

# 特集1

## にっぽんの田舎を元気にするために

株式会社ローカルガバナンス代表取締役 寺本 英仁



### ■東京の胃袋を満たすことはできない

2011年、島根県邑南町は、「A級グルメ構想」がスタートを切った。

この当時、全国的に「B級グルメ」が全盛期を迎えていた。全国の自治体でも「B級グルメ」をネタに町おこしをするところも多くあった。邑南町でも「食」で町おこしをする方向性は決まっていたものの、今さらB級グルメを展開しても後発的にしかならないと感じていた。

邑南町には、石見和牛肉や石見ポーク、キャビア、自然放牧牛乳や高原野菜などの魅力ある食材が豊富で、それまでも東京を中心に販路開拓をおこなっていた。しかし、個々の農産物の生産量がネックとなりこのホテルやスーパーに営業をかけても、取引が成立をしないケースが多く見られた。

私が印象的だったのは、都内の一流ホテルへ石見和牛肉の商談のため生産者と出向いた時のこと、ホテルの料理長や仕入れ担当者には高い評価を頂いたものの、ホテル側が発注をしようとしたのは、2週間で200頭分のサーロインとヒレの高級部位のみだった。

石見和牛肉は、年間200頭の生産量で、年間を通じて計画的に出荷をしているので、2週間で1年分の出荷をするのは到底、無理難



邑南町風景(於保地盆地)

題であった。しかも通常、一頭あたりサーロインは20キロ、ヒレ肉は4キロしかとれない。他のモモ・ウデ肉などの部位が大量に余ってしまうので、ビジネスとして成立するには、かなりかなりハードルが高かった。邑南町の三大農畜産物

は、米・ネギ・牛肉といわれていたその一角の石見和牛肉でさえ、需要に供給が追いつかないのであれば、他の農産物が東京で販路開拓することとは、至難の業だと痛感した。

### ■課題をチャンスに！逆転の発想

この時の出来事から、逆転の発想で生まれたのが「A級グルメ構想」だ。都会に農産物を送るだけでなく、品質の高い食材なら、少量でもそれを武器に観光資源として活用し、都会から邑南町に来てもらう戦略に立て直した。

そのために必要になったのが、町内での飲食店だ。当時の町内の飲食店は、まだ地産地消の考え方に浸透が薄く、「A級グ



地元食材を活かした料理

このまま、順調に事業は進んでいたが、それを一変する出来事がおきたのがコロナの世界的な感染拡大だ。事業の柱である「食」が感染要因の一つとなり、自治体は感染源である飲食店の利用に大きく制限をかけた。これにより、全国的に多くの飲食店が経営の危機を迎えたが、邑南町もその例外ではなかった。私も、町の職員として飲食店に対しての支援策を行ったが、感染の勢いはおさまらず、町内にある西日本最大のスキー場や温泉施設の倒産が相次ぎ、止めることはできなかつた。

その後、現状、行政に身をおいたままでは、この問題は解決しないと痛感し、28年間務めた邑南町役場を退職して現在に至り、「につぼんの田舎を元気にするために」をコンセプトに活動を行っている。

■事態が一変した新型コロナウィルス

食の学校では、スイーツを学んだ地元の島根県立天上高校の生徒たちが2年連続でスイーツ甲子園の全国大会に出場したり、邑南町の郷土料理を監修したレシピ本を出版したりするなど、さらに邑南町の名を全国に轟かせた。そして、平成30年ころには、多くの行政視察が訪れるとともに、観光入込客が90万人を超えるようになった。

平成31年には、邑南町のA級グルメ構想の仕組みを学びたい自治体(北海道鹿部町、福井県小浜市、島根県西ノ島町、宮崎県都農町)とともに「につぼんA級(永久)グルメのまち連合」を結成して、A級グルメの理念を共有し、発信するまでとなった。

■A級グルメが日本を救う

その取り組みの一つとして、「食」をキーワードに東京都千代田区と地方自治体をつなぐ活動を行っている。具体的には、東京の神田でA級グルメをコンセプトに地方の逸品を集結したアンテナショップを経営している。ここでは、一つの自治体の情報を発信するのではなく、連携した全国の40自治体の紹介や、月替わりで各自治体の特集をするマンスリーフェアを実施している。

マンスリーフェアでは、自治体の特産品を販売することはもとより、神田の飲食店と連携し、メニュー開発をして一カ月間ランチの提供をしたり、千代田区民と地方の自治体職員、生産者との交流の場として銘打った「A級グルメナイト」をおこなっている。ここではレストランで交流会を実施し、その自治体の魅力や食の情報発信している。この取り組みの延長上に、イベントに参加した都会の住民が、コロナ前のように全国の自治体へ旅をする一役を担うことができるかと考えている。

これからの日本は、人口減少という大きな社会問題に挑んで行かなければならない。「食」は人間が生きていく上で永久に存続する産業であり、その食の根源である農は、地方が役割を担っていく必要がある。

今後、日本の食産業が見直される機会は多々あると思う。

その時こそ、地方の輝きが増す時だと私は考えている。



耕すシェフ(R2年度)

ルメ構想を推進していくためには、地元の食材を活用する飲食店が増えていく仕組みを構築する必要があった。

その戦略の一つとして、平成23年10月から総務省の「地域おこし協力隊事業」を活用し、「耕すシェフ」の研修制度を実施した。都会から邑南町に移住して、農業と料理を3年間学び、その後、邑南町で飲食店を起業していくというものだ。これを遂行するために、町は「耕すシェフ」



AJIKURA

■注目を集めるA級グルメ

「東京の銀座より高いランチコース」と、田舎で料理を学ぶことができるユニークな研修制

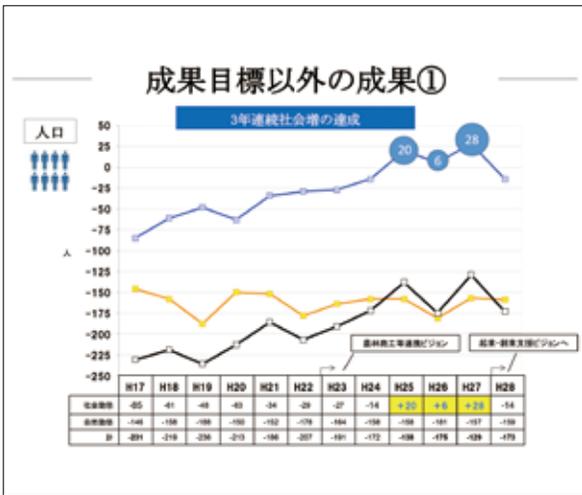
たちが学ぶ場所を用意する必要があった。そして、「耕すシェフ研修制度」が始まる半年前の平成23年4月、町と観光協会が主導で、酒蔵を改装した和モダンな建物を活用したイタリアンレストランを立ち上げた。一流のシェフやソムリエ、パティシエを誘致し、都会の方が邑南町を目標けて食へに来てもらえるレストランと、「耕すシェフ」が学べるイタリアンレストラン「AJIKURA」が誕生したのだ。



食の学校

度が目集め、多くのメディアに露出し、一躍、邑南町を有名にした施策となった。さらに平成26年には、「耕すシェフ」や町民が、最先端の料理技術や郷土料理などを学ぶことができる「食の学校」を設立し、「A級グルメ構想」を盤石のものとしていった。

レストランAJIKURAは、フランスのレストランガイド本「ミシュラン」と双璧とされる「ゴ・エ・ミヨ」に掲載されるまでとなった。また、「耕すシェフ研修制度」で学んだ卒業生が、町内で起業し新たに10軒の飲食店が誕生し、食の町を作り上げた。



邑南町農林商工等連携ビジョン

H23.3 H23年度～H27年度(5ヶ年計画)

コンセプト 「A級グルメ」

～ここでしか味わえない食や体験～

成果を数値化(5年間)

項目	目標	結果	達成率
①定住者の確保	200名	240名	120%
②観光入込客数	100万人	92万人	92%
③起業家数	6人	49人	860%

→ H28.3 起業・創業支援ビジョンへ移行

A級グルメの取り組み資料