子などがあります。最後に記念写真を撮りました。伊丹シティホテルで計10回開催している大人気のイベントで、いつも10倍くらいの抽選になっています。かわいいチラシを作り、洋菓子店が一番落ち着く1月に、シティホテルで1組2名のペアで4,000円、おいしいチョコレートのスイーツをいただくイベントです。

ちょこリンピックをやっている人たちと、バレンタインのときには「バレンタインカフェ」を旧石橋家住宅という古い建物でやり、10月には「オープンカフェ」というパフェのイベントを三軒寺前広場でやりました。ちょこリンピックをやることで、いろいろなつながりができ、イベントも広がっていく感じです。今は、ちょこリンピックは中止していますが、ウォーキングイベント、スイーツ講座、スイーツ開発をしたりするような形を取れるような関係ができてきました。

スイーツラリーの一つで、カロリーの低い「希少糖」を使ったイベントもあります。

他にも、食のイベントとして月1回、第3または第4日曜日の朝8～11時まで、三軒寺前広場で「朝マルシェ」をやっています。日曜日の朝に、おいしい朝ご飯を食べようということで始めたイベントです。飲食店だけではなく、物販店にも参加していただいています。月1回ずっとやっているの、地域の方々となじみになり、いつもお客さんに来ていただいています。

12月1日に行われる「クリスマスマーケット」の、カラーのかわいいチラシを持ってきました。これも三軒寺前広場ですが、飲食店や物販店が出ます。トナカイの帽子をかぶったり、サンタになったりして、店の方々も楽しんでいるイベントです。

「いたミーツ」というのは、大規模な合コンです。東商店会の飲食店の方が中心となって、いわゆる街コンを行いました。

日本酒に特化した「酒ガイド」は伊丹の酒だけではなく、三重から「るみ子の酒」が来るなど、各地の日本酒が来ています。同じく三軒寺前広場で売っていただきました。

食のベルギーフェアは、ちょこリンピックのスイーツだけではなく、ベルギー料理とベルギービールもコラボしたフェアです。



学校連携では、マンガを描いていただきました。バルをはしごするという設定で、漫画化されています。

地域の多くの方々と連携しています。飲食店、飲食系物販店、地元企業、農家など、いろいろな方とコラボし、ボランティアの方も大勢来ています。PRとして、自分でいろいろな情報を発信してくださる方も大勢います。

まちづくりは妄想から起こることも多いと思います。ベルギーフェアは、ちょこリンピックと既にあるイベントを編集し、ATE-1もB-1を真似た名前です。このような感じでやってきましたが、妄想から出てきています。

これは食とは関係ありませんが、「鳴く虫と郷町」というイベントを紹介するために、議会中に時間をもらって、議場に虫かごを入れて“鳴く虫と議場コンサート”と題して虫に合唱させました。

バーテンダーに来てもらったまちゼミでは、図書館1階のカウンターをバーカウンターに見立て、若い人たちに来てもらい、ノンアルコールカクテルのパーティをするイベントを行いました。

伊丹らしいことができたらいいいということで「伊丹の特徴を活かしたまちづくり」を図に示しました。

7. 役人の力

最後に、行政職員のイベントへの関わり方について幾つかお話しします。

行政職員の強みの一つは、情報が入手しやすいはずであるということです。店の方や一般の市民の方より、いろいろな情報が入ってくる機会が多いだろうと思います。補助金などの情報も入手しやすいはずなので、しっかり提供できたらと思っています。

行政職員の強みの二つ目は、信用があるはずであるということです。市の職員という職種や肩書があれば信用があるはずなので、いろいろなことを説得しやすいはずだと思っています。また、店の方は補助金申請や書類作成が苦手なので、皆さんもお手伝いを経験されていると思います。ときに応じて、いろいろな役割ができると思っています。今までは予算の確保、補助金の申請、イベント当日の警備、広報によるPR、新聞社へのつなぎなどをやってきましたが、これからは、バルのようにこちらから持ちかける話や、モチベーションを上げるようなこともできるのではないかとと思っています。

8. まちに付加価値を付ける

私は、少しでもいいから、まちに付加価値を付けることができればいいと思っています。皆さんもそうだと思いますが、大事なことは、自分のまちを面白くしたい、いいところだ、いい人が多い、人を連れてきたいと言ってほしい、歩いてほしい、遊んでほしい、できればずっと住んでほしいという気持ちです。

市長は面白い人で、平成30年度の施政方針の結びの言葉は、「去年の「伊丹のまちなかバル」での出来事です。「このイベントで伊丹に魅力を感じ、そのことがきっかけで伊丹に移り住みました」という方に出会いました。市長として、また、伊丹市民の一人として大変うれしく、誇らしく思いました」でした。バルが好きで移り住んだ人が、たまたま市長の隣に来たということで非常にご機嫌になりました。市政方針はホームページにも載っています。できたらずっと住んでほしいと



いう気持ちを持ちながら、やっていくのがいいと思います。

伊丹は小さい都市で、周りは強敵ぞろいのところなので、止まったら負けです。今のような形で担い手をスカウトし、常に何か新しいことをして、変化させていけたらと思っています。キーワードは「ユルく楽しく！」です。自分たちが楽しくなければ面白くありませんし、バルも結局は自分がやりたくて始めたところもあるので、「ユルく楽しく！」をキーワードとしてお伝えして、私の話を終わらせていただきたいと思います。ご清聴ありがとうございました（拍手）。

質疑応答

（フロアA）伊丹ではありませんが、まちバルのイベントに参加したときに、人気のある店と人気のない店で差ができていたり、行きたい店に行けなかったりした経験があります。そのようなことはありましたか。

（綾野）おっしゃるとおり、人気のある店にはすごく並んで入りにくく、ずっと入れる店もありました。伊丹の場合、月1回やっているバルの実行委員会で、いろいろな情報交換をしています。この前は駄目だったのでメニューを変える、100食に限定するなど、いろいろ反省する機会があるので、周りの方からの意見も聞いてやっていて、1回駄目でも次は盛り返すような傾向が見られます。また、バルを回っていると、SNSでリアルタイムに「良かった」「悪かった」と発信されるので非常に怖いところもありますので悪いイメージをつけられないよう工夫しています。確かに人気店と不人気店がありますが、できるだけ差を埋める工夫をしています。

（フロアB）キューピー株式会社、キリンビール株式会社などの企業と連携されていますが、これらの企業とは連携協定書のようなものを交わされていますか。また、企業と連携するきっかけは何かありましたか。

（綾野）元々緩い人間ということもあって、協定書は交わしていません。キューピー株式会社は伊丹に工場があるので、「何か一緒にやりましょう」という感じで向こうから来ていただきました。キリンビール株式会社は、伊丹に工場はないのですが兵庫県内には三田の方であって、「面白いイベントをやっているじゃないですか」という感じで来てくださり、「一緒に何かやりましょう」という感じで進めてきました。

閉 会

（高田）先日の近畿バルサミットには、研究会のメンバーもオブザーバーとして参加させていただきましたが、本当にいろいろな地域の方がアイデアや悩みを出し合ったりして情報交流をしています。先ほど質問に出たようなことや、情報発信の仕方、台風で中止するときの店への連絡方法など、いろいろな情報交換をしているので、バルをされている地域の自治体職員の方がいらっしゃれば、講師の綾野さんに連絡をとって、地元の商工会や飲食店の方と一緒に、ぜひ次の近畿バルサミットに参加してみてください。

伊丹市の取り組みのすごいところは多岐にわたっていますが、私自身は、地域の中でいろいろ



「食で考える大阪の持続可能な観光研究会」中間報告書

な人が関わっていることが一番大きいと思っています。

また、今回のお話をうかがって、「大阪で観光に取り組むというのは、こういう視点が大事な」と、改めて思ったことが1点あります。ターゲットの話の中で、観光というと、ともすると東京や海外など、遠くから人を呼ぶことを考えがちです。しかし、大阪で観光を考えるときには、近くに多くの人住んでいるので、わざわざ遠くから人を呼ばなくても、交通の便のいい近隣の大阪市、神戸市、京都市など、近くの人をどうやって呼び寄せるかということを考えていってもらっていいのではないかと感じました。

綾野さん、本日はどうもありがとうございました（拍手）。



令和元年度研究会
 「『食』で考える大阪の持続可能な観光研究会」(第8回)
 日時：令和2年1月27日(月) 14:00～15:20
 場所：マッセOSAKA 第2研修室

3. 第8回研究会講義録

公開講座

大阪の地元食材や郷土料理の魅力を観光振興へいかす ～テレビドラマの料理からヒントを探す～

開催趣旨説明：高田 剛司氏（株）地域計画建築研究所（アルパック）

皆さん、こんにちは。今日の公開講座に当たりまして、まずこの研究会がどういったことを研究しているのかということと、今日この後、広里さんからご講演を頂くわけですが、そのお話の位置付けについて簡単にご紹介したいと思います。

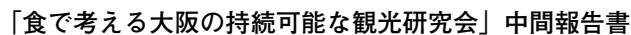
この研究会は「『食』で考える大阪の持続可能な観光研究会」というテーマで、今年度と来年度の2か年で研究を進めています。メンバーは府内の市町村6名の方が研究員として集まってくださり、それぞれの市町村の基本情報（地元食材、郷土料理等々）をまず整理しています。実際にその地域の「食」にはどのようなものがある、どんな客層の観光客が来ているのかといった情報を得るために、研究員が現場と一緒に回って議論するスタンスで、今年度は4市（岸和田、河内長野、枚方、富田林）を訪れ、来年度は2市（茨木、泉南）を回る予定にしています。

それから、公開講座を実施しています。今日はごちそうプロデューサーの広里さんにお越しいただきましたが、前は伊丹市役所の綾野さんにお越しいただいています。先進事例の調査も鳥根県邑南町と福井県小浜市、これらはどちらも「食」あるいは「観光」を非常に熱心に進められている先進事例と言えますが、そのような情報も得ながらそれぞれの基本情報を整理して、魅力資源と課題の整理を行い、来年度、各市町村で「食」と「観光」をどういうふうに進めていったらいいかという提案をまとめていこうという流れになっています。

この研究会は「食」と「観光」と「大阪」という三つのキーワード+「持続可能」という四つのキーワードで構成されているわけですが、単に「観光」を考えるのではなく、「食」を意識して、あるいは「持続可能」を意識してということになります。「大阪」ととらえてもいいですし、それぞれの自治体がある「地域」というふうにとらえてもいいと思います。

要素はよく「5W1H」と言いますが、「誰が」「何を」「どこで」「どのように」、そして「いつ」「なぜ」というところで分解してみると、特に今日のお話は「何を」という要素で、地元の食材や郷土料理、あるいは地元の食材を使った加工品などを観光という観点で意識することが非常に大事になります。

さらに、「いつ」という要素については、やはり観光も1回だけ来るのではなく何度も来て欲しいと考えたときに旬のものを楽しんでもらいたい、そうするとそれぞれの旬でどんなものがあるのかを調べる、それが今年度の研究テーマにもなっているところです。そして大事なことは「なぜ」という部分で、その土地ならではのストーリーが必要です。やはりそこでの生活、暮らしの中でそ



今日は「大阪」という土地を意識して、またテレビドラマの中でも大阪で出てくる料理にいろいろ関わって監修されている広里さんからお話を頂けるということですので、ぜひこういった観点を少し意識しながら、自分の自治体にはどういうものがあるのかを思い浮かべてお話を聞いていただければと思います。

1. 活動のご紹介

NHKのすごいところは、情報がたくさん入ってくるので私が勉強不足で分からない部分の資料をたくさん準備してくださるので、すごく料理が作りやすいということです。現場では、助監督さんに「この部分が演者さんは食べやすくてせりふが出やすいよ」とか、アレルギーのある演者さん



んには「ここにはエビが入っていないから大丈夫ですよ」といったやり取りもします。その段階をへて、演者さんが入ってきて料理を出していくのです。

2. 今日のお話～大阪の食材や郷土料理の魅力をテレビドラマの料理から見る～

今日はドラマの中から大阪の食材や郷土料理の魅力を発見していただければということで、説明していきます。

まず、「ごちそうさん」の市場の写真をご覧ください。市場のセットの食材は私が選んで全部セッティングしています。青い物の横には赤い物を置いたり、特にこれはぱっと見ても夏のシーンだなと分かるように、すいかやきゅうりを置いてみたりしています。長くびょーんと伸びているものは紅ズイキという泉州、富田林でよく採れる里芋の茎です。当時はあまり切って売られていることもないと思



ますので、長い物を用意するなど、少しでも古き良き時代を見ていただくような工夫をしています。

アップにすると勝間南瓜（こつまなんきん）が見えます。朝ドラは15分の短い放送ということもあり一瞬しか映らないことも多いのですが、なにわの伝統野菜にも入っている勝間南京や河内蓮根、天王寺蕪なども入れて、ドラマの中で大阪にはこういう伝統野菜もあるのだということをリアルに見ていただけるように、そして、少しでも皆さんの目に触れていただけるような工夫をしています。朝ドラは民放のドラマと違い、全国だけではなく世界各国でも放送されるので、それを意識して食材、料理は選んでおります。

「まんぷく」の戦時中の闇市のシーンでは、毛馬胡瓜と摂津で採れる鳥飼茄子を置いているのですが、きゅうりも青々したものは恐らく戦時中はないだろうということで、農家さんから傷んだものを分けていただいて、少し古いものを闇市に並べています。ナスもつやのあるものではなく、すすけたものを選んで置いています。

今、何気なく「なにわの伝統野菜」と言いましたが、大阪の伝統野菜は最近「難波ねぎ」が入って18品目になったのですが、概ね、100年前から大阪府で栽培されてきたもののことを言います。種とか苗の来歴がちゃんとしているということが大阪の伝統野菜の特徴なのですが、すごく厳しい検査を経て「伝統野菜」に認証されます。

それ以外にも「なにわの特産品」というジャンルのものがあります。今は21品目が認定されています。代表的なものは泉州の水なすです。これは東京の銀座の百貨店などに行くとすごく高値で、山積みで売っていたりします。一躍有名な野菜になりました。

少し余談ですが、「ごちそうさん」のときにも水なすを出して欲しいとプロデューサーから言われたのですが、当時は水なすはまだ大阪市内には入っていないくて、岸和田だけのものだったので、それはまずいだろうというやり取りをした記憶がありますが、今では東京や北海道の方も「大阪といえば水なす」というほど知っています。

「海老芋」は富田林で現在非常にブランド化していて、「板持海老芋」は高級店で売られるほどになっています。ワインもたくさん作られています。大阪のぶどうはたくさんの品種が作られていますので、特産品として挙げられています。セットの中に畑を作っているのですが、セットの中に



作っている畑の野菜も、私たちが植えているのです。自分だけでは大変なときは、農家の方に実際にスタジオに来てもらって手伝っていただいたりもしています。

大阪で獲れる魚は非常にたくさんあります。黒鯛は代表的で、大阪湾は「チヌの海」といわれるくらい黒鯛がたくさん獲れます。真鯛もたくさん獲れます。めずらしいものでは「フカ」があります。サメのことを「フカ」と言いますが、「フカ」であったり「エイ」であったり、太刀魚なども釣りをする方はたくさん釣る方もいます。イサキなども大阪ではたくさん獲れます。これらを全て私の方が調達して、ドラマのセットに並べます。太刀魚もすごく大きく、俳優さんたちもびっくりしていました。

その他に、ここでは大阪湾で獲れる春の魚を紹介します。これからおいしくなるサワラです。大阪のサワラは本当においしいです。秋のサワラはお造りでも食べられるほどおいしいのですが、大体が和歌山の方に流れてしまうことが多く、逆に市内の方では珍しく、高級値で売られることもあります。一本釣りのアジも非常に旨みも甘みもあり、脂ものっておいしいです。最近、獲れなくなったとニュースでも言われていますが、イカナゴも大阪では獲れます。

春だけでもたくさんのが獲れて、夏は夏で、冬は冬で、非常においしいお魚が大阪湾ではたくさん獲れます。

肉も「ごちそうさん」のときは切り分けたり、そのときのドラマのセットに応じて準備します。大阪の畜産物には、なにわ黒牛、能勢黒牛、チョーヤの梅酒の梅を食べた梅ビーフ、豚肉もなにわポーク、犬鳴ポークなど、たくさんあります。鶏卵も10件ほどあったと思います。河内鴨もあります。はちみつもたくさん作られているところがあると聞いています。はちみつは私はあまり詳しくないのですが、これだけ畜産業も盛んです。

大阪府のホームページの中の農林・水産業には、大阪のお魚も春・夏・秋・冬、全て分かれてきれいに整理されたものが載っていますので、よかったらご覧になってください。

なぜこれだけ大阪府は食材が豊富かといいますと、大阪湾があり、山があり、川があるため、非常にたくさんの産物が作られているからです。大阪府の食材は、本来であれば地産地消でも十分賄える量が採れるはずなのですが、実際問題、種類は多いのですが数が採れません。農家さんの量が少なく、なかなかスーパーまで行き届かないというのが現状です。

3. 郷土料理とは

そもそも郷土料理というのは「各地の産物を上手に活用して、風土にあった食べ物として作られ、食べられてきたもの」という定義があります。家族で食卓を囲むことによって郷土料理は生まれます。

私はどういうふうにして情報収集するかと言いますと、やはり地元の生産者の女性の方に「おいしいもん、教えて」と聞いて、伝えていくことが一番だと思っています。朝ドラに携わるのも7作目になってくると、たくさんの資料が集まってくるのですが、今日はその中から幾つか紹介したいと思います。



4. 大阪の食事の特徴

4-1 始末の料理

まず、一つ目が「始末の料理」で、「初めから終わりまで。食材を使い切る」ということです。無駄なく使い切るだけではなくて美味しく見た目もよく調理するというのが、大阪の「始末の料理」です。

まず、代表選手です。食べたことがある方もいらっしゃるかもしれませんが「半助鍋」です。ウナギの頭を使っておだしを取って、お豆腐とネギを食べる料理です。この「半助鍋」というのは東京のウナギでは作れないのです。なぜかという、東京のウナギはまず頭を外して串を打ち、蒸してからタレを掛けて焼くので、頭がないのです。頭を付けたまま串を打って焼く、これは大阪独特の食べ物です。頭までタレがついているので、非常に旨みも乗っておいしい料理です。

そして「船場汁」は、本来は塩鯖のアラで作る「始末の料理」です。「スカーレット」の荒木荘は大阪が舞台で、「船場汁」を作ったのですが、非常に好評でした。塩鯖の骨と昆布でだしを取って、お大根を入れて煮るというだけのお料理ですが、非常においしいです。

そして「塩昆布」です。今でしたら、潮吹き昆布というのでしょうか。白く粉の吹いた昆布を皆さんは想像すると思いますが、昔ながらの塩昆布は佃煮タイプの昆布です。だし殻の昆布を刻んで甘辛く味付けをするのが大阪の始末の料理です。

4-2 ゲン担ぎの料理

続きまして、大阪の食事の特徴の二つ目は「ゲン担ぎの料理」です。

まず鯛です。これは「めでたい」ということで、お正月ににらみ鯛を飾って、楽しんでいらっしゃる家庭も多いかと思います。それから、結婚式のときに必ず大阪では鯛のお頭がそばにあって、引き出物として持って帰る風習があります。「めでたい」ということで、鯛を添えるのが大阪流です。

そしてふぐです。今が旬で、すごくおいしいです。「福が来ますように」ということです。「てっちり」も「てっさ」もおいしいと思います。

これを知っている方は結構な郷土料理通だと思うのですが、「めえ」という料理もあります。最近、アラメが採れないのです。刻み昆布みたいなもので、コンブ科です。ワカメやヒジキではないのですが、味付けは油揚げと一緒に炊いたヒジキのような味付けで焚きます。「芽が出ますように」ということで、アラメを戻したときに出てくる黒い汁を「8」の付く日に玄関先にまくのです。アラメ自身は甘辛く、油揚げと一緒に炊いて、「末広がり」に「芽が出ますように」ということで、これを「8」の付く日に食べます。これは船場地区、商人のまちに多い料理です。あと、京都の方でも今でもする所も多いです。

「小豆飯」は赤飯とは少し違って、うるち米、普通のお米で作ります。1日と15日に食べるのも商人のまちならではの「無事に1か月過ごせますように」ということで「小豆飯」を食べます。

ちなみに、昔は「大坂」と表記していました。今では「大阪」です。「土に返る」は縁起が悪いということで、「大阪」に変わったということです。大阪はやはり商人のまちですので、ゲンを担ぐことが大好きです。



4-3 行事から見た大阪の食

大阪の食事の特徴の三つ目は、「行事から見た大阪の食」です。半夏生のときに食べる「たこめし」や「たこ」の料理もそうです。畑や田んぼが潤うように、根が張るようにということで、夏になると「たこ」の料理が増えてきます。

それから南河内、富田林では今でも食べる方が多いと思いますが、「あかねこ餅」です。麦にもち米を混ぜたお餅にきなこをまぶして食べます。今は道の駅などでも販売されていたりしますが、ご自宅で作る方も多いのではないのでしょうか。

天神祭のお料理、例えば「ハモの湯引き」です。大阪では「ハモチリ」とは言わないのです。「ハモの湯引き」と言います。酢味噌で食べるのが大阪流ですが、今では梅肉で食べることの方が増えてきたと思います。

こういった料理も湯引きだけとか、ハモのお椀というのは、恐らく割烹店とか料亭へ行くと食べる機会が多いと思うのですが、「ハモ尽くし」や「たこ尽くし」で天神祭をお祝いすることが非常に減ってきたように思います。どこかの料理屋さんで「ハモ尽くし」とか「ハモとたこを使ったお料理コース」を天神祭の日に提供してくれたらいいなと常に思っています。

「ごちそうさん」のときに天神祭の料理を作ったときの一部をご覧ください。お椀も、今でこそハモのお椀ですけれども、昔は「白天」といってキクラゲの入った天ぷらにカイワレを添えた「白天とカイワレのおつゆ」というものが天神祭のお椀です。右上の方にあるお料理ですが、ハモの皮をきゅうりの「ごくごく」という酢の物にしています。身はすり身にしてきくらげと一緒に天ぷら、さつま揚げのようなものにしてカイワレと一緒にお椀にする、皮は酢の物にというのが、本当の天神祭のお料理です。



これは「魚島季節（うおじまどき）」の写真です。もう名前すら聞いたことがない方も多いと思いますが、明治・大正時代にさかのぼり、船場地区では、大阪湾で非常にたくさん獲れた鯛を、お中元・お歳暮とは別に鯛を進物するという風習があったのです。うなずいていらっしゃる方もいますが、そのときに鯛のお料理をたくさん作るということがあり、その中の一部の料理を再現しました。

「鯛百珍」や「卵百珍」といった江戸時代に流行った書物があるのですが、このお料理は、「鯛百珍」という鯛尽くしの料理の本に出てくる料理の一部です。鯛ご飯であったり、鯛の揚げ物、鯛を使った潮汁やすり流しなど、いろいろなお料理があります。

進物をどういうふうにとってきたかという、「魚箱」というものがありまして、そこに鯛を入れて、ひゅっと尻尾を見せるのがポイントなのです。尻尾を見せていると大きい鯛が入っているように見えるので、この尻尾を見せるところが特徴です。

その他に、今では大阪市内よりもやはりだんじり祭りの方がお祭りの料理をたくさん作っていると思うのですが「ワタリガニ」や「ハモ」を使ったお料理はだんじり





祭のときに出します。そしてお正月に「にらみ鯛」があったり、節分の日には恵方巻が主流ですが、蕪のお味噌汁に麦飯、塩鯛という3点セットが昔は節分のお料理でした。今でも四天王寺さんで2月3日に振る舞いがあるのですが、私も助っ人でいつも四天王寺に手伝いに行くので、もし節分に皆さん、お時間がありましたら振る舞いに来ていただけたらと思います。コンビニやスーパー、あちこちで恵方巻が売られますので、知らない方も多いと思うのですが、昔は蕪のお味噌汁でした。蕪のお味噌汁もただ蕪をお味噌汁に入れるだけではなくて、一旦干すのです。干して蕪の甘みを出してからお味噌汁に加える料理なのです。それに麦飯と塩鯛を食べました。

これらの料理をドラマで今まで出してきたのですが、なぜそういうことをしているかという、日常の生活と風習、そして時代の料理を残して次世代にやはりつなげたいという思いがあったからこそなのです。そこには大阪らしさや大阪のパワーが垣間見られるからなのです。ちゃぶ台の文化からテーブルの文化に変わっていますが、それはやはりつなげていかなければいけないと思います。

4-4 大阪を五つに分けて料理を見る

私たちは大阪の郷土料理を勉強する上で五つの地区に分けて勉強させてもらっています。

まず、北摂地区です。こちらは摂津や能勢、茨木の方が入ってきます。山に囲まれて雪深いので、保存食の料理が非常に多い地区になります。東大阪地区は地元ならではの野菜も非常に多く見られます。八尾なども入ってくるのですが、八尾の若ごぼう、八尾の枝豆は今もブランド化されて、誰もがおいしいと太鼓判を押すほどになっています。そして中河内です。河内長野と千早赤阪村などが中河内地区ですが、果物が非常にたくさん採れてギネスブックに載るほどにもなっています。そして、ワインも非常にたくさん作られているところが多いです。泉州は誰もが知っているお魚がたくさん獲れる地区です、そして大阪市は「天下の台所」というほど食材がたくさん集まりやすく、ゲン担ぎの料理も非常に多い地区というふうに五つに分けて考えています。やはり商人のまちですから、特に代表して船場界限はよく言われますが、あの辺りを大阪市というふうにまとめて、五つに分けて料理の組み立てをします。

今から見ていただく料理の中にはたこ焼きもお好み焼きも一切出てきません。他にどのような郷土料理があるのでしょうか。まず、これは今でもよく作られる方が多いと思うのですが、「大阪しろなとお揚げのたいたん」は大阪市の郷土料理になります。油揚げと一緒に炊くお料理です。お惣菜の代表選手です。小松菜に押されてしまって「大阪しろな」はめっきりスーパーに並ばなくなっていました。

それに似たものが「若ごぼうとベーコンの煮浸し」です。油揚げと一緒に昔は炊いていたのですが、油揚げと一緒になぜ炊くかといいますと、やはり野菜に脂分のあるものを一緒に炊くと非常に甘みとコクが出るのです。そこから派生して若ごぼうとベーコンと一緒に炊くお料理も増えてきています。

これは大阪府全般に伝わるのですが、特に泉州地区、大阪市内の料理で、大阪の箱寿司です。大阪寿司とも言われますが、江戸前寿司と違い保存性が非常に高く、作ると結構面白いのです。それこそ、観光に来られた方にこういった箱寿司講座ができたらいなと思います。

次はおでんです。おでんは大阪市というよりも他の地区の方が、観光の材料にされている所も



多いと思います。よく言う「姫路おでん」ですとか「青森おでん」などもそうですが、大阪のおでんも非常に特徴があり、たこが入っていたり、鯨が入っていたり、そして東京都に比べて非常にお野菜ものが多いです。東京のおでんなどは、東京出身の方には失礼ですが、練り物ばかりで野菜がほとんど入っていない所も多いと思うのですが、大阪は栄養バランスもとれたおでんが多いです。

そして「天王寺かぶら蒸し」です。京料理のようにも思うと思いますが、天王寺かぶらは皮も柔らかくて非常に甘いので、かぶら蒸しを作ることも多いです。

これは泉州の代表選手の「じゃこごうこ」です。先ほど高田先生とお話していたのですが、「えびじゃこ」と言われる「じゃこ」です。最近、売っている所がすごく少なくなって買えないのですが、水なすがブームになっているので泉州の岸和田、熊取の方に来たらこういうえびじゃこ水なすを合わせた料理があるということで、紹介して食べる所が増えたらいいなと思います。

「赤舌のおろし煮」です。これも泉州の郷土料理です。赤舌に限らず、こういう「牛の舌」と呼ばれるお魚なのですが、舌平目です。フランス料理などでよく出てくるのですが、骨も多くて食べづらいというので、最近は食べる人がすごく減ったのですが油で揚げて大根おろしとあえると非常においしいです。

「足赤海老と栗の含め煮」、これは北摂地域、特に能勢のお料理です。栗の甘露煮を海老と一緒に炊くのですが、甘みが栗から出てきて、海老の旨みと合わさって非常においしい料理です。栗と合わせるというのがすごく面白いと思いますが、おうちでも普通の黄色く煮た、渋皮が付いていない甘露煮でもおいしくできるので、一度やってみてください。

これは「泉州漬け」といって、要は南蛮漬けです。市場で獲れるお魚を油で揚げて、たくさんの玉ねぎと一緒に甘酢漬けにする南蛮漬けです。こちらも泉州の方では玉ねぎが非常にたくさん採れるのでこういったお料理があります。玉ねぎというと淡路島と言われることが多いですが、昔は玉ねぎは泉州の方で採れて、生産量が追いつかなくなったので淡路島や北海道へ行ったのです。泉州の玉ねぎは甘くておいしいです。私もよくドラマで使っています。

これも食べられなくなりました。最近は作っている人をめっきり見なくなりました。スーパーで並んでいてもあまり購入されない食材のナンバーワンに入るのではないのでしょうか。「芋がらの煮物」です。紅ズイキを割いて干したものです。昔はお母さんがお乳の出がよくなるように、産後の肥立ちが良くなるようにということで、妊婦さんや赤ちゃんのいるお母さんに作ったお料理です。本当にもったいないお料理だと思います。

「へそ大根の煮物」です。大根を輪切りに切り、竹の棒に刺して干すと穴が開くのでこのような形になります。それを水に戻して甘く炊きます。一度干したものを炊くのでものすごく甘いです。砂糖とみりんがほとんど要りません。これは「マッサン」のときに作ったお料理だと思うのですが、泉ピン子さんがホテルに持って帰るほど喜んで食べてくださいました。

これは東大阪のお料理です。「田舎の椎茸の煮物」です。「田舎の椎茸」と書いているから、椎茸とお豆さんを炊いているかと思うのですが、実はなすなのです。な





すを輪切りにして、糸を通して干すとしなしなになり、薄っぺらい干し椎茸のようになるのですが、これを水で戻して豆と一緒に炊きます。これが椎茸に見えるので、なすが気の毒なのですが、名前も変えられて「田舎の椎茸の煮物」といいます。これも結構、おいしいです。

私がよくするのは、ドラマの中で役者さんがやり取りしていて、軒先などが夏場に寂しいなと思うときに、田舎の椎茸を干したりして、飾り付けというか、見せたりします。大阪のシーンで、特に「あさが来た」のときによく吊しました。皆さん、喜んでくれました。NHKがすごいのは、視聴者の問い合わせには全部答えるのですが、少し変わったことをすると「あれは何を干していたの?」とか「このお料理は何?」とか、すごく問い合わせが多いのです。朝ドラファンの方は本当にすごくて、私がたまたま使った器なのですが、そんなにレパートリーもないので重複するものもあり、「この器は『マッサン』のときにも出ていましたが広里さんのお好みですか?」という問い合わせやコメントがあったりします。この「田舎の椎茸」は結構私はお料理に出します。

これは泉州の「鰻のモツの煮凝り」です。言い方はさまざまにあると思いますが、鰻のホルモンは非常においしいので、夏は特に卵を持っておいしいですから、それを煮凝りにしたりもします。

今では大阪のソールフードになっている「紅しょうがの天ぶら」です。黒門市場に行くときすぐに売り切れています。今ではジャンクフードにも、スナック菓子にもなってしまっていてびっくりします。紅しょうが自体が大阪の始末の料理の代表なのです。梅干しを漬けるときに出る梅干しの汁にしょうがを漬けると、紅しょうがになるのです。それを薄切りにして天ぶらにするとおいしい天ぶらができます。

5. クイズ~これって大阪?

では、少しブレイクということで、クイズを出したいと思います。「これって大阪?」ということで、歴史のある大阪の食に関するクイズを出します。大阪に縁のあるものは「○」、そうでないものは「×」でお願いします。

これは例題です。関西ではウナギというと腹開きです。関東は背開きです。なぜ、関西は腹開きで関東は背開きか、ご存じの方はいらっしゃいますか。

関東はやはり武士が切腹を嫌ったので背開きになっています。関西の人は切腹がOKかというところではないと思いますが、関西はなぜ腹開きなのでしょう。考えたことがありますか。これはこじつけもあるのですが、やはり関西は商人のまちですから「腹を割って話す」ということで、腹開きと言われています。あとは、腹開きにした方が作業が早いのです。これはウナギをさばいたことがある方は分かると思うのですが、腹開きの方が断然仕事が早いのです。

では、ここからがクイズです。この桜餅は大阪でしょうか、その他の地域でしょうか。

これは関西ではありません。皆さん、よく思い返していただくと関西の桜餅はこのような道明寺粉を蒸したものではないでしょうか。おはぎのような、これが関西の桜餅です。藤井寺にも道明寺





という地名がありますが、道明寺粉という米を潰したものを蒸して作ったものが関西の桜餅です。

次はミックスジュースです。これは大阪でしょうか。他の地域でしょうか。よく見てください。ヒントはミックスジュースの色です。答えは「○」です。昭和23年、今はすごい行列になって観光化していますが、西成区のジャンジャン横町にある千成屋珈琲が発祥と言われています。東京にも昔からフルーツジュースというものはありましたので、ミックスジュースがなかったわけではないのですが、ポイントは牛乳を入れるところです。牛乳を入れてどろっとさせているのですが、いろいろなフルーツが大阪のミックスジュースには入っています。なぜ、こういったいろいろなフルーツを入れるのかと言いますと、果物屋さんが熟れすぎて販売できないものを刻んで牛乳と混ぜたというのが発端です。このもったいない精神、始末の料理というのがこのミックスジュースの中に表れています。

次はおいなりさんです。これも写真をよく見てください。このおいなりさんは大阪にちなんでいますか？そうではないですか。答えは「×」です。関西のおいなりさんは三角ですよ。東京のおいなりさんは四角だと思います。皆さん、ほとんどの方が大阪出身、関西出身の方が多いのでしょうか。関東のおいなりさんというのは、具も少ないのです。ごまだけの場合もありますが、えごまが入っていたりして、非常に中身がシンプルですが、関西のおいなりさん、特に大阪のおいなりさんは混ぜ寿司みたいな形で、ゴボウやらにんじんやら、かんぴょうやら、いろいろな食材が入っています。おいなりさんを買うなら大阪のおいなりさんの方が断然おいしくて、具もたくさん入っていてお得な感じがします。

カレーライスです。東京は豚肉で作るカレーライスが多く、関西は牛肉で作るカレーライスが多いと言われています。では、このカレーライスは大阪とその他の地域、どちらが発祥だと思いますか。

実はこのカレー粉がポイントなのですが、カレー粉を初めて製造したのが大阪です。薬問屋さんが初めてカレー粉を製造しました。今でも「蜂カレー」という名前で売っていますが、ここが最初です。レトルトカレーとしては大塚食品が作った「ボンカレー」も大阪が発祥です。特に朝ドラはカレーを作る機会が多いのです。「まんぷく」でも散々カレーを作りました。カレー粉の発祥が大阪なので、カレーフェアみたいなものができないか、とか、いろいろな全国のレトルトのカレーを集められないかとか、いろいろ思うことが多いのですが、そういったお祭りができたらいいなときどき思います。蜂カレーさんのカレー粉はおいしいです。なかなかスーパーとかでは手に入りません。

これは分かりますよね。インスタントラーメンです。安藤百福さんが昭和33年に作ったチキンラーメンが発祥地点で、それからカップヌードルが昭和46年にできました。連続テレビ小説「まんぷく」でも随分させていただきました。「まんぷく」でラーメン、カップヌードルとかチキンラーメンを作るとは、私はまさか思っていませんでした。某食品メーカーさんがそこの部分はやってくださると思っていたのですが、実はスープを作るところであったり、失敗作の過程は私が作っていたのです。未知の世界なので、大パニックになりながら、限られた期間でさせてもらいました。やると楽しいです。

他にも大阪に縁がある、大阪が発祥のものはたくさんあります。しゃぶしゃぶもそうですし、オムライスもそうです。回転寿司も有名ですが東大阪の元禄寿司さんが1号店です。それから、今で



はどこでもきつねうどんも食べられますが、きつねうどんの話をするとう長くなってしまうので、またの機会があればいいと思います。

こういった形でいろいろな大阪発祥のものがあるので、その発祥のものだけでも大阪の食というものが非常に盛り上がるのではないかと思います。

6. まとめ

和食がユネスコ無形文化遺産に登録されたのが平成25年でした。そのときに多様で新鮮な食材とその持ち味を尊重していく、健康的な食生活を支える栄養バランスがある、自然の美しさや季節の移ろいを表現している、正月などの年中行事との密接な関わりがある、というのがユネスコ無形文化遺産登録のキーになった点です。今、お話ししたこともすごく当てはまっていると思いませんか？大阪の食文化からも非常にこのことが伺えると思います。

伝えたい料理というのは何なのか、世界に広めたい料理は何なのかということをもう少しみんなと一緒に考えることができたかなと思って、私はいつもドラマの料理を作っています。美味しい食材と郷土食というのは、絶対に人を集めると思います。

では、2025年の大阪万博までに私たちができることは何でしょうか。何を発信できるのでしょうか。それを考えるとやはり「大阪の食文化」をもう一回見直さなければいけないと思いますし、「美味しい食」はもちろんそこにつながってくると思いますし、「始末の精神」であったり「食品ロス」、これは全て大阪の食文化に入っていることだと思います。皆さんと一緒にこういうふうなことを考えられたらいいなと思っています。

それから「新しい食（ネクストカップヌードル）」と勝手に付けさせていただいたのですが、日清さんは特に給食なども作ったり、活躍されていますけれども、新しい食もすべて食文化から通じてくるものだと思います。カップヌードルに入っている擬製肉、「謎肉」と言われている小さな固まりのお肉があると思うのですが、私があれを再現したときに、これは江戸時代からある料理の工程と一緒にだなと思います。ただ、少し調味料が違う、粉末のおしょうゆを入れたり、化学調味料が入ったり、そういったものはもちろんあるのですが、作り方自体は本当に昔からある日本の伝統技術を上手に使って作られているのです。あまり詳しくは企業秘密も入っているので言えないのですが、全然難しいことはなく、それに少し調味料や現代の濃縮タイプの液体が入ることによって、あのような形になります。全て昔からやってきた、先人が作り上げてきたお料理の中で生まれてきているのだと改めて感じました。

それは根源からいうとお母さんの食、皆さんが食べてきた食から全て始まっていると思います。皆さん、一度考えていただけたらと思うのですが、あなたの郷土料理は何ですか。あなたの思い出の味は何ですか。もう一度思い返してみてください。そこに観光振興へ生かす答えにつながると私は思っています。

最後は駆け足になりましたが、最後までありがとうございました（拍手）。



質疑応答

(フロア1) 先ほど「おでん」のスライドを見せていただき、大阪の料理として紹介されました。私は船場育ちです。「おでん」とは言わずに「関東炊き」という名称でお母さんとかが言っていたので、それがいつから「おでん」に変わったのかなと思いました。職場でも「私も大阪育ちやけど、おでんと言わなかったよね。いつから関東炊きに変わったのやろう」という話を、ちょうど研修に行く前にしていたので、お聞きしたいと思います。

(広里) 「おでん」はすごく歴史があり、元々大阪の「おでん」というのは別のものがあったのです。おそ松くんのチビ太のおでんは分かりますか。三角のこんにゃくと丸の大根と四角の厚揚げが刺さったものなのですが、あれが元々がルーツで、田楽方式といって串に刺してお味噌を付けて食べる、それが元々の大阪の「おでん」だったのです。諸説はあるのですが、関東大震災のときに、東京の方が大阪に移ってきたときにふるまった炊き出し料理が今の「おでん」になるのです。関東から来たので「関東炊き」と言っていました。私は今、42歳なのですが、私が小学校・中学校くらいまで「関東炊き」という言葉をすごくよく聞きました。大阪の船場の方や特に北区の方は「常夜灯鍋」という名前を聞いたことはないですか。森繁久弥さんが「これはおでんでもなくて、関東炊きでもない。芸術だ」ということで「常夜灯鍋」という言い方をする方もいます。

(フロア2) 私は九州出身なのですが、「ごうこ」というのはどんな言葉から出ているのでしょうか。

(広里) あれは「おこうこ」から来ているのです。漬け物です。漬け物を「おこうこ」とか「おしんこ」という言い方をすると思うのですが、それを炒めて煮ているところから、「えびじゃこ」という干物と一緒に合わせるところから「じゃこごうこ」となりました。「ぜいたく煮」とか、京都の方でしたらたくあんの古漬けを一回水に戻して、もう一度炊きなおすという「ぜいたく煮」という言い方もあるのですが、お漬け物を使ったお料理は非常にたくさんあります。九州の方にもたくさんあるのではないのでしょうか。

(フロア3) 職場が熊取町なので、大阪の南部で地元で採れる野菜フェアとかをよくやります。水なすはもちろん、里芋、ふき、赤ズイキなどを出します。熊取町では里芋コロッケというものを開発しているのですが、せっかくいいものを作っているのですが、宣伝の仕方、広め方でなぜもっとうまいかないのかなとも思います。私自身は貝塚市出身です。先ほど画面に出ていた水なすは岸和田と、貝塚は飛ばされましたけれども、貝塚でも「馬場なす」と言って、皮がとても薄いなすが採れ、夏場は生で生麩を巻いて食べたりします。あとは三つ葉とかタケノコも有名です。タケノコは京都の料亭とかに出していると聞いたことがあります。それぞれにみんないいものがあるのに、なかなか発信ができないという、そこが残念です。何かいい方法があったらいいのになと感じています。



(広里) ありがとうございます。貝塚、熊取、岸和田、この辺りは本当にいい食材の宝庫です。泉州の里芋は石川小芋などをはじめ、非常に甘くてねっとりとしておいしいと思います。特に木積のタケノコは非常に甘くて、京都などでも取り合いです。私よりも地元の方の方がお詳しいと思いますが、有名料理屋さんがほとんどとってしまうので、生産量とのバランスが合っていないのではないかと思います。

同様に、富田林の「板持海老芋」は京都の海老芋よりも断然おいしいということで、私も毎年自分のおせち料理に入れたり、いろいろなイベントやお料理教室で使ったりしますが、ものすごく手に入りづらいです。だんだん生産者が少なくなっているということもあります。すごくいいものがたくさん採れるから欲しいというところと、作り手とのバランスがすごく大切だと思います。

一つ、料理手の方から見ますと、最近は特に食のイベントがものすごく増えて、勉強会も増えて、料理人が料理熱心になったのです。昔の料理人さんが勉強熱心ではなかったというわけではないのですが、情報が非常にたくさん入ってきます。大阪は都会だと思われていたもので、そういった食材がたくさんあるという認識がなかったのですが、京都のタケノコよりも木積のタケノコの方がおいしいよとか、富田林で採れる「板持海老芋」の方がおいしいよとか、水なすにしても生産者さんも指定して、誰々さんが作る水なすがおいしいよと非常に簡単に情報が入ってくるようになりましたので、集中している部分があるのではないかと私は感じています。

(フロア4) 私は保育所で働いています。保育所でも郷土料理などいろいろなものを出すのですが、子どもたちが食べ慣れていないので、食べなかったり残したりすることが多く、また若い先生が多いので食べさせ方が分からないと言われるので、食材を、例えば生節ではなくてツナに替えたり、海老ではなくてじゃこに替えたりしているのですが、小さい子どもたちが食べ慣れないものについては、アレンジをしていくことは、伝えるという意味ではいいのでしょうか。

(広里) 先ほどLINEスタンプの写真をお見せしましたが、やはりそこから始まると思います。私も甥っ子がすごい偏食で何も食べませんが、知らないといけないと思います。あとは言葉でフォローするとか、会話につながってくるのではないかと思います。「べっぴんさん」で私はロールキャベツを作りました。当時、私たちの世代はロールキャベツが家で出てきたら「ごちそうだな。お母さん、頑張ってくれたな」と思ったのですが、ある女優さんが食べて「これは何ですか」と言うのです。作ってもらったことももちろんなく、レストランでも食べたことがないと言うのです。食べ方も分からないのです。「かぶりついたらいいいのですか」と聞かれました。やはり知らないということは寂しいと思います。そのときは「いっぺん、食べてみて。おいしいから」と言って、結果的に「おいしい」と言って全部食べてくれたのですが、そういったところから教えないといけない時代になってしまったのだと思います。

私も毎回葛藤しています。特に俳優さんとか役者さんでも最近「あれ、嫌い」「これ、嫌い」という人もすごく増えてきたのです。「じゃあ、これに替えようか」という気持ちもあるのですが、そこは駆け引きです。「まあ、でもいっぺん食べてみて。おいしいって発見するかもしれないし」ということで、言葉でフォローします。「あかんかったら今日は止めていいから、いっぺん食べてみて」と言います。



お味噌汁にしても、実は全部、変えています。「あさが来た」のときは京都と大阪で少し時期が違ったのですが、京都のシーンで作るお味噌汁と大阪で作るお味噌汁は少しおだしの割合を変えたり、お味噌を変えたり、全部変えて、少しでもその土地を役者さんにも楽しんでもらう努力をしているのです。映像では見えないのですが、やはりそういった小さいことから、コツコツと、まずは知ってもらうことが私は大切なのではないかなと思っています。特に朝ドラは10か月間撮影するのですが、その期間は家族だと思って、私がみんなのお母さんだと思って料理を作るようにして、大阪であれば大阪の魅力を、今は「スカーレット」なので少しでも滋賀県の食材を調達して滋賀県の魅力を分かってもらうように心がけています。

(高田) 食べるだけだと、なかなかすぐに受け入れてくれないということがあるので、教育だけでなく、観光の現場でも同じですが、体験する、作る、収穫するなど、自分で関わったものは美味しく感じるがありますよね。そういうことも組み合わせてやっていくと良いのかなと思います。

(広里) 本当にそのとおりだと思います。お料理教室などを子どもと一緒にしていても、やはり「今日作ったものは自分たちが作ったのだから、残さずに食べよう」と言うと無理してでも食べてくれます。残すとせっかく自分たちが頑張って作ったのだから、という気持ちになってくれます。

第5章

フィールドワーク報告

1. 岸和田市	103
岸和田市 畑部 徹	
2. 河内長野市	106
河内長野市 田中 智也	
3. 枚方市	109
枚方市 笠井 里紗	
4. 富田林市	112
富田林市 中谷 恭子	



1. 岸和田市フィールドワーク報告

視察日程	令和元年7月17日(水)
対応者	畑部 徹（岸和田市観光課）

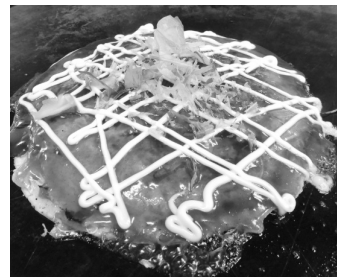
(1) 視察内容

①視察行程表

時 間	場 所	内 容
13時00分	集合（南海電鉄 岸和田駅）	
13時00分～13時15分	岸和田駅前観光案内所	・案内所職員からの説明
13時15分～13時30分	岸和田駅前通商店街～岸和田城周辺	・町歩き
13時30分～15時30分	岸和田市五風荘	・施設見学 ・昼食
15時30分～17時30分	だんじり会館	・施設見学 ・意見交換会

※時間外に有志にて

創業天保10年の老舗和菓子店である小山梅花堂にて氷くるみ、お好み焼き双月にて「かしみん焼き」実食



②視察先選定理由

この研究会での初めてのフィールドワーク開催が、岸和田であったため、事前の相談で食事場所を数カ所提案したところ、五風荘に決まった。五風荘は岸和田市指定文化財で指定管理者制度を活用して運営している。今年度より指定管理者が変わり新たに地元食材を中心とした料理を提供しているのが選定理由である。他の視察先については、岸和田駅より徒歩圏内で、観光課が推奨する町歩きコースから厳選した。

(2) 視察結果

①岸和田駅前観光案内所

- ・従業員より「食」に対する問い合わせや売れ筋商品を聞く。



②岸和田駅前通商店街～岸和田城周辺

- ・岸和田駅前通商店街はだんじり曳行コースのためアーケードを高くしていることを紹介。
- ・城下町のため御用菓子が発展したことから、老舗の和菓子屋が多いことを説明。

③岸和田市五風荘（岸和田市指定文化財）

- ・昭和4年より10年の歳月をかけて造営した屋敷と回遊式日本庭園。
- ・地元食材を使用した特別料理を頂く。

④だんじり会館

- ・G20大阪サミットにも出展しただんじりを含め、だんじり祭の全てが分かる施設。

(3) 研究会での意見

①岸和田市五風荘

- ・屋敷・庭・料理のレベルが高い。
- ・メニューを見ると「地産」のものを使っていることの表示が無いのが残念。岸和田ならではの「売り」をしっかりと見せる工夫が必要。（4月に指定管理者が代わり、リニューアルオープンしたばかりなので今後に期待したい）
- ・接客係が話してくれた「家庭では、水なすを食べる時には包丁で切らず手で裂く」というような地元ならではの小話は面白い。給仕で料理の説明をする際に、そのような話を少し加えるだけでもお客さまの印象に残りやすい。

②その他

- ・駅から徒歩圏内で城を中心に町歩きができるのは羨ましい。
- ・圧倒的イメージの「だんじり」×「食」で売り出せないか。
- ・ごより豆、じゃこごうごなどの郷土料理が食べられる店が分からない。
- ・「だんじり」や「城」のイメージが強く、逆に「食」のイメージが薄い。
- ・府内漁獲量7割以上であることが発信できていない、駅から城周辺を町歩きしたがそれが感じられなかった。
- ・各コンテンツは素晴らしいが生かせていない、もったいない。

(4) 所感・まとめ

岸和田市五風荘で水なす・泉だこ・シラスなどの地元食材を主に使った料理を食べて頂き、意見交換の時には、旬を迎えた「包近の桃」の配布、時間外に有志にて「氷くるみ」と岸和田のソウルフードと言われる「かしみん焼き」を味わってもらったので、半日にしては岸和田の「食」を堪能してもらえたと思う。ただ、この1年間で皆様とは当時よりも打ち解けられたので、次回は趣向を変えよりディープな岸和田をご紹介します。

海産については、地元以外で外食する時はマグロやカツオ、サンマなど外洋性の魚を注文する私としては、岸和田において漁港のイメージがここまで知られていないということを再度実感出来た。



岸和田市でのフィールドワークを終えて半年以上が経ち、他の地方自治体にも行かせて頂き、研究員の皆様からの意見で気付くこともあり、この研究会が無ければそもそも興味すら持たなかったこと、分からないこと、知ることが無かったことを学ばせて頂き、貴重な経験をさせてもらっている。



2. 河内長野市フィールドワーク報告

視察日程	令和元年8月21日(水)
対応者	田中 智也（河内長野市産業観光課）

(1) 視察内容

①視察行程表

時 間	場 所		内 容
12時30分	集合（南海高野線・近鉄長野線 河内長野駅）		
（約15分）	南海バス「河内長野駅前」乗車 ⇒ 「奥河内くろまろの郷」下車		
12時45分～14時00分	道の駅 奥河内 くろまろの郷	地産地消レストラン	・昼食 ・担当者からの説明
14時00分～14時30分		ビジターセンター	・施設見学 ・担当者からの説明
14時30分～14時55分		あすかてくるで 河内長野店	・施設見学 ・担当者からの説明
（約10分）	徒歩移動（「奥河内くろまろの郷」⇒「木根館」）		
15時05分～15時45分	林業総合センター木根館		・施設見学 ・担当者からの説明
15時45分～16時45分			・意見交換・まとめ
（約25分）	南海バス「奥河内くろまろの郷」乗車 ⇒ 「河内長野駅前」下車		
17時10分	終了・解散（南海高野線・近鉄長野線 河内長野駅）		

②視察先選定理由

「道の駅 奥河内くろまろの郷」周辺は、「大阪府立花の文化園」や「林業総合センター木根館」など、特色ある観光施設が集積しているエリアである。しかし、各施設がそれぞれ独自の施策を展開しており、観光施設が密集しているメリットを活かしきれていないことが課題である。

そこで、フィールドワークを通して、研究会員の方々の意見をいただきながら、「食」コンテンツと「林業」などの異種コンテンツをどのように組み合わせ、「本エリアでどんな新しいコトができるのか」、「どのように各施設間の連携強化を図っていくか」などの知見やヒントを得るために、上記視察先を選定した。



(2) 視察結果

①地産地消レストラン

- ・使用されている野菜のほとんどが河内長野産や南河内産である。
- ・契約農家から直接仕入れているため、食べた野菜を実際に購入することは難しい。

②ビジターセンター

- ・観光情報の発信やお土産品の販売の他、地元企業と商品開発等も行っている。
- ・施設の利用者は幅広い。周辺施設に来た方が立ち寄って買い物していくことが多い。

③あるかてくるで河内長野店

- ・地元産の農産物の販売だけでなく、それらを加工したお惣菜やお弁当も販売している。
- ・イートインスペースもあるため、その場で加工品を味わうことができる。

④林業総合センター木根館

- ・河内材に触れてもらうため、カトラリーなどを作る木工体験を実施している。
- ・面での集客を図るため、道の駅と花の文化園と月に1回連携会議を実施している。



地産地消レストラン



ビジターセンター



林業総合センター木根館

(3) 研究会での意見

①道の駅周辺施設の連携強化

- 案1：花の文化園で食べられる花を展示し、レストランでその花を料理として提供。
- 案2：くろまろファームで収穫体験した野菜をビュッフェレストランで調理体験。
- 案3：ビュッフェレストランで使用した木製食器を、木根館の木工体験で自ら作る。

②自転車を活用した事業の展開

- ・レンタサイクル事業をもっと充実させ、市内周遊の促進を図るべき。
- ・関西サイクルスポーツセンター等の協力を得ることができれば、自転車活用した新たな観光コンテンツが生まれるのでは。



(4) 所感・まとめ

視察行程を組むにあたり、他にもいくつか視察候補先があったが、実際に行程表に落とし込んでみると、公共交通機関での移動が難しく、研究会での指摘にもあったとおり、市内周遊の利便性向上のための自転車施策の必要性を改めて実感した。

また、市外の方々に実際に道の駅周辺を視察してもらい、様々な施設間の連携事業のヒントをいただけたのは、大きな収穫であった。「食」という分野に限らず、各施設の特徴を活かしつつ、連携によるシナジー効果が生まれるような事業を今後も提案していきたい。



3. 枚方市フィールドワーク報告

視察日程	令和元年9月25日(水)
対応者	笠井 里紗（枚方市産業文化政策課）

(1) 視察内容

①視察行程表

時 間	場 所	内 容
13時00分	集合（JR学研都市線 長尾駅）	
（約10分）	公用マイクロバス移動（長尾駅 ⇒ 農園料理 杉・五兵衛）	
13時10分～13時30分	農園料理 杉・五兵衛	園内散策 ・担当者からの説明
13時30分～14時30分		食事 ・お膳とお煮しめのビュッフェ
14時30分～15時10分		園主説明
（約50分）	徒歩＋京阪バス移動（「上渡場橋」バス停⇒「枚方市駅南口」バス停）	
16時00分～16時15分	岡本町公園（枚方宿）	・担当者からの説明
16時15分～16時30分	ひらかた観光ステーション	・スタッフからの説明
16時30分～16時45分	枚方T-SITE	・6次産業化商品の紹介
16時45分～17時25分	枚方市市民会館 会議室	・現状説明と意見交換 ・まとめ
（約5分）	徒歩移動（枚方市市民会館 ⇒ 京阪電鉄 枚方市駅）	
17時30分	終了・解散（京阪電鉄 枚方市駅）	

②視察先選定理由

いわゆる“農家レストラン”の先駆けである「杉・五兵衛」、枚方市のランドマークともいえる「ひらかたパーク」や「枚方T-SITE」、「五六市」など集客のあるコンテンツはいくつかあるが、どれも単独のもので食を含めたほかのコンテンツとのつながりが薄いのが現状である。そこでひとまず現状を見ていただき、それぞれの特徴を生かした組み合わせ方などの知見やヒントを得るために、上記視察先を選定した。



(2) 視察結果

①農園料理 杉・五兵衛

- ・ 広大な園内で様々な農作物を育て、レストランで提供している。
- ・ 園内で飼っているロバの糞を堆肥化させることで農薬や化学肥料を使わずに野菜を育て、育った野菜の残渣や畑の雑草がロバのエサとなる有機循環農業を行っている。

②岡本町公園

- ・ 江戸時代の宿場町として、また京都と大阪を結ぶ淀川舟運の中継港として賑わった「枚方宿」の面影を残すエリア。“手づくり市”の「五六市」の会場でもある。

③ひらかた観光ステーション

- ・ 枚方市の観光に関する問い合わせの対応や情報発信を担当しており、枚方市の名産品やひらかた観光大使「くらわんこ」グッズ、友好都市等の商品の販売も行っている。

④枚方T-SITE

- ・ 蔦屋書店がプロデュースした生活提案型商業施設。ガラス張りのユニークな建物は、枚方市駅周辺のランドマークともなっている。
- ・ 地下1階にある北野エースでは、枚方市の企業と開発した商品や、枚方産の農作物を使用した商品なども販売している。



杉・五兵衛 煮しめ膳



ひらかた観光ステーション

(3) 研究会での意見

①複数のコンテンツの組み合わせによる市内周遊

ひらかたパークや枚方T-SITE、五六市など、ある程度集客力のあるコンテンツが存在しているので、他のコンテンツと組み合わせ、市内を周遊させる仕組みづくりが必要。

②面での取り組み

農園レストランとして成立している「杉・五兵衛」を中心に、他の就農者等による農地を活用した取り組みを進めることができれば、点から面の広がりが可能ではないか。



(4) 所感・まとめ

実際にそれぞれのコンテンツを見ていただき、直接意見をいただけたことで、枚方市の強み・弱みを実感することができた。観光に重要な「食」を、現存するコンテンツにどう絡ませて強化していくか、また新たな価値として作り育て上げていくのかヒントをいただけたので、より具体的な取り組みにつなげられるようさらに検討していきたい。



4. 富田林市フィールドワーク報告

視察日程	令和元年10月18日(金)
対応者	中谷 恭子（富田林市商工観光課）

(1) 視察内容

①視察行程表

時 間	場 所	内 容
12時00分	集合：観光交流施設きらめきファクトリー (近鉄長野線 富田林駅 南口改札を出てすぐ前)	
12時00分～12時30分	観光交流施設きらめきファクトリー	・施設見学 ・担当者からの説明
12時30分～14時00分	町家カフェ 葉	・昼食 ・店主からの説明
14時00分～15時30分	富田林寺内町 散策 ・旧杉山家住宅 見学	
15時30分～17時00分	じないまち交流館	・意見交換 ・事務連絡等
17時00分	終了・解散	
(約10分)	富田林寺内町を散策しながら富田林駅に向かう	

②視察先選定理由

本市で観光に結び付けるとなれば「富田林寺内町（とんだばやしじないまち）」「富田林市農業公園サバーファーム」が思い浮かぶ。この2か所を巡っていただき、事業を展開していくうえでターゲット設定や周遊方法などについても研究員の方々のご意見を伺いたいところであったが、視察時間にも限りがあるため、大阪府内で唯一、国の重要伝統的建造物群保存地区に選定されている「富田林寺内町」を視察先とした。ここには、国の重要文化財である旧杉山家住宅や興正寺別院などの歴史的な地域資源があり、現在でも江戸時代からのまちなみが残っている。そのまちなみも観光地として作られたものではなく、人々が今も暮らし続けている生きた町である。人々の穏やかな暮らしを守りつつ、住民の理解を得て、交流人口の増加もめざすにはどういった施策の展開が考えられるのかなど、知見やヒントを得たいとの思いから選定に至った。



(2) 視察結果

①観光交流施設きらめきファクトリー

- ・観光情報だけを提供する施設ではなく、文化、アート、歴史、自然など、さまざまな要素が交差する空間でありたいと「こころの交差点」をめざしている。
- ・地域の特産品を販売。一番売れているのは、富田林ブランド認定「さしみ卵」である。



観光交流施設きらめきファクトリー

②町家カフェ 葉

- ・富田林ブランド認定「さしみ卵」の玉子かけご飯をメニューの1つとして提供している。
- ・小鉢は地元野菜を使用するため、仕入れはサバーファームや近隣の道の駅などで購入している。
- ・この場所で店舗を始めて6年目。観光客は増加傾向にあると感じる。
- ・客層で感じることは、秋は高齢の方のまち歩きが増え、冬は地元の方が中心である。
- ・最近はカメラを持った若者も増えていると感じる。



町家カフェ 葉 店舗前にて

③富田林寺内町 散策

- ・昔ながらのまちなみの中で、下校中の小学生の姿もあり、生活をしている生きたまちであることがわかる。

④旧杉山家住宅

- ・富田林寺内町でも最古級の町屋建築で、江戸中期以降、造り酒屋として財をなした旧家で、その広大な敷地に主屋、酒蔵、土蔵など十数棟が軒を接して建てられていた。
- ・主屋の中で最も古い造り（1650年代）の土間部分が再現されている。



富田林寺内町
(写真中左側：旧杉山家住宅)

(3) 研究会でのご意見、提案

- ◇食べ歩きできる店が少ないことは残念である。海老芋コロッケだけでは苦しいと思う。
- ◇富田林寺内町とサバーファームについて、客層が異なると思うが連携できないだろうか。
- ◇旧杉山家住宅でかつての料理を食することができないだろうか。文献等は京都大学に寄贈したとのことであるが、お祝の席の料理等の記録が残っている可能性があるのではないか。
- ◇これだけの景観があれば、ロケ地として活用できるのではないか。
- ◇着物姿の方が増えたら、富田林寺内町はよりインスタ等のSNS映えが望めるので、バズマーケ



ティングを探ってみてはどうか。

◇伝統料理はなくても、歴史ある古いまちなので、代々続く家庭料理の特徴はあるはずだと思うので、地域のお年寄りから聴取調査を試みてはどうか。

◇古文書や昔の日記の探索による当時の食の記録を探すプロジェクトを立ち上げてみることも一案だと思う。

◇近年、国では文化財について「保存」だけでなく、積極的な「活用」に舵をきっているところであるので、飲食提供のハードルは高いが飲食利用している重要文化財の事例調査などを通じて検討してほしい。

◇フードツーリズムの第一歩となる富田林寺内町の飲食マップ作成などをしてはどうか。

(4) 所感・まとめ

視察行程を考えるにあたって、限られた時間ということで富田林寺内町を選択した。もう少し時間があるなら農業公園サバーファームも訪れていただきたと思っていた。しかし、仮にもっと多くの時間、日数があれば、どういった行程を組むことができるのかとふと考えてみたとき、市内にたくさんの魅力ある資源はあるものの、点在している資源をいかにつなげていくか、周遊していただくか、課題はたくさんあると痛感した。

一方、富田林寺内町のための視察であったが、色々なご意見をいただくことができた。私が寺内町で「観光にかかわる食」と考えたとき、特に郷土料理と伝承されているものがないため、まち散策の途中で食事ができるよう、まちなかに飲食店ができるといいなあ、食べ歩きのできる手軽なメニューがあればいいなあと考えるぐらいであった。

しかし、郷土料理がなくても、代々続く家庭料理を再現することで、歴史あるまちで食べる、ここだけの昔のメニューが売りになり、強みの1つにできるのではないかというヒントをいただいた。

このような視察にお越しくださる機会をいただき、富田林を外から見た率直なご意見が思わぬところで地域ブランドの誕生や向上につなげていくきっかけにできればよいと考える。

第6章

視 察 報 告

1. 島根県邑南町	117
2. 福井県小浜市	127



1. 『A級グルメのまち』「食」と「農」によるまちづくり

～ 島根県 邑智郡 邑南町 ～

視察日程	令和元年11月6日(火)～7日(水)
視 察 先	<p>視察場所：邑南食材レストラン 香夢里 里山イタリアン AJIKURA 食の学校、農の学校 香木の森公園 手打ちそば 千蓼庵（せんりょうあん） 寺本ファーム 日貫一日（ひぬいひとひ） シックスプロデュース有限公司（Milk&Beans Mui） てらだのパン 道の駅 瑞穂</p> <p>住 所：島根県 邑南町 最 寄 駅：高速バス「瑞穂インター」、「大朝インター」 対 応 者：寺本 英仁 氏（邑南町役場 農林振興課） 川久保陽子 氏（一般社団法人食と農人材育成センター） 小林 圭介 氏（一般社団法人食と農人材育成センター） 香川 一成 氏（邑南町観光協会） 三井 孟 氏（アグリ男子（邑南町おこし協力隊）） 伊達 一樹 氏（邑南そば街道推進協議会） 徳田 秀嗣 氏（一般社団法人 弥禮） 寺田 真也 氏（てらだのパン）</p>
視 察 者	<p>中谷 恭子（富田林市商工観光課） 笠井 里紗（枚方市産業文化政策課） 上山 七彩（茨木市商工労政課） 田中 智也（河内長野市産業観光課） 高田 剛司（株式会社地域計画建築研究所 ※指導助言者）</p>

【視察目的】

島根県邑南町は、人口約1万人、高齢化率43%という地方都市が抱える課題に直面しているにもかかわらず、「A級グルメのまち」として、観光客が年間90万人も訪れるまさに食と観光の町といえる。

その産業を下支えするのは、食の学校や農の学校、耕すシェフ、実践起業塾など地元の特産品を活かした起業を支援する制度である。今回の視察では「A級グルメのまち」仕掛け人である邑南町役場の寺本英仁氏や、実際に起業を行った方々にお話を伺い、本研究会の研究に役立たせる。

【視察内容】

1. 「A級グルメのまち」邑南町の取り組みについて

- ・島根県邑南町 農林振興課 寺本 英仁 氏 講演

2. 町民主体の取り組みについて

- ・手打ちそば「千蓼庵（せんりょうあん）」見学



- ・「寺本ファーム」見学
- ・日貫地区、「日貫一日（ひぬいひとひ）」見学

3. 邑南町での起業について

- ・「シックス・プロデュース有限会社（Milk&Beans Mui（ミューイ）」見学
- ・「てらだのぱん」見学

4. 「食」と「農」を学ぶ体制について

- ・「食の学校」見学
- ・「農の学校」見学

5. 「A級グルメ」を実際に味わう

- ・邑南食材レストラン「香夢里」での昼食
- ・里山イタリアン「AJIKURA」での昼食
- ・「道の駅 瑞穂」見学

【視察結果】

1. 「A級グルメのまち」邑南町の取り組みについて（寺本 英仁 氏）

■邑南町の概要

島根県邑南町は、人口約1万人高齢化率43%を超える里山地域である。しかし、年間約90万人の観光客が訪れ、ここ3年間で800人を超える方々が町に移住し、約20件ほどだった飲食店は、40件を超えるなど、移住、起業する人が急激に増加している。

■なぜ観光客、移住者が増えているのか

観光客、移住者が増えている背景には、住民全員がわが町を想い、わが町のために働きかける「ビレッジプライド（＝地域の誇り）」を持っていることが挙げられる。住民自らが町外の方々へ積極的に邑南町の魅力をアピールすることで、広告料を使わずとも、邑南町には観光客が訪れ、邑南町へ移住したい方が増え続けているのである。

■「ビレッジプライド」を醸成する仕組み

「ビレッジプライド」を醸成するには、住民全員をプレーヤーにすることが必要である。特に、高齢化率43%を超える邑南町では、65歳以上の方々をいかにして戦力にするかが重要となる。

そこで、邑南町ではご高齢の方が交代制で勤務する仕組みを構築している。例えば畜産業において、毎日のように牛の面倒を見てくれる人を探すのは難しいが、週に1回面倒を見てくれる人を7人探すのは容易であり、7人を交代制で勤務させることで、1つの事業を成立させている。

このように、ご高齢の方々を適度な仕事量、適度な報酬で働かせ、新たな事業を成立させ



ることで、住民意識や住民同士のつながりが強化され、町内には新たな経済効果が生まれる（1万人が1万円を稼ぎ、町内で1万円を消費すれば1億円の経済効果）。

■「A級グルメのまち」 邑南町

農業や畜産業において、上記のようなビジネスモデルを構築した場合、食材の大量生産は難しく、都市部への食材の出荷は不向きである。そこで邑南町では、邑南町産の食材を町外に出荷するのではなく、少量多品種生産のメリットを活かし、「A級グルメ」として邑南町でしか味わえない逸品として売り出している。また、町外の方々に食べに来てもらえるよう2011年には、「里山イタリアン『AJIKURA』」をオープンしている。

また、「食」と「農」を学ぶ場として、「食の学校」、「農の学校」を設立し、「食」と「農」の高品質化を実現している。田舎での起業を考えている、料理人や農業事業者にとっては、「食」や「農」を学ぶ場が充実していることは、大きなメリットであり、移住者の増加につながっている。

■行政がまちづくりを行ううえで重要なこと

まちづくりを行ううえで、必ずしも新しいモノを作り出す必要はなく、むしろ今あるモノをどう磨き上げていくかが重要である。その際、まちのデメリットと考えられるモノは、まちの個性であり、それらをポジティブな方向に転換させ、メリットに変えることで、まちの大きな強みになる。特に産業振興においては、実施主体は住民であるため、いかに住民に「やる気」になってもらうかという視点も重要である。



寺本氏の話を伺う研究員



食の学校にて寺本氏と研究員

2. 町民主体の取り組みについて

■手打ちそば「千蓼庵（せんりょうあん）」見学

「千蓼庵」は、日和地区の地元住民が地域をそばで盛り上げたいという想いから、島根県太田市でそば屋を経営していた岩谷氏を招き、地元住民の出資により合同会社を立ち上げ、古民家を改築改装し開業した。現在金曜日から月曜日まで週4日営業している。席数はテーブルが30席程度、奥に一部屋お子様連れでも使えるように座敷を設けている。

また、「そばの学校」として、地域住民やそば栽培農家へのそば打ち講座を実施しており、そば職人の技術向上や、邑南そばの普及啓発に努めている。この影響から、町内のそば栽培農



家は増加傾向にあるとのこと。

また、邑南町はもともと、羽須美村、瑞穂町、石見町の3町村が合併して誕生したまちであるため、日羽地区に限らず、地区や集落ごとのつながりが非常に強い。その結果、各地区の住民が主体となって、地区ごとの特色を活かした事業を立ち上げ、事業展開しているのも邑南町の特徴の1つである。

■「寺本ファーム」見学

現在牛を10頭程度飼育しており、8か月まではこちらの農家で育てたのち、市場に流通させる。以前は寺本氏の父が飼育に参加していたが、現在は「食と農人材育成センター」に委託し、飼育する人を日替わりで派遣することで、事業を成立させている。



「千蓼庵」外観



「寺本ファーム」の牛

■日貫地区、「日貫一日（ひぬいひとひ）」見学

「日貫一日」は、日貫地区で30年以上空き家であった築約100年の古民家をリノベーションした一棟貸しの宿泊施設。地元の人を中心となり、本業の傍ら、一般社団法人「弥禮（みらい）」を立ち上げ、農林水産省の農山漁村振興交付金制度も活用して開業した。宿である「安田邸」と、工場の跡地に小学校の廃材を生かして作られたフロント「一揖（いちゆう）」は、50mほど離れた場所に建てられており、集落全体が宿泊施設としての機能を持つ、イタリア生まれの「Albergo Diffuso（アルベルゴディフーゾ）」（日本では一般的に「分散型ホテル」と訳される）を彷彿とさせる。宿の外観は昔ながらの古民家ながらも、内装は古民家の面影は残しつつ、デザイナーのこだわりが随所に現れ、特別な空間を演出している。

また、いつもとは違った食事を楽しんでもらえるよう、出来上がった料理を提供するのではなく、地元の郷土料理である「へか鍋」などをレシピとして紹介し、宿泊者自身で調理し食事をしていただくことで、より日貫地区のことを知っていただく機会としている。

平成30年11月から平成31年3月まで地元の人も含め80名の試泊を経て、令和元年6月にオープンした。宿泊情報サイトを積極的に活用しており、現在は、広島を中心に、九州、大阪、東京など多方面から、ファミリーや、若い女性の団体など幅広い年齢層の方々が宿泊に来られている。また、海外からの観光客にも好評（特に欧米系）で、1泊の予定が2泊となった例もある。ただ、週末の宿泊予約は多いものの、平日はわずかであるため、目標値である4割稼働には達していない。開業以前は、本当に観光客が訪れるのかという地元の声はあったが、最近で



は週末に灯りが灯っている様子を見て、地元は歓迎モード。

また、「日貫一日」の近くにある日貫小学校は全校生徒10人であるが、地域の人に育ててもらえるという利点もあり、まち歩きや川遊びなどを通じて地域の良さを知ってもらうワークショップも開催している。実際、地域の魅力を感じて校区外通学する児童もいる。

また、日貫地区450人の人口の中に国の重要無形民俗文化財である大元神楽が5団あり、子どもたちにも伝承しており、神楽を実際に観光事業にも取り組んでいる。



「日貫一日」外観



内部は土間キッチンになっている



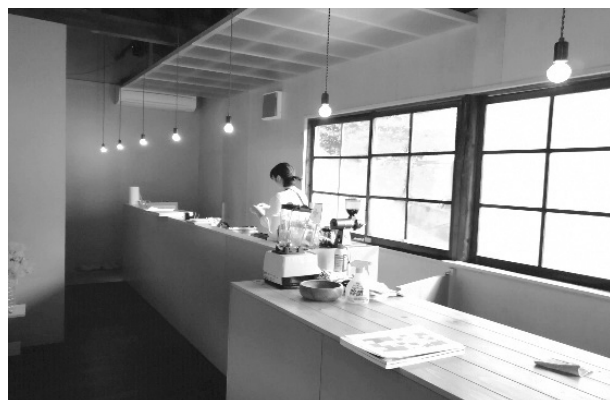
窓からは日貫地区が一望できる



デザイナーに内装デザインを依頼



「一揖」外観



中ではコーヒーを楽しむことができる



3. 邑南町での起業について

■「シックス・プロデュース有限公司 (Milk&Beans Mui (ミューイ))」見学

邑南町出身の大学生が起こした企業。24時間365日の完全自然放牧の生乳やその生乳を使用したジェラート、バター、バターを作るときに出る安価な低脂肪乳から作ったミルクジャムなどの開発を行っている。

農林水産省の「フードアクションニッポンアワード」などの賞を受賞し、邑南町の酪農を牽引している。

■「てらだのぱん」見学

「耕すシェフ」として研修に来ていた寺田氏が起業したパン屋さん。住民が出資して合同会社を作り地域づくりを行っている出羽地区で、元コンビニの空き店舗を活用したパン屋さんの話が出たことがきっかけで開業。今では地元の人が集まる憩いの場でもある。

地元の人がお客さんであるため、ブルーベリーや酒粕（玉櫻）など地元の食材を使用したパンも作っている。道の駅瑞穂の野菜は安くて新鮮なので、パンの食材として購入している。パンは、AJIKURAや近くの施設にも卸している。



「Milk & Beans Mui」



「てらだのぱん」

4. 「食」と「農」を学ぶ体制について

■「食の学校」見学

邑南町における6次産業の推進や、ビレッジプライドの醸成を目的として、食と農人材育成センターが運営している。メイン事業としては「耕すシェフ」や「アグリ男子・女子」といった地域おこし協力隊の受け入れを行い、町内での創業の支援や定住の促進を目指している。

さらに町民が参加できる料理教室を多数開催することによって、町民自身が食の発信者となり得る環境を整備し、町全体で「食と観光」事業の担い手となる仕組みを構築しているほか、子どもたちを対象とした料理教室も開催し、低年齢から料理に興味を持つ機会を設けている。

■「農の学校」見学

JOFA（日本有機農業普及協会）が運営する学校。「BLOF（Bio Logical Farming）理論（生態系調和型農業理論）」を実践することによる稼げる農業の実現と農業経営者の育成を目指している。



「アグリ男子」の三井氏の説明によると、「BLOF理論」とは、植物生理などの科学的理論に基づいて、肥料の成分や施肥量を決定していく栽培方法であり、糖度、栄養価、抗酸化力が高く、苦みやえぐみが抑えられた甘くて美味しい農作物が育つとのこと。先輩「アグリ男子」の方が「BLOF理論」を実践して育てたトウモロコシは「オーガニック・エコフェスタ」で最優秀賞を受賞している。

また、邑南町ではこれまで、地域まちおこし協力隊を主に料理人をを目指す「耕すシェフ」と、主に農業経営者をを目指す「アグリ男子・女子」とに分けて受け入れを行っていたが、来年度からは全て「耕すシェフ」に統合される。これにより協力隊は「食」と「農」の両方の分野に精通することができ、自身の興味や関心度に応じて、修学カリキュラムや今後の進路を選択できるとのこと。

5. 「A級グルメ」を実際に味わう

■邑南食材レストラン「香夢里」

一般社団法人食と農人材育成センターが運営しているレストラン。邑南町産の高菜野菜やハーブをはじめ、石見ポークや石見和牛など、地元の生産者がつくる豊かな食材を使ったメニューを味わうことができる。また、「耕すシェフ」の研修場所にもなっており、料理人としての技術を学ぶ場にもなっている。

入店当初（11：30頃）は三人の女性グループのみだったが、正午を過ぎたあたりから、来店する方が増加しほぼ満席の状態に。特別に香夢里でランチをしに来ているとみられる方の来



「香夢里」外観



石見ポークカツレツ



邑南野菜を食べるパスタ



石見ポークのパスタ



客もあったが、家族連れや仕事の休憩時間に来店されたとと思われる男性客等も見られ、普段使いのお店としても町民に愛されていることがわかる。

■里山イタリアン「AJIKURA」

A級グルメ構想のもと、2011年に邑南町役場主導でオープンした地産地消レストラン。経営が軌道に乗り2015年に民営化されたが、それまでは「地域おこし協力隊」の制度を活用した「耕すシェフ」の研修場所でもあった。

石見和牛や新鮮な野菜など地元の食材を使ったコース料理を提供している「A級グルメ」によるまちづくりの代表ともいえるレストランであり、ここの料理を目当てに邑南町を訪れる人



「Ajikura」外観



「Ajikura」内観



ポタージュ



前菜



パスタ



石見牛のステーキ



デザート



も多い。現在は広島県にもパスタ専門店などの店舗があるが、いずれも邑南町の食材を使用している。

高級なため頻繁に地元の方が利用するわけではないが、生産者が丹精込めた食材が綺麗に調理されて提供されるのが見える場所でもあり、生産者が“誇り”を感じられる場所でもある。

■「道の駅 瑞穂」見学

酒蔵をイメージした建物で、新鮮な地元の野菜を販売する「産直市みずほ」と、AJIKURAがプロデュースした「ボクらの町のカレー屋さんkotokoto（コトコト）」を併設している。地元の人が加工し商品化したものも扱っている。

野菜のラベルにはQRコードが印字されており、店内の機械でコードを読むと生産履歴が見られる。



「道の駅瑞穂」外観



生産履歴が見られるバーコードリーダー

【所 感】

■中谷 恭子（富田林市 商工観光課）

寺本氏の「新しいものを作る必要はない。今、自分たちのある魅力を見つめ直し、磨き上げていく。それを繰り返していく。」という言葉がとても印象的だった。まさに、本市が現在策定中の「観光ビジョン」に盛り込んでいきたいと考えている「既存の観光資源の磨き上げ」だと思った。

また、観光振興を行う上で、ターゲット設定の重要性も大いに考えるところで、そこで43%の高齢者が元気よくいきいきと働く仕組みづくりに感銘を受けた。65歳以下で戦わず、65歳以上で戦おうとしている発想、そこに着目したこと、各々の適材適所を見つける能力が素晴らしいと感じた。

そして、物事をすべてポジティブに言い換え、課題を武器に換えていける力をつけていきたいと思った。

■笠井 里紗（枚方市 産業文化政策課）

「地域の課題はビジネスチャンスとなり得る。見方を変えて強みにする。」という言葉には、感銘を受けた。こんな課題があるからと、ともすればやらない理由になりがちだが、逆にどう生かせるのかと考えていくことは、今の自分の業務にも反映できる視点だと感じた。

また、行政の仕事は「地域の人と人をつなげること」という考え方を体現されているまちだ



と感じた2日間でもあった。地域の人との距離が近く、人となりを把握しているからこそ、キーパーソンになり得る人を見つけたり、周囲の人をうまく巻き込んだりできるのだと思う。また、自分で商品化したものを道の駅で販売できるなど、みんなが「やってみよう」と思える体制ができており、前向きにチャレンジできる雰囲気を町全体が持っていることも、本市として見習うべき点だと考える。

■上山 七彩（茨木市 商工労政課）

邑南町を視察した際に印象的だったのは、町全体として現状に危機感を持ち、活性化の道を模索しているという点だった。町内の若者から高齢者までもが地域の産品や自分たちができることに目を向け、若者が起業しやすい環境づくりを行い、自らも主体的に地域づくりに参画する姿勢は、なかなかほかの自治体では見ることができない貴重なものだったように思う。

そしてこのような町民の姿勢を作り上げた寺本氏は、自らがトップダウンで活性化の施策を進めるのではなく、サポーターとして町民が活動しやすい環境を整えており、行政が進めていく町おこしの先進事例として非常に学ぶ部分が多かった。

現在茨木市は人口はわずかながら増えているが、何か食で観光客を呼び込めるような特産品はなく、邑南町とは対照的な自治体であると考えていた。しかし邑南町が行っている食と観光の町づくりは自身の抱える課題を克服し、住民が一丸となって地域の良い点を伸ばした結果だということが今回の視察で分かった。そのため本市の観光施策についても、まずは自身の課題と魅力を再確認し、どこを伸ばしていくべきなのか、また行政としてどのように介入すべきかを考えることが非常に大切だということを痛感した視察となった。

■田中 智也（河内長野市 産業観光課）

今回の視察を通して、1番の収穫だったのは、「観光」や「食」だけでなく、「農」の分野にまで視野を広げることができた点である。邑南町には良い食材があるからこそ、起業したい料理人が集まり、美味しい料理があるからこそ、観光客が訪れているという流れは、田舎型フードツーリズムの理想形であるように感じた。また、それらを下支えしているのは、邑南町だからこそできる「少量多品種生産」と「食の学校」「農の学校」による「学びの場の充実」であった。

本市において、「少量多品種生産」と「学びの場の充実」を実現するには、大都市近郊というメリットを活かすことができる。例えば、「少量多品種生産」については、都市部から趣味で農業をやってみたい方を誘致することで、生産者を確保することができる。また、大阪府周辺の企業や大学と上手く「食」と「農」の分野で連携することができれば、学校を建てずとも、「学びの場の充実」を図ることができる。

それらを実現するためには、「兼業農家」「週末農家」の誘致促進、「食」「農」の分野における産・官・学の連携促進、「生産者」と「料理人」をつなぐ仕組みづくりなどが、行政としての役割であり、今後検討していくべき課題であると考えている。



2. 御食国若狭おばま 食のまちづくり

～ 福井県 小浜市 ～

視察日程	令和元年12月2日(月)～3日(火)
視 察 先	視察場所：御食国若狭おばま食文化館（小浜市食のまちづくり課） 小浜市まちの駅・旭座 若狭小浜お魚センター 若狭フィッシャーメンズ・ワーフ 小浜市商工観光課、農林水産課 道の駅 若狭おばま（まちづくり小浜「おばま観光局」） 小浜市インフォメーション・センター 住 所：福井県 小浜市内 最 寄 駅：JR小浜線「小浜駅」 対 応 者：奥城 直喜 氏（小浜市企画部食のまちづくり課） 小川 宏和 氏（御食国若狭おばま食文化館） 滝 勝也 氏（小浜市まちの駅・旭座） 国友 隆宏 氏（若狭フィッシャーメンズ・ワーフ） 森下 雅至 氏（小浜市産業部商工観光課） 畑中 直樹 氏（小浜市産業部農林水産課） 朝倉 昌也 氏（株式会社まちづくり小浜「おばま観光局」）
視 察 者	城野 博文（泉南市産業観光課） 畑部 徹（岸和田市観光課）

【視察目的】

福井県小浜市では平成13年9月、全国初となる「食のまちづくり条例」を制定し、食に重点を置いた取り組みを本格的に開始しており、「食」と観光とをメインテーマとする本研究会の先進地研究の対象として相応しい。一方、小浜市の取り組みは観光に限定したのではなく、地元産業の六次産業化を視野に入れている点で、本研究会のもう一つの軸となる「持続可能性」を考えるうえで非常に参考になる。また住民参画や食育などを通じて、まちづくりの基盤となる人材育成を促進している小浜市の取り組み内容を調査することで、今後の研究に役立たせる。

【小浜市について】

小浜市は福井県南西部、若狭湾に面した若狭（＝嶺南地方）のほぼ中央に位置する面積約233km²、人口約29,000人の地方都市である。北は日本海側唯一の大規模リアス式海岸である若狭湾に面し、早くから景勝地として有名な「若狭蘇洞門」を含む。南は標高900m級の独立峰が林立する若丹山地で、京都府のほか、一部滋賀県と境界を接している。河川は北川水系と南川水系に分かれ、両河川の河口付近に形成された大きな三角州には現在の中心市街地が載り、上、中流域の肥沃な谷底平野や沖積地には集落や農地が形成されている。

若狭湾から得られる豊富な海産物は歴史的にも貴重なものであったことが、古墳時代には大王の食膳を掌った膳臣の支配下にあったこと、古代の荷札木簡より天皇の「御贄」を担う「御食国」の一つとして考えられることなどからわかる。海産物などを都へと供給する伝統はその後引き継がれ、現在も若狭かれいを皇室へ献上している。



近世以降にはいわゆる鯖街道の起点となり、また北前船の重要な寄港地であったことで、都をはじめ各地との交流の中で、食をはじめとする様々な文化が育まれた。今に伝わる風俗、習慣、言語などにも近畿圏とのつながりが色濃く認められる。

このように小浜市は豊富な歴史・自然資産を有し、海産物や若狭塗といった特産物が数多く存在していることから、観光地としても早くより注目されてきた。朝ドラの舞台地となったことや、「OBAMAフィーバー」に沸いた平成20年度には観光入込客数がそれまでの最高となる183万人を記録した。その後、いったん落ち込みをみせるが舞鶴若狭自動車道や北陸新幹線金沢開通といった交通インフラの充実、観光まちづくり計画等に基づいた着地型観光への取り組みによって盛り返し、平成30年度には189万に達している。

【視察内容】

1. 食のまちづくり

- ・「御食国若狭おばま食文化館」施設見学
- ・小浜市食のまちづくり課の取り組み

2. 街並みと賑わいの拠点づくり

- ・「小浜市まちの駅・旭座」施設見学
- ・まちの駅・旭座について

3. 海の駅、若狭おばま

- ・「若狭小浜お魚センター」見学
- ・「若狭フィッシャーマンズ・ワーフ」見学
- ・若狭フィッシャーマンズ・ワーフについて

4. 鯖、復活プロジェクト～よっぱらいサバの誕生～

- ・ジビエ給食、鹿からサバへ
- ・情報発信と制度構築、それぞれの役割分担

5. 小浜市の観光とまちづくり

- ・まちづくり小浜の観光まちづくり事業
- ・道の駅 若狭おばま見学
- ・小浜市インフォメーションセンター見学

【視察結果】

1. 食のまちづくり

■御食国若狭おばま食文化館見学

平成15年、小浜市における「食のまちづくり」の拠点施設として設置された複合施設で、海の駅の中心施設でもある。本館には食のミュージアムとキッチンスタジオのほか、伝統工芸を



体験することのできる「若狭工房」や温浴施設である「濱の湯」が併設され、別館として地場産の食材を味わうことのできる食事処「濱の四季」がある。ミュージアムは若狭おばまの風土と食に関する情報を収集し、国内外へ広く発信することを目的とし、平成27年にリニューアルされた常設展示においては、ユネスコ無形文化遺産となった「和食：日本人の伝統的な食文化」や、日本遺産「海と都をつなぐ若狭の往来文化遺産群～御食国若狭と鯖街道～」を視覚的に体感できるように工夫された内容となっている。和食や日本文化について、それぞれ地域に受け継がれる内容へ落とし込んで紹介されており、理解しやすい。常設展示に隣接する企画展示「日本の米と暮らし」では、見学者がハンズオンで参加できる工夫が楽しい。

常設展示と同じフロアには「料理で教える教育プログラム」、「生涯食育」の要となるキッチンスタジオがあり、ガラス越しに内部の様子を見学することができる。



御食国若狭おばま食文化館



鯖街道の巨大パネル

■小浜市食のまちづくり課の取り組み

小浜市は特色あるまちづくりを目指すなか、「あるもの探しのまちづくり」にこだわった。若狭湾を擁し、そこから得られる豊富な海産物がこのまちの歴史を様々に彩ってきたことに着目したのである。当地が古墳時代や古代において塩や海産物などの御贄を朝廷へ献上する御食国であったこと。平安時代以降も海路と陸路の結接点として南蛮文化の入口であり、江戸時代になると、後に鯖街道と呼ばれる街道を通じて、都へ運ばれた海産物が「若狭もの」、「若狭美しもの」と呼ばれ重用された伝統。現在も豊富な食材を活かした郷土料理や行事食、それらを支える伝統産業が継承されていることなどをあわせて、平成12年、全国に先駆けて食によるまちづくりを開始した。

翌年に制定された食のまちづくり条例によって、取り組むべき6つの分野を定め、地方自治体、住民、事業者がそれぞれ協働し、果たすべき役割を明確にしている。食のまちづくりの根幹をなすのが、食による人づくりであるという考え方のもと、地区単位でのまちづくりを促し、条例に基づいて地区毎に定める振興計画策定への支援や、補助金の交付金化を行い、公民館のコミュニティセンター化を図っている。

市の基本計画となる小浜市食育推進計画では生涯食育を前面に押し出し、幼稚園児への義務食育を実施するほか、市の食育観を世界へ紹介するため平成27年、単独でミラノ国際博覧会へ出展し、「キッズ・キッチン」を実施している。イタリアの子どもたちに和食づくりを通じて



日本人の精神を届け、高く評価された。

一方、郷土に伝わる食文化を未来へと継承するため、約600件の伝統食、行事食についての調査を行い、『小浜市の伝統行事と食』として公開した。また担い手育成のため、「食の達人・語り部制度」に基づく認定を行い、認定者による食育事業に取り組んでいる。

平成29年、「農泊 食文化海外発信地域 (SAVOR JAPAN)」として認定されたのを受け、今後は和食文化に関心のあるインバウンドに対し、漁家民宿での滞在や小浜ならではの食材を堪能してもらう取り組みを積極的に進める予定である。日本の食文化に関心のある多くの外国人観光客を受け入れることで、農林水産業や民宿を活性化させ、食と伝統文化を次世代へと継承することを目的としている。

2. 街並みと賑わいの拠点づくり

■「小浜市まちなかの駅・旭座」施設見学

小浜市まちなかの駅は、小浜市観光まちづくり計画に基づいて設置された小浜地区中・西地域の賑わいづくりの拠点施設である。国重要伝統的建造物群保存地区である小浜西組に隣接し、かつての湊町の賑わいを伝える近世芝居小屋「旧旭座」を移築復原したうえで中心的施設とし、併設して総合観光案内やレンタサイクルのベース、フードコートや特産品の販売といった機能を持たせたまちなかの駅と、放生祭の御旅所や大型イベントなどが開催可能な屋外広場からなっている。計画では『歴史と伝統が織りなす「まちなか回遊」感動おばまの創造』が施設の大きな設置目的となっており、より身近なコンセプトとして、次の3つが掲げられている。

- ① まちなかの心地よい居場所
- ② まちなかのハブステーション
- ③ 小浜の歴史・文化が香る場所

まちなかの駅は、市全域の観光においても道の駅、海の駅との3駅連携によって、市全体の回遊性を創出するとともに、農村部・漁村部との連携によって着地型・滞在型観光基盤の整備を促進するため極めて重要なものと位置づけられている。

中心的施設である旧旭座は明治43年建築と推定される木造平家建の芝居小屋である。芝居小屋としては最小規模ではあるが、舞台や2階桟敷を伴うもので、福井県内では唯一の建築遺構として貴重である。平成28年に移築されるまでは、現在地の西約250m、小浜西組の商家町に建っていた。昭和に入ってから映画館や自動車修理工場、酒屋倉庫へと転用されたことでかなりの改変を受けていたが、調査の結果、復原が可能であるということが明らかとなり、平成26年に市指定文化財となった。移築と同時に建築当初の姿へと復原され、新たに楽屋棟やトイレが備えられた。平成27年には、日本遺産「海と都をつなぐ若狭の往来文化遺産群」の構成文化財となり、現在は落語会や演劇、伝統芸能、トークショー、コンサート、映画会、老人会のカラオケ大会といった幅広いイベントに活用されている。

■まちなかの駅・旭座について

まちなかの駅は市からの指定管理委託によって運営されている。現在、旭座は自主事業、貸し館事業、他団体との連携を含め、ほぼ全ての土日は何かしらのイベントで埋まり、稼働率として



は順調である。一方で文化財建造物であることから、可能な防音対策に限界があり、音楽イベントは午後8時までとしている。また各イベントの参加者が地元中心であるため、併設される案内所やフードコートに立ち寄る客が少ないといった課題がある。

まちの駅全体ではさらにいくつかの課題が見えてくる。フードコート、テナントの海鮮料理店には観光客が訪れ、他のうどん・そばの店とコーヒーショップは地元サラリーマン等の利用が多い。とは言え駐車場が絶対的に少ないこと、そもそも主要な幹線道路に面しておらず、車通りがそれほど多くないうえに、道路に面して大きな看板が無い場合、施設の存在が分かりにくい。拡幅工事中のいずみ町商店街（鯖街道起点）のリニューアル時に合わせて改善出来ないかと検討している。

3駅間の周遊を目的に、開館当初から運行を開始した小浜市レトロバスについては、初年こそ2,800人の利用者があったが、以降は1,300人、800人と減少に歯止めが効かない状態である。停留所を増やし、Wi-Fiの整備やコンシェルジュを配置するなど、サービスの充実に努めたが効果はあまりみられなかった。今年度はいったん運行を休止し、試験的に8月から10月下旬までの休日限定で無料運行を実施した。「レトロバスで小浜西組を満喫！」として、まちの駅から蘇洞門巡りの遊覧船乗り場を経由し、古い町並みが残る「小浜西組」へ向かうコース。観光客をまちなかへ誘導して小浜の歴史文化をアピールするのが狙いであったが、短期間ながらも、通常の8倍の乗車率となり、手応えを感じている。



小浜市まちの駅・旭座全景



小浜市レトロバス

3. 海の駅、若狭おばま

■「若狭小浜お魚センター」見学

若狭小浜お魚センターは小浜市川崎、人工突堤にある民間の魚市場である。地元鮮魚、加工品仲卸・小売、海鮮食堂のほか、敷地内の七輪焼広場からなる。

市の進める3駅連携のうち海の駅は特定の施設ではなく、川崎エリア全体を指し、産官の16施設によって構成される。当お魚センターのほか、食文化館やフィッシャーマンズ・ワーフなどが主要施設となっている。

お魚センターは、アーケード内に10数店舗が向かい合う形で、動線は極めて単純である。その分、旅行者はじっくりと品定めができる。鮮魚のほか、鯖やアナゴの醤油干しが整然と並んでおり、市場特有の威勢の良い声に乗せられて、ついつい買ってしまう雰囲気がある。また七輪焼広場や場内の食堂では、買った魚や醤油干しをすぐに調理して食べることが可能で、見る、



買う、食べるの3体験を楽しむことができる。

■「若狭フィッシャーマンズ・ワーフ」見学

海の駅の中核施設のひとつ。昭和28年に名勝「蘇洞門めぐり」の遊覧船事業を始め、昭和60年から現在地でフィッシャーマンズ・ワーフの営業を続けている。建物に入るとまず一番に「鯖ずし」の大きな懸垂幕が目飛び込んでくる。1Fは活鮮魚、塩干類、名産品、故郷食品、菓子類、寿司の販売のほかカフェや遊覧船受付となっており、2階は活魚料理、レストランである。数年前にリニューアルした店内は明るく、滞在時間の延長を目指して設置されたカフェ・コーナーが目新しい。職人による手すき昆布の実演販売と、明るく見やすい各コーナーの看板やPOP類とが上手く溶け合っている。レストランは実見していないが、海鮮やよっぱらいサバを前面に押し出したメニューは見えて飽きない。階段脇のデッドスペースにも海をイメージさせるタコツボの実物がディスプレイされるなど、随所に工夫が見て取れる。若狭伝統工芸品の販売コーナーでは、壁や調度の色を漆黑にすることで、商品のプレミアム感を増すことに成功している。

■若狭フィッシャーマンズ・ワーフについて

創業時から蘇洞門めぐりを主事業とし、今も来館者の約1割が乗船する。冬場は日本海が荒れるためほとんど出港できないが、可能な限り運行するようにし、また遊覧船+食の仕掛けでリピーター客の獲得を目指している。

以前は京阪系列のグループ企業であったが、15年程前に独立した。当時はレストランに生簀があり、その頃のことを覚えているリピーター客も多い。数年前から外部コンサルの意見を取り入れて経営改善に取り組んでいる。売店の対面販売を辞め、周遊しやすいレイアウトに変えて、ゆったりと過ごせるように店内にカフェも設置するなどし、滞在時間を延ばすことに成功、売り上げにもその成果が出始めている。

一昨年は年間来客数約40万人、9割が県外からで関西圏が半数を占める。団体客は15%程度と増えているが、個人客は大幅に減少している。世代別では50～60代が多い。免税レジの導入など、インバウンド対応は早くから行っているが、今のところ1%程度に止まっており、その大半がアジア圏からとなっている。総じて来客数は減少傾向にあって直近では30万人台になると予測されるが、逆に売り上げは堅調に伸びている。これは客層を見極め売り場毎に「売りたいものは何か」を整理、見直しし、「食」にこだわったリニューアルを行った結果であると分析する。

主力商品となった鯖寿司に関しても、以前は3,000円の商品を並べていただけだったが、2,000円のを新たに加え、目立つところに鯖街道の知名度を利用した看板を追加したことで前年比5倍の売上となった。隣接するお魚センターと競合する越前蟹などの海産物は避けて、加工品やお土産品をメインにしている。自社製品は鯖へしこのみ、もとは冬場の閑散期に遊覧船の船員が作っていたもので、今では年3,000本売れる。加工品、お土産品では取り扱いの3割が小浜産の商品、残りは県産品だが、県内には箱菓子を作っている会社が少ないのが課題である。他に「小鯛笹漬け」や「若狭塗箸」などの地場産品が好調である。



レストランでは、地元産ではない冷凍マグロのどんぶり等を販売していたが、市場から直接仕入れした地魚を使用するなど、食にこだわったところ好評で、ゴールデンウィーク等の繁忙期には開店5分で満席となるほど。入館者の約3割が利用し、昨年比5倍の売上げをあげている。小浜のブランド魚「よっぱらいサバ」は一匹姿造り2,400円でも売れる。

最近は集客のためのイベントも積極的に手掛けるようになった。店内ではよっぱらいサバの試食、野菜市やキッチン・カーなど。他のイベントに出店することも。また市内小学校の職業体験や立命館大学食マネジメント学科の学生や行政視察なども受け入れている。



若狭小浜お魚センター



穴子の醤油干し



フィッシャーマンズ・ワーフ店内



若狭伝統工芸品販売コーナー

4. 鯖、復活プロジェクト～よっぱらいサバの誕生～

■ジビエ給食、鹿からサバへ

深刻なシカ害への対策の一環として、平成24年、猟友会の協力を得て、鹿肉を使った餃子づくりを開始する。ジビエ食に対する反応にも配慮し、総合学習の時間を使った学校単位での取り組みとした。授業では鹿肉を通して鹿が草根を荒らすことで土砂が崩れ、土砂が川に流出し、最後は海にまで悪影響を及ぼすという自然界の連鎖を学ぶことを目的とし、理解を深めるための様々なプログラムを併せて用意した。こうした取り組みの結果、鹿肉カレーを給食で提供することにこぎつけ、昨年から市内の全学校で鹿肉を使ったタコライスを実施することができた。

一方、かつて「海の底からサバが湧いてくる」とまで言われた、鯖街道の起点で知られる小浜市の鯖は、昭和49年には田島港だけで3,580 tの漁獲高があったが、平成27年には1 t未満



にまで激減している。乱獲や地球温暖化等の影響もあり、全国的に漁獲量の減少がみられることに加え、漁場が遠方となったことにより、多くの燃料が必要となり採算が合わず、巾着網漁業に代わり、近海での定置網漁のみとなったことが大きい。

このような中、平成27年には、「御食国若狭と鯖街道」が日本遺産第1号に認定されたことを契機に、鯖街道の起点小浜の鯖を復活させようと、産・官・学が連携し、鯖街道のストーリーとともに刺身でも食べられる鯖をコンセプトに、「鯖、復活」プロジェクトを立ち上げた。鯖の食文化が根付く小浜市の新たな展開を図り、産業振興や誘客促進による地域活性化を目的としている。

鯖の養殖は小浜市が事業主体となり、小浜市漁業組合や福井県立大学などが参加する「鯖会議」により、養殖技術や人工種苗生産等について議論しながら養殖を進めてきた。

また、養殖された鯖の販路獲得のためには、新たな付加価値、ストーリー性が求められたため、鯖料理専門のベンチャー企業などの意見を得て、かつて鯖街道を通じて京都へ運ばれた小浜の鯖に、京都の酒粕を餌に与え育てた、「小浜よっぱらいサバ」というブランド鯖が誕生した。さらには、IoT技術の活用で生産性を高め、プロジェクト当初は、1,000尾から始めた養殖が、平成29年度は8,000尾、平成30年度には10,000まで養殖尾数を拡大し、令和4年度には30,000尾の出荷を目指している。安定供給の目処がついたことで、鯖の生産は令和元年度には地元地区の生産者によって設立された民間会社へと完全移行した。

現在、市では生産者と料理人を繋ぐ取り組みに力を入れている。販路拡大のためバイヤーや、京都の飲食店をつなぐプロデューサーと連携し、京都を中心に販路拡大を図っている。売り込みについては、生産者だからこそ知る養殖技術の特徴や、料理人のもとへ届くタイミング、食べ方について直に説明することで、自信を持って売り込むことが可能となる。商品を売り込むのにただ「使ってください」では無理。よっぱらいサバの場合、「鯖街道」のストーリーが大きく影響している。「小浜の鯖の食文化」を前面に打ち出し、全国鯖サミットの誘致、小浜市鯖を愛するまち宣言、ラッピングバス「サバス」運行、鯖街道ウルトラマラソンなど、市を挙げて鯖を盛り上げることに取り組んだ。そこには必ず鯖街道のストーリーが登場し、ストーリーが人の興味をひきつけ、よっぱらいサバに対しても数えきれないくらいのメディアが殺到した。

現状に留まらず持続可能な取り組みとしていくためには、サバをフックに様々な人を巻き込んでいくための仕掛けが必要である。そのためのチームとして鯖会議を継続して行っている。同時に鯖に関わる人づくり、マッチングをしっかりとってシステムとして残すことが大切である。また次の展開のため、鯖街道沿線での広域連携や各地のブランド鯖との連携が必要だと考えている。

■情報発信と制度構築、それぞれの役割分担

市では鯖養殖をはじめ、小浜ならではの食で交流人口を増加させるため、食と農をつなぐ地域循環プロジェクトを立ち上げ、生産者、料理人、消費者をつなぐ「ローカルラーニングツアー」の実施や、インバウンドを生産地へと誘客する「農泊 食文化海外発信地域（SAVOR JAPAN）」認定など、多くの取り組みが行われている。きっかけは様々であるが、まちの魅力

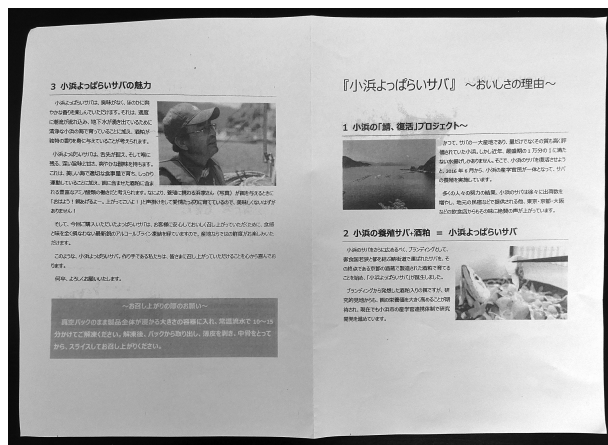


向上や観光コンテンツの創出といった色合いが強く、要となる情報発信や受入体制の整備には観光セクションの目線が不可欠となる。

市の観光を担う機関として一般社団法人若狭おばま観光協会と株式会社まちづくり小浜「おばま観光局」があり、互いに補完しつつ観光振興に取り組んでいる。共に市からの補助や支援を受けるが、前者は観光客誘客が主目的であるのに対し、後者は観光消費喚起、市内産業・経済の活性化が目的である。そのためおばま観光局は日本版DMOに登録され、より収益性の高い商品開発やツアー事業に取り組んでいる。



通販の「よっぱらいサバ」



ストーリーを添えてお届け

5. 小浜市の観光とまちづくり

■まちづくり小浜の観光まちづくり事業

株式会社まちづくり小浜「おばま観光局」（以下、おばま観光局）は、平成22年、小浜市が52%出資する第三セクターとして設立された。商工会議所や観光事業者、農協、漁協、地元金融機関など多様な主体が出資し、観光を軸とした市域全体の地域活性化を目的としている。これまでの行政と観光協会主体の観光振興から、地域住民と1次・2次・3次産業関係者を巻き込んだ多種多様な主体の参画による新たな観光推進組織による観光まちづくりへの転換を図る。平成29年、日本版DMO法人として登録されたことで、生産者や事業者といった多様な関係者との連携を図り、地域の有するシーズの掘り起こし、顧客ニーズを考慮した事業者への提案を通じた観光まちづくりが訴求されることとなった。体験型観光へのニーズが高まりを受けて「小浜よっぱらいサバ堪能ツアー」や、「タコかご漁とたこ焼きランチ」といったプランを事業者と一緒に実施している。また日本人観光客が大半を占める現状を踏まえて、外国人向けコンテンツ造成のためのFAMトリップを実施し、資源の洗い出しに努めている。現在、主な事業として道の駅事業、飲食事業、公益事業があり、収支では収益事業と公益事業が柱となる。

【事業概要】

- | | |
|---------|--|
| ・道の駅事業部 | 道の駅若狭おばまの管理・企画・運営、市営駐車場管理・運営 |
| ・飲食事業部 | 食文化館「濱の四季」管理・企画・運営 |
| ・公益事業部 | イベント等の公益、委託事業の受注・企画・運営、市民農園管理、MACHIYA STAY（町家の宿）事業 |



- 収益事業 道の駅、濱の四季、MACHIYA STAYを主とし、今後はEC事業強化、新商品開発の拡大を目指す。
- 公益事業 指定管理費、行政からの受託事業、国・県からの助成金

道の駅「若狭おばま」は小浜IC.から1分という好立地を活かし、市の新たな玄関口として、休憩場所の提供のほか、総合観光情報の発信、地産商品の販売などを手掛けている。おばま観光局では平成23年の設置当初から管理受託を行っている。道の駅は3駅周遊構想の要となる施設であり、道の駅から海の駅（目玉集客施設）へ誘導、集客し、まちの駅（癒し、安心）での散策へと誘う観光企画の司令塔としての役割を果たしている。水産物、野菜、お菓子など豊富な地域産品を扱うほか、飲食ブースでは休憩に適したフードやドリンクを提供している。オリジナル商品である「鯖サンド」、「鯖カレー」、「ジビエカレー」、「タイカツバーガー」などを販売。「鯖サンド」は道－1グランプリ特別賞を受賞している。物販客単価は当初の1,200円から一昨年には約1,700円と上向き。

「濱の四季」は御食国若狭おばま食文化館の別館。当初は業務委託により運営していたが、平成27年からおばま観光局が指定管理運営を受託している。平成29年には「四季折々の新鮮な小浜の魚を、海を見ながらゆっくり味わえるお店」とコンセプトを明確にし、メニュー刷新を行った。若狭のぐじ御前、鯛そうめんと四季の混ぜご飯定食、本日の地魚定食、鯖と穴子の醤油干し定食といった特徴的な小浜の海の幸メニューを充実させ、少しずつではあるが収支が改善している。

MACHIYA STAYは「京料理を育んだ湊町で暮らすように泊まる」をコンセプトに、小浜西組の空き町屋をリノベーションして宿泊施設とする分散型ホテル。取り組みの前提として、年間100万人の観光入込客に対して、宿泊者が15万人に留まるといった現状があった。平成29年に1棟目を開設し、現在は4軒で営業している。チェックインはすべて道の駅で行うが、毎回暗証番号の変わるカードキーを採用しているため利用者は返却の必要がない。近隣のホテルよりも単価設定を上げることで競合を避けている。またそれぞれ1棟貸しなので気兼ねすることなく、ゆったりと過ごして頂ける。平均利用人数は3名となっている。夕食は散策を兼ねて外で食べてもらうか、自炊となる。朝食はオプション設定で利用可能。初期の改修費用は物件ごとに様々、クラウドファンディングによるものや、国や市の補助金によった。中には所有者から宿運営を受託しているものもあり。基本的には10年以内に初期費用を回収可能な計画としており、現在、各宿の稼働率30%で年300万円の売上げがあり、初期費用の回収および諸経費を差し引いて、100万円程度の利益を上げている。

利用者は日本人観光客がほとんど。中にはすべての宿泊棟を巡るリピーターもいる。インバウンドではヨーロッパからの利用者が比較的多い。

MACHIYA STAYによって滞在時間の延長を得て、単なる観光から一歩進んだ、たおやかな小浜に暮らすように泊まってまちを楽しむ、新しい形の滞在型観光を生み出し、ムーブメントを拡大していくことが課題となり、特にインバウンドに対するアプローチを充実させることが重要である。

公益事業では観光まちづくりを命題に、イベントの企画運営を行うほか、情報発信を請け



負う。

「てんこもり小浜フェスタ」は、期間中に市内で行われる大小様々なイベントをまとめたもの。おばま観光局ではそのPRを担っている。約50ものコンテンツを「祭」、「食」、「文化」、「さとうみ」の4つのカテゴリーに分け、ガイドブックや専用ウェブサイトを通して情報発信している。なかでも小浜ならではの海産物や和食といった食にこだわったコンテンツが多数あり、全体の約半数が食にまつわるメニューとなっている。

おばま観光局では食めぐり事業として、3駅周辺の飲食店を巡るスタンプラリーやこだわりの海鮮丼店をPRする「海鮮てんはま丼まつり」を主催する。

■道の駅 若狭おばま見学

道の駅の設置当初からおばま観光局が指定管理を受託している。物販、フードコーナーを備えた休憩所および売店からなる道の駅に、市の農産品加工施設である「わかさ国府の郷 四季菜館」が併設されている。木造、白壁造りの意匠が伝統的な町屋を彷彿とさせる。通路に面してガラス窓が大きく開口し、店内は明るい。先にみたようにフードコーナーでは若狭の食にこだわったオリジナルメニューを販売しており、タイカツバーガーなどは揚げたてが提供される。物販では、地産品がメインではあるが、箱入り菓子が少ないことが課題となっている。

商品開発では、若狭の商品を別の切り口からアプローチすることで商品化に成功している。養殖フグ加工の過程で出る大量の鰭を利用し、焼き鰭とカップ酒をセットにした「若狭ふぐひれ酒」、常温でも持ち運びが可能なようにレトルト加工した醤油干しの地魚、日持ちするようアレンジした和菓子など。アンチョビの代わりにへしこを使ってディップソースにした「へしこバーニャカウダ」はパッケージにもこだわり、レシピを添えるなど一工夫している。これらの企業努力のおかげで当初の売上は6千万円程度だったものが、今は1億5千万円以上となった。



道の駅 若狭おばま



道一1GP特別賞「鯖サンド」

■小浜市インフォメーションセンター見学

令和元年、11月に新築オープンしたインフォメーションセンター。一般社団法人若狭おばま観光協会が指定管理者として運営している。北陸新幹線敦賀開業を目前に控え、インバウンド対応などを充実させる目的で整備された。駅構内にあった旧案内所とくらべて面積が倍以上と



広く。明るくモダンな建物である。レンタサイクルスペースや電車待ちの高校生などが時間を過ごせるフリースペースが備わり、スマホなどの充電も可能である。地産品である鯖缶や若狭塗箸、へしこバーニャカウダなどがお洒落にディスプレイされており、ちょっとしたショップに入ったかのよう。

案内カウンターには英語対応が可能なコンシェルジュが待機し、外国人旅行者の案内にあっている。職員不在時でも対応可能なタブレット端末を備えており、小浜観光の新しい玄関口として、日本政府観光局による外国人観光案内所「カテゴリーⅠ」の認定を目指している。



小浜市インフォメーションセンター



お洒落な館内

【所 感】

■城野 博文（泉南市 産業観光課）

「食のまちづくり」、「食」というキーワードによって、まち全体が目的の共有化が図られているということに最も感銘を受けた。在るもの探しにこだわり、伝統的に地域に育まれた「食」や「食文化」に多方面から光を当てることで、キラー・コンテンツとした手法は大いに参考になった。将来の担い手育成と地産地消の観点から食育を推し進め、海外でも高く評価されていることや、地道な調査を通じて郷土食や行事食を明らかにするなど、一見すると間接的かともみえる施策にも力を注ぐ。一方でコミュニティ醸成のための拠点づくりや地域計画などの策定を支援することで、まちづくりの主体となる住民の間に当事者意識が芽生え、その成果として住民の手による起業が進んでいるものと理解された。持続可能なまちづくりのモデルケースと言えるのではないだろうか。

泉南市においても地域ブランドである「泉たこ」や産官学連携で取り組んでいる養殖穴子、農産物でも大阪府内有数の生産量を誇る里芋など、フックとなり得る食材はいくつかある。しかしながら現状ではそれらを観光目線、人を呼び込むためのツールとして活用する仕組みが乏しい。多様な人を巻き込み、泉南市に在るもの、泉南市にしか無いものにこだわって、泉南市の「食」を磨き上げることが出来ればと思う。

滞在中、「よっぱらいサバ」を食べる機会がなかったので、後日お取り寄せをして食べてみた。お刺身は酒粕の効果か、ほのかな甘みと酸味が程良くマッチし、はるか鯖街道の味がした。

■畑部 徹（岸和田市 観光課）



1泊の視察のため現地での実食は計5回（昼・夜・朝・昼・夜）であったが、越前蟹のコース、甘鯛の「ぐじ」、穴子の醤油干し、しめ鯖、へしこ茶漬け、更には小浜B級グルメのソースカツ丼にへしこラーメンと、事前にリサーチしていたとは言え、小浜の食を堪能でき、もっと地元の方々と話せる機会があれば他にも地元料理があったかもしれないが、どれも大満足の食事であった。それだけ小浜市は「食」のレベルが高く、また観光客が容易に発見できる環境が整っているということである。同日程で岸和田市に観光客が訪れた場合に、店舗数においては勝っており、地元食材についても揃っているため、同レベルかそれ以上の食べ歩きができるポテンシャルはあると思うが、見つけてもらえる環境にあるかは疑問のため、更なる「食」に関するPRの必要性を感じた。

視察先については、特に若狭フィッシャーマンズ・ワーフにおいて年々来客数が減っているのに、客単価を上げることで売上を伸ばしていることに感銘を受けた。各視察先でアンケート用紙をもらうようお願いしたが、あまり回答してくれないことを理由にアンケートを辞めた施設もあるなかで、若狭フィッシャーマンズ・ワーフは部署毎に詳細なアンケートを実施していた。顧客のニーズを正確に掴むこと、そのためのアンケートの重要性について再認識することができた。

第7章

研究員所感



研究1年目を終えて

茨木市産業環境部商工労政課 上山 七彩

私は昨年度茨木市役所に入庁し現在の課に配属されたが、昨年一年間観光関係業務に取り組んだ際には、市役所職員として多くの課題に直面した。

私が観光と聞いて想像するのは、いわゆる観光名所や特産品が多くある場所に行き、その土地の特色あるものを楽しむといった形だった。しかし茨木市にはもちろん魅力的な史跡や文化財、また農産品はあるが、高い知名度を持つものやブランディングに成功しているものはまだまだ少ない。昨年度の私は入庁したばかりで知識も乏しく、観光に対しても典型的な考えしか持っていなかったため、観光業務については手探り状態のまま一年を終えてしまったという反省が自分自身の中に強く残っていた。

このような昨年度の経験があり、今年はぜひ観光や地域のブランディングといった内容を基礎から学んでみたいと考え、この研究会に参加させていただいた。

まず参加して一番良かったことは、「食」という一つの視点をきっかけに、観光について非常に多角的な視点が持てるようになったことだった。今年度は伊丹市の綾野さんに講演に来ていただいたが、伊丹市は特産品というより、本州初のバルイベントという目の付け所で、都市部からアクセスが良いという強みを持った伊丹市を活性化させていた。また先進事例視察でお話を聞かせていただいた、邑南町の寺本さんは、もちろん特産品を活かして観光分野を推進していたが、プレイヤーを町の43%を占める高齢者に設定することで、町内全員が参画する観光を作り上げていることが印象的だった。

観光と聞くと、どうしても前述で挙げたような典型的な観光が浮かびがちである。しかしそのイメージにとらわれてしまうと、交流人口を増やす、域内消費が増え経済活動が活発になるといった、「結果」を重視しがちになってしまう。しかし、それぞれの自治体に違った強みがあり、それを活かすことが観光で大切なことである。非常に基礎的なことではあるが、この研究会で「食」という切り口から自分の中での観光のイメージを払拭し、新しい自分の視点を持つことが出来たのは、大きな学びであったと考える。

またこの研究会に参加したことによって、本市の新たな魅力にも気づくことが出来た。最初は「食」と言えば特産品、しかし知名度の高い特産品がない本市では「食」ではアピールができないという考えが私の中に根強くあった。しかし戦術の視点の変化によって、茨木市ならではの「食」と「観光」の在り方について、改めて考える機会を持つことが出来た。そして今回の中間報告を書くにあたり、もう一度本市について考えてみると、元気な市内飲食店や民間団体があるにも関わらず、それが市内外にまだまだ発信できていないという現状の課題が見えてきたのである。

来年度は実際に研究会で研究員が視察に茨木市を訪れる。その際にはぜひ本市の魅力をたくさんお伝えするとともに、茨木市をもっとよくするアドバイスをいただき、本市の「食」と「観光」の取組を積極的に推進していけたらと考えている。



研究1年目を終えて

枚方市産業文化部産業文化政策課 笠井 里紗

枚方市は、大阪と京都の間にある立地の良さから江戸時代には交通の要衝として栄え、近代には住宅のまちへと変わってきた。戦後には大規模な住宅団地もできたことから、いわゆるベッドタウンとしての意識が強く、「観光」で人を呼び込もうという意識が生まれにくいと感じている。

しかし、枚方市に住む人は枚方への愛が強いことを市役所の職員として日々人と接する中で実感している。この枚方愛を「観光」という観点から磨き上げ、同時に新たなコンテンツも発掘しながら市外に向けて発信していくことが、人を呼び込むことにつながるのではないかと考える。そこに観光で重要なキーワードとなる「食」を絡めることで、より訴求力が強化されるのではないかと考え、研究会に参加させていただくこととなった。

研究会では、この一年だけでもいろんな事例に触れたり、実際に他自治体を訪れたり、貴重な体験をさせていただいている。いずれも、本市にはない様々な魅力があふれており、正直なところ焦りや不安を感じることも多いが、同時に本市にしかない魅力もきっとあるはずと、改めて考えなおすきっかけともなっている。また、他の研究員の方に本市に対しての率直なご意見やご提案をいただけたことは、本当にありがたいことだった。

島根県邑南町への視察で強く感じたことは、地域の人々とのつながりの重要性である。邑南町の寺本さんは、行政の仕事は国からお金を取ってくるのではなく、地域の人と人とをつなぐことだとおっしゃっていて、強く印象に残っている。特に観光についての取り組みは、地域の方の協力がなければうまくいかないし、仮に行政主導で始めたとしても、いずれは限界がきてしまう。持続可能な事業とするためには、地域自体に事業の必要性を感じていただくと同時に、キーパーソンとなる人を見つけ、その周囲の人をうまく巻き込んでいくことが必要になる。実際に、邑南町では、高齢化などの課題に危機感を覚えた地域の人たちが、自分たちの地域を盛り上げようと合同会社を設立したり、様々なことに自主的に取り組んでいた。本市にも「枚方を盛り上げよう」と考え、すでに取り組みを始めている方々がいる。その方々を見つけ出し、つないでいきながら一緒に進んでいけるような仕組みを考えていくことが、課題の一つだと捉えている。

本市は何かの特化したまちというよりは、歴史的な建物や自然、テーマパークや商業施設など、いろいろなものが集まっているところである。今は個々の魅力で楽しんでいるが、点ではなく面で楽しんでもらえる仕組みを構築出来たら、それは本市ならではの観光資源となり得るのではないかと考える。

2025年には、関西・大阪万博が控えている。外国人を含めた多くの人を訪れるこの機会に備え、本市の可能性を探りながら、より魅力的な提案ができるよう引き続きこの研究会で勉強させていただきたい。



研究1年目を終えて

河内長野市環境経済部産業観光課 田中 智也

基調講演では、「食」や「観光」に関する有識者の講演を通して、「食」や「観光」に関する基本的な考え方から、実際のまちづくりの事例、近年のトレンドを踏まえた今後行政として取り組むべきことなど、多くのことを学んだ。また、「食」でまちづくりを行っている行政職員の方や、大阪の食材や郷土料理などに詳しい有識者の方々と実際に意見交換させていただくことで、「食」や「観光」についてはもちろんのこと、行政マンとして学ばせていただくことも多く、本市が抱える課題の解決や今後のまちづくりを進めていく上での多くの知見やヒントを得ることができた。

フィールドワークでは、研究員の市町村を実際に視察させていただき、他市町村の特色ある「観光」と「食」の取り組みについて学んだ。どの市町村もその土地ならではの食材と観光資源を上手く組み合わせて、その土地でしか経験できない食体験を提供していた。特に農園レストランは、一般に流通していない珍しい食材を料理として提供するなど、1つのレストランレベルではあるが、確実に地産地消ならではのメリットを活かしたビジネスモデルを構築していた。多くの農地を有する本市においても、このような地産地消のビジネスモデルを町レベルで構築し、本市の観光資源と上手く組み合わせることができれば、訴求力のある食コンテンツの開発ができるのではないかと考える。

先進事例視察では、「A級グルメのまち」鳥根県邑南町を視察させていただき、「食」と「農」を通じた住民主体でのまちづくりを学んだ。特に印象深かったのは、住民自身が「このまちを何とかしたい」という思い（ビレッジプライド）を持っており、住民が中心となってまちに対して働きかけている点である。「観光」や「食」の分野に限らず、まちづくりを進めるうえでは、「住民や事業者をいかにしてプレーヤーにするか」は極めて重要であり、本市においても、どのようにしてその仕組みを構築するかが今後の課題となる。

次年度の提案に向けては、本年度学んだことに次年度新たに学ぶことを加え、本市でしか体験することができない、本市でしか味わうことができない「フードツーリズム」を提案していきたい。その際、他の事例をそのまま転写するのではなく、本市が保有する食資源や観光資源と上手く組み合わせ、いかにしてオリジナリティのある「フードツーリズム」を構築していくかが課題となる。また、本年度は研究会のメンバーと意見交換をする時間をあまり確保できなかったため、次年度は、他のメンバーと密に意見交換を交わしながら、近隣市町村との連携等も意識した広域観光的な要素も取り入れた提案を考えていきたい。



研究1年目を終えて

富田林市産業環境部商工観光課 中谷 恭子

大阪は古くから「食いだおれの街」「天下の台所」などと言われ、「食」とのつながりが深い印象があるものの、大阪の都市部にとどまっているように感じており、府内全域が「食」でつながっていけるような魅力を見いだせないものかと思っている。

しかし、私が本市の「食」について思いつくところでは、富田林市の特産品として「なす」「きゅうり」「海老芋」があるが、観光と結びつけるとするなら、これらを使って話題となるような創作料理などを開発するといった、誰もが思いつくところで滞ってしまう。

そこで「食」という地域資源をいかに観光に活かしていけるのか、研究員のみなさまのご意見を伺いながら研究していきたいとの思いからの参加となった。

本市は平成30年度から2か年にわたり「富田林市観光ビジョン」の策定をめざしており、各種調査も実施してきている。ある調査結果から、観光をする際に観光地に求めるものとして「グルメ」「食べ歩き」が多く挙がっている。

また、「魅力的な食事ができるから」というリピーターの声も挙がっている。調査結果は顕著にあらわれており、私自身、例外ではなく、観光の楽しみのウェイトを占めているのは「食」であり、その土地ならではの「食」を求めて旅先を決めることもある。それに加えて「限定」という言葉にそそられることが多く「独自性・希少性」を求める傾向にあり、それが達成できたときの満足度は言うまでもない。

旅の目的は人それぞれであるが、やはり「食」を起点とした観光振興のあり方の検討が重要であると考えている。

今年度、視察で訪問した島根県邑南町は食材の大量生産は難しく、都市部への食材の出荷は不向きであることから、邑南町産の食材を町外に出荷するのではなく、少量多品種生産のメリットを活かし、「A級グルメ」として邑南町でしか味わえない逸品として売り出されていた。

研究会初回の「住民の人が楽しむことも観光の要素」という指導助言者の言葉が印象に残っており、まさに邑南町の取組そのものであると感じた。

この研究会に参加して、研究員のみなさまとの交流や各市への現地調査、そして本市へお越しくださり忌憚のないご意見を頂戴したことはとても有意義であったと考えられる。

次年度も引き続き、ゲスト講演や現地調査、視察など、盛りだくさんの研究内容を観光振興に役立てていけるよう知見を広めていきたい。



研究1年目を終えて

岸和田市魅力創造部観光課 畑部 徹

研究会に参加させて頂くようになってから、地元食材について今まで以上に意識するようになり、如何にして「食」で観光に繋ぐことができるのかを考えるようになった。また、この研究会以外に実施されているセミナーに出席したり、他市で行われているバルに初めて参加することでその魅力を感じ、バル精通者の中で言われている「バル貧乏」とまではいかないものの各地のバルを訪れて知識を広げるようにしていた。

今年度はG20が大阪で開催され、岸和田市はだんじりを会場となったインテックス大阪に出展したことで、関係者と繋がりができたことから、迎賓館での首脳夕食会を監修した辻調理師専門学校長の辻芳樹氏の講演「日本の食の魅力や外交舞台での食の役割について～G20大阪サミットを振り返って～」(一般社団法人大阪倶楽部主催)を受講するという機会にも恵まれたが、参加に至ったのは何より研究会のおかげで興味を持ったからであると思う。今までの首脳夕食会ではフランス料理しか世界的には通用しないと言われているなかで、初めて和食を提供したこと、ハラルやビーガンを調べるために各国首脳にアンケートを実施したら、好き嫌いや肉の焼き方まで回答されたため、その全てに対応したこと、以前に安倍首相がプーチン大統領を招いたときに河豚料理を振舞ったが、調理されているとはいえ、そもそも毒のある食材を使った料理には護衛からのチェックが入り全く手を付けてもらえなかったということ等を知る機会となった。

今年の夏に、仕事で欧米系外国人約50名の食事の手配をすることになり、和食をリクエストされた。ただ詳細を確認すると、和食と言ってもベジタリアンを含め各種対応するためサラダは数種類、それにかけるドレッシングも複数、フライドポテトに枝豆、白飯と焼き飯、みそ汁を基本とし、それに刺身、焼き魚、煮魚、肉料理、唐揚げにチキン南蛮等とその他の和食料理が欲しいとのことであったため、店に相談したところ、泉だこの煮物、高野豆腐、エビとれんこんのはさみ上げ、だし巻き玉子を追加することとなった。結果は、ある程度予測していたが、煮物は不人気であった。また、彼等は日本人と比べて「もったいない」という意識は遥かに希薄であると感じ、気に入った料理を集中して食べ、見慣れない料理には全く手を付けない人も一定数いることが分かった。このことは、次の機会に生かせる貴重な経験としたい。

この研究会では、各地方自治体でフィールドワークが実施されている。同じ大阪でも想像以上に違いがあり、そもそもこの研究会に参加していなければ訪れる機会がなかった地域もあったため新たな発見が多く、毎回楽しみでもあった。また、自分の所属する岸和田市で実施されたときにはホスト役を務めるため、より地元食材に詳しい農林水産課へ確認することで知識が深めることができ、新たな魅力への気付きの機会となった。更に他の研究員からの意見も頂戴したことで、再発見の場にもなった。

次年度に向けては、この一年で「食」に対する知識は相当深まったと自負しているので、1段階レベルを上げた目線で次なる発見をし、研究成果を生かせるように努力したい。また、折角の機会な



「食で考える大阪の持続可能な観光研究会」中間報告書

のでフィールドワーク等では食べるだけでなく、調理についても研究・実施することを提案したい。そして2年間の研究が終わった後には、実務において何かしらの企画をし、「食」で観光を呼び込む仕掛けを構築したいと考えている。



研究1年目を終えて

泉南市市民生活環境部産業観光課 城野 博文

現在、市の総合計画や観光振興ビジョンにおいては、市の持っている資源としての「食」について以下のように定めている。

総合計画では「大地と海からの恵みとして、おいしく安全な食料を供給し続けるとともに、魅力的な農業と漁業のあるまちをめざします。」として農業や漁業の振興をうたい、観光振興ビジョンにおいては、「シビックプライドの醸成や地域資源の磨き上げによる観光資源の発掘と再発見」の項に食が包括されているといった状況である。もちろんそれぞれにおいて、特徴的な産品については紹介されているし、行事食などにも少し触れられているが、それらを活かしたまちづくりや観光振興といったところまでは計画が及んでいない。

これらの計画やビジョンは作成時の時勢や考え方に基づいて策定されるものであって、特に観光に関しては、今も計画期間内にあるとは言え、今日の観光を取り巻く様々な環境変化の速度に十分対応できるものとは言い難いのではないか。

こうした状況のなか、本研究会に参加させて頂き、本市の食や観光についてあらためて考える機会を得た。この一年に訪れた各々の視察先では、それぞれ特徴を持って取り組んでおられる行政や事業者のお話を伺い、美味しい地産品を味わい、個性的なまちなみを散策することを重ねさせて頂いた。どのまちも非常に興味深い取り組みをされており、かえって本市に無いものばかりが目につくこととなった。

本市にも、地域ブランドである泉たこや、産官学連携で取り組んでいる養殖穴子、泉州たまねぎや水ナス、里芋といった地産品はいくつかある。残念ながらどれも強烈な個性を持って輝いているといったものはなく、行事食においても南泉州という枠組みで考えれば、他市町にも共通するものばかりである。かつてこれらを活かすため、自治体や商工会の主導によりあらたな特産品やお土産品の開発に取り組んだこともあったが、いずれも不調に終わっている。うまくいかなかった原因は色々であろうが、一番には当事者意識の欠如に起因することが大きかったのではないかと想像する。

持続可能な取り組みとするには、行政と住民、事業者がそれぞれの役割に基づいて、自発的な行動を続けることが肝要であろう。行政が果たすべきことは、食に関する地道なリサーチ、他業種のマッチングを進めることでの六次産業化へのきっかけづくり、まちづくりに対する住民の意識醸成など様々ある。いずれも使い古された感のある言葉ではあるが、まずは原点に立ち返り、再び食に関する資産の洗い出し、在るものさがしから取り組まねばならないと思う。来年度も引き続き本研究会に参加させて頂き、本市の観光や食に対する企画の立案に臨みたい。

第8章

参 考 資 料

1. 研究活動記録	153
2. 研究員名簿	155



1. 研究活動記録

研究会	月 日	内 容
第1回	6月12日(水)	①オリエンテーション及び研究員自己紹介 ②指導助言者による基調講義 ③研究の進め方について協議 ④視察先の検討
第2回	7月17日(水)	①研究員所属団体现地調査（岸和田市） ②研究員による食の基本情報発表（岸和田市） ③意見交換
第3回	8月21日(水)	①研究員所属団体现地調査（河内長野市） ②研究員による食の基本情報発表（河内長野市） ③意見交換
第4回	9月25日(水)	①研究員所属団体现地調査（枚方市） ②研究員による食の基本情報発表（枚方市） ③意見交換 ④中間報告書の構成について確認 ⑤視察実施に係る調整及び協議
第5回	10月18日(金)	①研究員所属団体现地調査（富田林市） ②研究員による食の基本情報発表（富田林市） ③意見交換 ④視察実施に係る調整及び協議
視 察	11月6日(火) ～7日(水)	島根県邑南町 ①邑南食材レストラン 香夢里 ②里山イタリアン AJIKURA ③食の学校、農の学校 ④香木の森公園 ⑤手打ちそば 千蓼庵（せんりょうあん） ⑥寺本ファーム ⑦日貫一日（ひぬいひとひ） ⑧シックスプロデュース有限公司（Milk&Beans Mui） ⑨てらだのパン ⑩道の駅 瑞穂
第6回	11月21日(木)	①公開講座 「食をテーマに、まちの魅力を高めあう仕組みについて ～“伊丹まちなかバル”のアイデアから学ぶ～」 伊丹市都市活力部参事 綾野 昌幸 氏 ②ゲストスピーカーと意見交換会 ③視察実施報告



「食で考える大阪の持続可能な観光研究会」中間報告書

研究会	月 日	内 容
視 察	12月2日(月) ～3日(火)	福井県小浜市 ①御食国若狭おばま食文化館（小浜市食のまちづくり課） ②小浜市まちの駅・旭座 ③若狭小浜お魚センター ④若狭フィッシャーマンズ・ワーフ ⑤小浜市商工観光課、農林水産課 ⑥道の駅 若狭おばま（まちづくり小浜「おばま観光局」） ⑦小浜市インフォメーション・センター
第7回	12月9日(月)	①視察実施報告 ②中間報告書、次年度研究会の進め方について協議
第8回	1月27日(月)	①公開講座 「大阪の地元食材や郷土料理の魅力を観光振興へいかす ～テレビドラマの料理からヒントを探す～」 有限会社貴重・ごちそうプロデューサー 広里 貴子 氏 ②ゲストスピーカーと意見交換会 ③中間報告書原稿確認



2. 研究員名簿

研 究 員

市町村名	所 属	氏 名
茨 木 市	産業環境部商工労政課	上 山 七 彩
枚 方 市	産業文化部産業文化政策課	笠 井 里 紗
河 内 長 野 市	環境経済部産業観光課	田 中 智 也
富 田 林 市	産業環境部商工観光課	中 谷 恭 子
岸 和 田 市	魅力創造部観光課	畑 部 徹
泉 南 市	市民生活環境部産業観光課	城 野 博 文

指 導 助 言 者

株式会社地域計画建築研究所 地域産業イノベーショングループ チーム長	高 田 剛 司
---------------------------------------	---------

事 務 局

おおさか市町村職員研修研究センター（マッセO S A K A）	西 尾 光 弘
	村 上 絵 里 子



後列左から 高田氏、城野研究員、畑部研究員、田中研究員
前列左から 笠井研究員、中谷研究員、上山研究員、村上（事務局）

サマージャンボ・ハロウィンジャンボ宝くじの購入は
大阪府内で！



大阪の宝くじイメージキャラクター「たこ焼きクーちゃん」です。

「サマージャンボ宝くじ」及び「ハロウィンジャンボ宝くじ」の収益金は、販売実績等に応じて、各都道府県市町村振興協会に配分されます。

本協会では、配分された収益金を府内市町村に交付しており、各市町村において公共事業等をはじめ、少子・高齢化対策、地域情報化対策などの事業に活用されています。

大阪府内での宝くじの購入にご協力をお願いいたします。

令和元年度
「食」で考える大阪の持続可能な観光研究会」
中間報告書

令和2年3月

発行／公益財団法人 大阪府市町村振興協会
おおさか市町村職員研修研究センター
(マッセOSAKA)

〒540-0008

大阪市中央区大手前3-1-43

大阪府新別館南館6階

T E L 06-6920-4565

F A X 06-6920-4561

E-mail center-tr@masse.or.jp

協会HP <http://www.masse.or.jp/>

おおさか市町村職員研修研究センター



おおさか市町村職員研修研究センター

マッセ Osaka

再生紙を使用しています

食
で考える大阪の持続可能な観光研究会
中間報告書

令和2年3月

公益財団法人 大阪府市町村振興協会
おおさか市町村職員研修研究センター

マッセ Osaka



で考える
大阪の持続可能な観光研究会

中間報告書

令和2（2020）年3月

公益財団法人 大阪府市町村振興協会
おおさか市町村職員研修研究センター
「食」で考える大阪の持続可能な観光研究会