

三重大学大学院人文社会科学研究科 2010 年度修士論文

国家支援事業を介した地域素材の資源化
ー菰野町における「おかえりなさい、夕焼け空に赤トンボ
舞うマコモの里へ」事業の展開ー

指導教員：中川 正 教授

地域文化論専攻 地域社会文化論専修

氏名：王 岩君

学籍番号：108M203

目次

第1章 はじめに

第1節 研究目的	1
第2節 研究方法	4
注・参考文献	8

第2章 2009年度「地域資源の全国展開プロジェクト」事業の全国展開

第1節 事業概要	11
第2節 何を資源とするか	12
1. 素材からみた資源	12
2. ソフトとハードからみた資源	14
3. 既存の素材と新たに掘り起こされた資源	14
第3節 資源の伝統性と現代性	15
1. 伝統性を活かした資源	15
2. 現代性を活かした資源	16
第4節 誰のための資源か	17
1. 政府にとっての資源	17
2. 地域住民にとっての資源	19
3. 観光客・消費者にとっての資源	20
第5節 資源化のための用語	20
1. 地域の優越性をアピールする用語	21
2. 消費者の購買意欲を刺激する用語	22
3. 政府にアピールする用語	22
注・参考文献	23

第3章 菰野町における地域素材の資源化

第1節 農家によるマコモ栽培再開の経緯	24
1. 地域素材「マコモ」とは	24
2. マコモ生産の再開	25
3. 申請書の作成	26
第2節 商工会による事業の展開	27
1. 事業の採択と商工会を核とした組織化	27
2. 商工会事業者による資源開発	30
3. 商工会による宣伝活動	31
第3節 菰野町役場による事業支援	33
1. 支援事業導入前の活動	33
2. 支援事業導入後の状況	34
第4節 学校による事業参画	34
1. 三重県立四日市農芸高等学校の研究開発	34
2. 小学校、保育園などの食育推進	35
第5節 販売事業者による事業協働	36
1. 道の駅菰野町ふるさと館	36
2. 外食店	37
3. 宿泊業	37
第6節 実行委員会による事業の総括	40
1. 事業計画の概要	40
2. 事業実績内容	42
注・参考文献	44
第4章 むすび	46
注・参考文献	49

補遺 1 2009 年度「地域資源∞全国展開プロジェクト」本体事業 採択案件分析一覧（商工会分） （125 件）	50
---	----

表目次

表 1 2006～2010 年度「地域資源∞全国展開プロジェクト」採択件数	6
表 2 2009 年度と 2006～2008 年度本体事業実態一覧	12
表 3 2009 年度「地域資源∞全国展開プロジェクト」本体事業（商工会）採択案件用語分析	21
表 4 実行委員会委員一覧	28
表 5 開発部会委員一覧	28
表 6 菰野町商工会活動記録	29

図目次

図 1 菰野町位置図	7
図 2 マコモタケ	25
図 3 菰野町商工会作成したのぼり旗	32
図 4 マコモの紹介	39

第1章 はじめに

第1節 研究目的

本研究は、国家支援事業によって、推進される地域素材の資源化と、その地域的展開を対象とする。

社会科学において、伝統的に、地域を構成する自然的・歴史的・文化的素材そのものを、所与の地域資源として扱う研究が主流であった。たとえば、「観光資源」という用語一つをとっても、観光の対象・素材という意味合いで用いられることが多かった。建築学者西山は、観光資源を「観光レクリエーションのための空間、およびその対象物」¹⁾と定義し、直接経済生活とは結びつきが強い文化財や自然景観そのものが観光資源であるとみなしている²⁾。経済学者津田は、国際観光資源を、「国際観光客が、その観光動機ないし観光意欲の目的物とするところの観光対象」³⁾と定義し、尾家は、その定義に基づいて、国際観光資源を(1)自然的資源(自然対象)、(2)文化的資源(文化対象)、(3)社会的資源(社会対象)、(4)産業的資源(産業対象)に分類した⁴⁾。観光学者である岡本と越塚は、観光対象が観光資源と観光施設から構成されることを述べたうえで、観光資源とは、観光対象の素材であると述べている⁵⁾。経済学者河村は、観光商品の構成する三要素として、観光施設、観光サービスとならんで観光資源を指摘し、観光資源は、観光客に観光動機を生じさせ、観光目的地を選択させる上での決定要素であると述べている⁶⁾。このように、観光資源は、観光商品の素材であり、ある場合には、観光対象あるいは観光商品そのものと説明されることが多かった。

一方で、地域素材そのものが、そのままのかたちで「資源」となるものではないことは、1970年代以降、地理学における環境認識論の発展とともに、指摘されてきた。小口は海水浴に関する歴史地理学的分析より、海という素材そのものが自動的に観光資源となったわけではないことを指摘した⁷⁾。明治前期の海水浴は、病気の治療を目的とした医療行為であり、海水浴客は、当時「患者」と呼ばれていた。しかし、明治後期に、西洋からのレジャーとしての海水浴の思想が浸透し、1905年に阪神電気鉄道が兵庫県に海水浴場を開設したことが契機となって、行楽としての海水浴が普及した。それとともに、海水浴による病気治療という側面が弱まり、海水浴場の立地条件も変化し、来訪者も「観光客」に変更した。このように、海という自然的素材は、西欧思想の流入による認識の変化により、観光資源に変化を遂げたのである。すなわち、地域素材は、

有用性を認識され、初めて資源となることが指摘されている⁸⁾。

もっとも、地域の素材そのものは、直接資源となるわけではなく、様々な主体によって生み出されたイメージを介して資源化される。神田は南紀白浜温泉の形成過程に関する観光地理学的研究を通して、南紀という位置や砂浜の存在が、「南紀白浜」という地名が醸し出す、「南国」、「白さ」という他所イメージを介して観光資源とされたプロセスを解明した⁹⁾。

また、素材自体が資源となるとは限らず、素材の新たな結びつきにより資源化される実態も明らかにされている。田林らは那須地域の農村空間研究を通して、同地域の農業が既存の観光地と有機的に結合させることによって、地域空間が商品化される実態を紹介した¹⁰⁾。従来、孤立していた地域素材が、新たな結びつきによって価値づけられ、資源化される。

文化人類学者内堀は、「もの」がそのままのかたちで資源になるということがないことを指摘し、その価値は認められてはじめて「資源」とされ、その認識に基づいて有用なかたちに加工され、消費者に届くことによって、資源化されると述べている¹¹⁾。また、森山は生命維持のための「資源」である酸素は、心身のリフレッシュのためとか、美容と健康の促進のためとかといった目的で単位時間あたりいくらかの対価で提供されることにより、高次の「資源」として賦活されると述べている。すなわち、新たな意味付け・価値付けによって、資源がさらに高次の資源とされるプロセスが作用しているのである¹²⁾。

このように、資源は、その有用性が認識されない限り、資源とはならない。この有用性の認識は、認識主体によって異なり、認識を生み出す主体の戦略や、素材の組み合わせ、新たな意味づけなどによって、変化していくものである。

一方、1990年代以降、社会構築論的な立場からの文化資源に対する研究の関心が増加し、その中で、文化が「資源となる」プロセスに対する問いが発せられている。山下は、他の資源と同様、文化も何らかの目的のために、資源として使われるわけだから、文化資源とはなにかそこにあるものというより、ある社会的コンテキストにおいて文化が「資源になる」という動的な定義を導入することが必要であると指摘している。すなわち、ある社会的な構図のなかで、いかにして文化が資源になるか、そのプロセスはどのようなものが問われなければならない¹³⁾。さらに、文化資源化においては、資源と認識し意味づける主体が存在する。その主体は集団であれ、個人であれ、文化資源の生成と利用という構図全体のなかで、ある位置を取り、

その位置から文化資源を利用して、生きる場所を確保していく¹⁴⁾。

意味づけの主体としては、国際的、国家的、地域的など様々なレベルが存在する。たとえば、淡野は、世界遺産と観光に関する地理学的論稿において、世界遺産を認定するユネスコという国際機関、法律制定を行う国家、世界遺産の商品化を実現する地域や観光事業者など、さまざまな主体が資源化にかかわっていることを指摘している¹⁵⁾。また、イギリスのダラムにおける炭坑の再開発を扱った森は、炭坑夫たちの生活を含めたイングランド北東部の生活様式を展示するビーミッシュ野外博物館を設立するために、郷愁を喚起した国家、資金提供を行った各地方自治体、用地買収問題を解決した作業グループ、博物館構想案を提出した有識者、家庭に残った古いものを提供した住民など、各階層の主体が作用して資源化が行われた実態を解明している¹⁶⁾。さらに、淡野は、鹿児島県における黒豚のブランド化が、黒豚生産者や生産グループを主体としながら、地方自治体が組織的にかかわった実態を紹介している¹⁷⁾。国家、地方自治体、地域住民、経済主体以外に、メディアが資源化の主体となってきたプロセスに関して、研究が進められている。とはいえ、遠藤が指摘する通り、観光空間はメディアのみで創り出されるものではなく、観光業者、メディア制作者、行政、地域住民、観光客による輻輳した社会関係の中で作用している¹⁸⁾。

主体による意味の変化に関しては、上江洲による沖縄における海水浴場の形成と観光開発の研究がある¹⁹⁾。1972年本土復帰の恩納村では、県内企業は資産の保有を目的とする土地取引が多く、逆に、県外企業は観光開発を目的として土地買取を行った。この影響で、恩納村の海水浴場は沖縄県民のみのレジャー空間ではなくて、県外の観光客を対象としたレジャー空間への変貌していることを述べている。また、京都府美山町における里山の資源化を扱った堂下は、地域住民の生業としての里山が再生される過程で、行政、地域住民、観光業者、大学研究者などの各主体が、自分の立場で里山の資源を利用し生きる場所を獲得していることを分析している²⁰⁾。

このように、資源化する主体は単一ではなくて、複合的である。山下は、資源を所与のものとして静態的に扱うのではなく、「資源になる」という動的な契機から、「誰が、誰の＜文化＞を、誰の＜文化＞として、誰をめぐらして²¹⁾」資源化するのかという四重の問いに関する検討の必要性を指摘している。主体と素材の意味が変化するプロセス自体が問われなければならないのである。

本研究は、地域素材の資源化のプロセスを扱う上で、国家による地域資源開発支援事業を手掛かりとする。

地域素材を資源化するプロセスの中で、「地域住民が、自らの文化を、自らの文化として、外部者や観光客をめがけて」資源化するという前提は必ずしもふさわしくはない。ミクロな地域スケールにおいても、国家レベル、市場レベル、日常レベル²²⁾が複雑に交差しながら、資源化が進められている。特に日本においては、2007年の農林水産省・経済産業省の「農商工連携支援事業」や2010年の経済産業省の中小企業庁の「新連携に対する支援事業」や「新事業の促進・掘り起こし・ブランド化・販路開拓などの支援事業」など、国家の政策が、地域資源を開発するための支援事業を推進することが多い。このような国家の支援事業においても、国家が一方的に資源の開発をしているわけではないし、地域住民が全く受身で国家向けのみに資源を開発しているわけでもない。地域住民は、国家政策に対応しながら、自らの地域素材の中から資源を発見し、開発し、加工し、流通させている。

民俗学者岩本は、ふるさとの資源化と国家とのかかわり²³⁾について言及し、近年に、全国各地で繰り広げられる世界遺産の登録運動や、棚田や里山に象徴される文化的景観の保全活動をはじめ、スローライフやスローフード、あるいは癒しブームなどが、基本的に国の大きな政策転換に基づいていると述べている。岩本は、文化庁が推進したプロジェクトが、自治省、運輸省、通産省、国土庁との連携を通して、補助金が地方自治体に交付されることに言及しているが、文化庁以外の補助金がどのように資源化に結びつくかという実態に関しては、課題として残されている。

また、岩本は、国が唱える「まちづくり」とは、地域経済の活性化と地域アイデンティティの確立の二点に集約されると述べたうえで、「自主的・主体的な地域づくり」の促進を掲げている国家主導の政策が、必ずしも実体を伴う成果を上げていない現状を、佐渡を事例として分析している。本研究で扱う「誰が、誰の＜文化＞を、誰の＜文化＞として、誰をめがけて」資源化するのかという問いは、国家政策とのかかわりで解明する必要がある。

本研究は、以上のような問題意識のもとに、国家支援事業を介して、地域の素材が資源化される過程で、資源化の主体や地域素材の意味が変化していくプロセスを解明することを目的とする。

第2節 研究方法

本研究は、地域素材の資源化プロセス解明を行う目的ために、国家支援事業として、「地域資源∞全国展開プロジェクト（小規模事業者新事業全国展開支援事業）」を選択する。

経済産業省の中小企業庁 2006 年度からスタートした「地域資源∞全国展開プロジェクト」事業は、日本商工会議所、全国商工会連合会と各地の商工会議所²⁴⁾、商工会²⁵⁾が連携し、小規模事業者による全国規模マーケットを狙った新規事業開拓を支援し、小規模事業者の経営の向上を図ることを目的としたものである。

この支援事業の前提条件は①地域の資源を活用した取り組みであること、②地域内の複数の事業者などが参画した、地域を挙げた取り組みであること、③小規模事業者が参画していることである。申請事業は採択されるためには、地域経済の現状・課題と地域資源の活用が適切に関連づけられているか、地域資源の活用方法が明確化、地域の目指すべき姿や具体的目標が明確か、事業計画が目標実現するために適切なものになっているか、事業の実施により期待される効果を地域への波及効果なども含めて明確に認識して、それらが地域経済の現状・課題を適切に踏まえたものとなっているか、事業計画は十分具体的になっているか、既存の概念にとらわれない新しい視点を取り入れているか、事業と他の中小企業施策との連携が行われているか、専門家や参画事業者等、事業計画を実施するために必要な体制が整備されているか、事業評価及び今後の進め方を検討する仕組みが整備されているか、地域における人材育成の視点が入っているか、などが条件となる²⁶⁾。

すなわち、「地域資源∞全国展開プロジェクト」は、経済産業省中小企業庁という国家機関が、地域の小規模事業者に対して、地域内で連携しながら全国レベルで有益とみなされる地域素材を見出させ、それを自発的に資源化するプロセスが比較的明確に現れる支援事業であるとみなされる。

本事業は、主に市の区域にある商工会議所向けのものと、町村区域中心の商工会向けのものからなっている。2006～2008 年における、地域の商工会議所と商工会に向け、本体事業²⁷⁾を対象として、募集しているが、2009 年調査研究事業²⁸⁾を増設し、さらに、2010 年地域の魅力でおもてなし事業²⁹⁾を増加している。今まで、この支援事業が3つの実施事業になった（表1）³⁰⁾。本研究は、その中で、2009 年度の商工会、本体事業を対象として、日本全国各町村の地域素材の資源化プロセスを分析する。

表1 2006～2010 年度「地域資源∞全国展開プロジェクト」採択件数

項目 機関	2006 年度		2007 年度		2008 年度		2009 年度		2010 年度		
	本体事業	調査研究事業	本体事業	調査研究事業	本体事業	調査研究事業	本体事業	調査研究事業	本体事業	調査研究事業	おもてなし事業
商工会分	123	—	136	—	122	—	125	19	127	17	—
商工会議所分	84	—	97	—	72	—	66	11	69	27	12

(中小企業庁資料により作成)

本研究では、第2章において、2009年度における「地域資源∞全国展開プロジェクト」支援事業に焦点を当て、全国レベルで地域素材の資源化が進められた実態を分析する。本事業で、採択された取り組みを、形態別、素材別、コンセプト別などに分類を行い、それぞれの特徴を把握する。その過程で、この資源が、国、地域住民、来訪者など、誰にとって有益なものであるかを考察する。また、資源化するために用いられた用語にいかなる特徴があるかについて分析を行う。

以上のように、2009年度に採択された「地域資源∞全国展開プロジェクト」支援事業商工会分の本体事業の資源化に関する全国的な傾向を把握したうえで、第3章では、地域レベルにおける資源化プロセスを解明するために、三重県三重郡菰野町の「おかえりなさい、夕焼け空に赤トンボ舞うマコモの里へ」プロジェクトを取り上げて分析を行う。同プロジェクトは、2009年4月に「地域資源∞全国展開プロジェクト」支援事業として採択され、総額810万円の補助金をもとに、菰野町商工会が主体となって、役場、生産者、加工者、販売者、教育機関、住民などの連携によって実施された取り組みである。その内容は、菰野町の町名にゆかりのあるマコモを資源化し、マコモやマコモ加工品を菰野町の特産品化を目指すものである。

菰野町は三重県の北部、名古屋40km圏内にあり、西は鈴鹿山脈を分水嶺として滋賀県に接し、北はいなべ市、東と南は四日市市に隣接している(図1)。町域の西部は御在所山(標高1210m)を中心とする鈴鹿山脈の山々からなり、東部は三滝川、朝明川などの諸河川が形成した扇形地からなる。その三滝川の溪谷中には有名な湯の山温泉が存在する。また、菰野町の面積のほぼ4割にあたる西側半分は1968年に鈴鹿国定公園に指定されている。町域は東西13km、北南10.6kmに及び、面積は107.2km²である。地目別に見ると、山林原野54%、農地23.5%、雑種地8.4%、宅地4.4%、池沼その他9.7%の割合になっている³¹⁾。2010年において、人口41,058、世帯数14,802を有する³²⁾。

野町商工会経営指導員、道の駅菰野ふるさと館、湯の山温泉協会、旅館蔵之助の若女将（女将の会副会長）などに聞き取り調査を行った。これらの手段によって収集したデータをもとに、菰野町の資源化プロセスの解明を試みた。

注・参考文献

- 1) 西山外三・住田昌二・片寄俊秀（1961）観光開発の基本問題, 日本建築研究学会研究報告, 57, p. 119.
- 2) 西山外三（1968）『地域空間論』勁草書房, p. 472.
- 3) 津田昇（1969）『国際観光論』東洋経済, p. 75.
- 4) 尾家建生（2009）観光資源と観光アトラクション, 大阪観光大学紀要, 9, p. 13.
- 5) 岡本伸之・越塚宗孝（1978）「第5講観光対象と観光資源」前田勇編著『観光概論』学文社, p. 42.
- 6) 河村誠治（2008）『新版・観光経済学の原理と応用』九州大学出版社, pp. 55～56.
- 7) 小口千明（1985）日本における海水浴の受容と明治期の海水浴, 人文地理, 37, pp. 23-37.
- 8) この有用性の認識は、すべての人に同程度に共有されているわけではない。池永は雲仙地獄地域における豊富な観光素材が、観光客と住民によって大きな差異が存在することを指摘し、資源の意味が、認識主体によって異なることを示している。池永正人（2009）雲仙地獄の観光資源性, 温泉地域研究, 12, pp. 13～20.
- 9) 神田孝治（2001）南紀白浜温泉の形成過程と他所イメージの関係性, 人文地理, 53, pp. 431-451.
- 10) 田林明・淡野寧彦・横山貴史・吉田国光（2008）那須地域における農村空間の商品化による観光発展の可能性, 地理空間, 1-2, pp. 83～112.
- 11) 内堀基光（2007）「序—資源をめぐる問題群の構成」内堀基光編『資源と人間』弘文堂, p. 24.
- 12) 森山工（2007）「文化資源 使用法 殖民地マダガスカルにおける「文化」の「資源化」」山下晋司編『資源化する文化』弘文堂, pp. 66-67.
- 13) 山下晋司（2007）「序—資源化する文化」山下晋司編『資源化する文化』弘文堂, p. 15.
- 14) 同上, p. 19.
- 15) 淡野明彦（2008）世界遺産と観光に関する地理学的アプローチ, 地理空間, 1-2, pp. 114～127.

- 16) 森正人 (2009) 「イギリス・ダラムにおける産業遺跡化と記憶の発掘」 神田孝治編著『観光の空間—視点とアプローチ』ナカニシヤ出版, pp. 56～66.
- 17) 淡野寧彦 (2009) 鹿児島県における黒豚のブランド化にみる豚肉供給産地の性格, 地理空間, 2-2, pp. 133～151.
- 18) 遠藤英樹 (2009) 「メディアテキストとしての観光」 神田孝治編著『観光の空間—視点とアプローチ』ナカニシヤ出版, pp. 166～175.
- 19) 上江洲薫 (2009) 「沖縄における海水浴場の形成と観光開発」 神田孝治編著『レジャーの空間—諸相とアプローチ』ナカニシヤ出版, pp. 253～261.
- 20) 堂下恵 (2007) 「里山の資源化——京都府美山町の観光実践より」 山下晋司編『資源化する文化』弘文堂, pp. 273～302.
- 21) 前掲 13) , p. 18.
- 22) 前掲 13) , p. 17.
- 23) 岩本道弥 (2007) 「現代日本の文化政策とその政治資源化」 山下晋司編『資源化する文化』弘文堂, pp. 239～272.
- 24) 商工会議所とは、商工業の改善・発展を目的として、市など一定地区内の商工業者によって組織される自由会員制の公益経済団体である。管轄する官庁は経済産業省経済産業政策局である。商工会議所法と根拠し、地域の総合経済団体として、中小企業支援のみならず、国際的な活動を含めた幅広い事業など国際的活動を行っている。
- 25) 商工会とは、町村などの地域内商工業者の経営の改善に関する相談とその指導、地域内経済振興をはかるための諸活動及び社会一般の福祉の増進に資することを目的として、幅広い活動を行っている団体である。管轄する官庁は経済産業省中小企業庁である。商工会法を根拠し、経営改善普及事業などの小規模事業施策に重点を置くとなっている。
- 26) 平成 21 年地域資源∞全国展開の募集について
<http://www.sobetsu.net/zenkokutenkai/21-zenkokutenkai-t.pdf> (2010 年 6 月 15 日閲覧)
- 27) 本体事業は、地域資源を活用し、新商品・観光開発を目指す事業である。(平成 22 年度地域資源∞全国

展開プロジェクトの募集開始 <http://www.jcci.or.jp/news/2010/0208150011.html> (2010年6月15日閲覧)。

28) 研究事業は、地域の意識醸造やマーケット調査、次年度の本体事業実施を視野に入れ事業計画の策定を行う事業である。(同上)。

29) おもてなし事業は、地域資源を活用した複数の特産品、観光資源などを束ねて一定期間に集中的に行う新たな集客型の販路開拓又は普及に関する事業を行う事業である。(同上)。

30) 平成19年度「地域資源∞全国展開プロジェクト」233件のプロジェクト決定 報道発表 (METI/経済産業省) <http://www.meti.go.jp/press/20070509004/20070509004.html> (2010年6月16日閲覧)。

平成20年度「地域資源∞全国展開プロジェクト」の採択について

<http://www.meti.go.jp/press/20080421003/20080421003.html> (同上)。

平成21年度「地域資源∞全国展開プロジェクト」を採択～平成21年度支援プロジェクト221件がスタート～<http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/chiiki/2009/090423ChiikiShigen221CasesStart.htm> (同上)。

平成22年度地域資源∞全国展開プロジェクトの採択先決定について

<http://www.shokokai.or.jp/top/Html/shinko/shinko-282.htm> (2010年6月19日閲覧)。

22年度地域資源∞全国展開プロジェクト (おもてなし事業等) 12件の採択を決定 - 日本商工会議所

<http://www.jcci.or.jp/news/2010/0528143003.html> (同上)。

31) 菰野町教育委員会(1987)『菰野町史』(上巻) 三重県三重郡菰野町, p. 3.

32) 菰野町住民課の資料による。

33) 菰野町総務課資料による。

34) 『中日新聞』「「名湯」と「名峰」を結ぶ2つの Gondola 駅」という記事を掲載 (2008年7月18日 12版)。

35) 1950年代までは、温泉保養時代である。1961年代から1970年代までは大衆温泉観光時代である。1980年代から1990年代前半までは、最盛期である。1990年代以降は、再編期である。前掲10)、p. 86.

第2章 2009 年度「地域資源∞全国展開プロジェクト」事業の全国展開

第1節 事業概要

本章では、2009 年度「地域資源∞全国プロジェクト」事業に採択された商工会分の本体事業¹⁾（以下で本事業と称する）における資源化の生成する要因を分析する。そのために、本事業で採択された事業は、43 の都道府県の 155 の商工会・商工会連合会による 125 件の取り組みである（補遺 1）。

2009 年度に採択された事業は、2006～2008 年度よりも、第一次産品及びその加工品商品化が増加し、観光開発が減少した。本事業案件は、2009 年 3 月制定した全国商工会『地域資源∞全国展開プロジェクト《実践ガイドライン》』2006～2008 年度の採択された本体事業の特性により、①第一次産品及びその加工品商品化（第一次産品そのものの商品化・第一次産品の加工食品等の商品化・飲料・酒の商品化）、②観光開発（単一の町村の観光新コース・広域の観光新コース・産業観光の開発）、③伝統工芸品の商品化（工芸品・生活雑貨などの商品化）、④地域ブランドの開発、⑤その他、に分類されてきた。同じ基準を用いて、2009 年度の 125 件事業を分類すると、最も多いのは第一次産品を活用した商品開発であり、2006～2008 年度と比べてその比率が大幅に増加した（表 2）。

表2 2009年度と2006～2008年度本体事業実態一覧

特性格別分類	2009年実態*		2006年～2008年実態**	
	件数(件)	(%)	件数(件)	(%)
①第一次産品及びその加工品商品化	56	45	99	26
②観光開発	44	35	160	42
③伝統工芸品商品化	9	7	34	9
④地域ブランドの開発	11	9	61	16
⑤その他	5	4	27	7
合計	125	100	381	100

(※2009年度採択された125件商工会分の本体事業により作成)

**地域資源∞全国展開プロジェクト <http://feelnippon.jc.or.jpshiryo.php> による引用。

第2節 何を資源とするか

本事業を採択されるためには、各地域商工会が、地域の特色・魅力を表わし、地域住民にとっても認知度が高い地域資源を選定し、活用することが必要である。

1. 素材からみた資源

資源化される対象として選定された地域素材には、自然環境、農林水産物、加工品・工芸品、複合観光素材などがある。

資源化のために用いられている素材としては、自然環境要素が頻繁に現われる。滋賀県安土商工会による琵琶湖内湖である西の湖に育成するヨシ原（「安土エコによし！西の湖ヨシ・プロジェクト」）、同県の栗東市商工会の山林、長崎県長崎南商工会の軍艦島など、さまざまな自然環境要素が素材として用いられている。

活用された農産物の事例は、茨城県那珂市商工会による、那珂市の花「ひまわり」（「なかよしハートひまわりプロジェクト」）、鳥取県鳥取市東商工会の「砂丘らっきょう」と「20世紀梨」（「農商工連携・鳥取砂丘

魅力アップ事業))、奈良県王寺町・河合町商工会の「大和野菜」(「大和野菜を使った産学連携による西大和特産品開発」)、三重県菰野町商工会の「マコモ」、香川県琴平町商工会の「ニンニク」などがある。

水産物には、北海道の福島町商工会の「真昆布」(「日本料理のつなぎ役・昆布がつなぐ地域農水商工連携」)、三重県志摩市商工会の「真珠」(「小さくてもきらりと光るアウトレットブランド開発事業」)や、佐賀県太良町商工会の「牡蠣」、岡山県浅口商工会の「イシモチ」などがある。

資源化された林産物には、奈良県黒滝村商工会の「木材」(「吉野材を活用した教育、福祉、環境関連製品の開発と温もりプロジェクト」)の事例がある。

地域加工品としては、広島県商工会連合会の「広島らしさを表現した焼きそば」(「広島の鉄板文化から生まれた焼きそば(ひろしまやきそばぶちうま)の全国展開」)、埼玉県日高市商工会の「高麗鍋」(「高麗郡1300年記念事業」)、島根県の吉賀町川本町商工会の「西条柿アイスクリーム」、(「川本町リーディング商品開発プロジェクト～西条柿アイスクリームDE活性化～」)、岡山県商工会連合会の「岡山 手みやげ」、熊本県阿蘇市商工会の「だご汁」などがある。

工芸品としては、群馬県みなかみ町商工会の「伝統木製品」(「木のまちみなかみプロジェクト」)、香川県高松市牟礼庵治商工会の「調理器具」(「地域資源を活用した調理器具とオリジナルメニューの開発プロジェクト」)などがある。

このような観光素材は、単独で用いられるだけではなく、多様な組み合わせとして用いられることが多い。たとえば、鹿児島県霧島市商工会は、「医＋観光＋食で癒しの里霧島構築事業」として、霧島温泉郷独特の地表より吹き上がる蒸気を冷やし、ミスト感覚たっぷりの新しい温泉のスタイル「蒸気蒸し温泉」を霧島観光の目玉とし、ストレスの解除や健康維持への取り組みで癒しの里霧島を構築しようとしている。また、香川県高松市小豆島町商工会は、2008年度経済産業省『近代化産業遺産』の認定を受けた日本最大級の醤油蔵群を地域資源として生かして、醬の郷ブランドの宿泊プラン造成し、特産品開発に取り組み、地域ブランドを確立し、地域産業の活性化と雇用創出を試みた(近代化産業遺産=醬の郷を生かした瀬戸内の島活性化プロジェクト)。また、千葉県山武市商工会による、イチゴ狩りなどの味覚狩りというフルーツ・ツーリズムを目指す。(「フルーツ天国さんむ地域ブランド化事業」)、あと、静岡県御前崎市商工会の「マリンスポーツ観光地」などがある。

以上、資源化に用いられる素材は、自然環境要素、農産品、水産品、林産品、加工品、複合素材など、多様である。

2. ソフトとハードからみた資源

地域素材の資源化の中には、沖縄県宮古島市伊良部商工会の「伊良部島と宮古島を結ぶ架橋」や鳥取県の若桜町商工会の「若桜鉄道」や愛媛県愛南町商工会の「柑橘」など、ハードを前面に打ち出したものもあるが、大多数はハードよりも、健康志向、安全安心「食」、自然派志向、体と心の癒し、心のふるさと、おもてなしサービス、地産地消、福祉と教育の水準向上、経済効果、雇用効果など、ソフトの側面を前面に打ち出し、地元住民と外来者に向けて、精神的な価値を強調している。

ソフトの側面を打ち出したプロジェクトの事例として、鹿児島県与論町商工会による、「癒しの島与論の実現」を目指す「地元素材でつくるエッセンシャルオイルと基礎化粧品」事業がある。また、高知県梶原町商工会による「生活者参画型・エコで美味しい食づくりプロジェクト」では、地域の食を資源に、生活者と共同で、環境にやさしい、身体にやさしい、心にやさしい加工品を開発し、四万十川源流域の「環境モデル都市」の環境保全型産業の創出を図っている。青森県おいらせ町商工会の「おいらせ KIYORAKA ー野菜スイーツとアグリツーリズム開発」事業では、太平洋冷風を生かした低農薬で安心安全な野菜と農業農村体験を開発している。また、秋田県の北秋田市・仙北市商工会の「秋田内陸線で行くマタギの里と桜の街じゃんご（田舎）旅！！」では、病める都会人などへ「癒し」と「体と心の健康」をテーマにした観光ルート開発し、観光誘客の増加を図った。

3. 既存の素材と新たに掘り起こされた資源

地域素材が資源化されるうえで、すでに価値が認められている素材を活用する場合と、従来見過ごされてきた素材に新たに価値を創造する場合がある。

本事業のなかで、多くの素材はもともとそのものの価値を持っている。例えば、世界遺産や温泉や地元住民日常生活している場所や生産する食料などである。これらの素材に健康志向、経済効果、文化効果などの付加価値を付け、より範囲が広く、高次の資源としたり、意味の異なる資源に変容させたりした。たとえば、

和歌山県本宮町商工会の「世界遺産熊野古道の資源を活用した着地型プランの開発と全国展開」では、熊野古道資源を活用し、「蘇り・導き・癒し」をテーマに平安衣装結婚式・記念日プランなどの着地型観光の開発を地元事業者と連携で実施し全国展開を目指す事業である。また、佐賀県嬉野市商工会の「“Japan Beauty URESHINO” 美肌浸透事業」は、年々減少が続いている嬉野温泉を“美肌の湯”としての泉質を前面に推し出した、女性向け〔BIHADA〕連泊滞在旅行商品づくりを行う事業である。また、和歌山県日置川町商工会の「体験教育旅行民泊の里構築と御当地グルメ（B1）挑戦」事業では、「民泊」に教育旅行を意味付け、静岡県雄踏町商工会の「夜の観光漁」による、「漁業」に観光を価値づけ、青森県南部町商工会の「菊」にも、「南部藩発祥地」のイメージを付関連づけなど新たな価値を付けている。

従来見過ごされてきた素材に新たに価値を創造する事業では、地域事業者や住民が社会トレンドや消費者のニーズに従った素材の掘り起こしが行われた。中には、有害のものや廃棄物などの素材を利用して、新たな意味・価値を付け、資源とする事例もある。たとえば北海道商工会連合会の「有害から有用へエゾシカの地域資源化プロジェクト」では、最初が農業被害抑制のために、地域に生息する有害獣エゾシカを有効に活用したエゾシカ肉料理や缶詰など各種商品の開発及び販路開拓を支援した。そのことにより、北海道の新たな地域資源として、エゾシカの地位の確立を目指している。また、岡山県岡山西商工会の「農商工連携で廃棄物を地域の宝に～乳清を使ったオリジナル商品開発～」では、地元牧場廃棄物乳清に着目して、他の地域にない独自性の高い特産品を開発し、販路開拓に取り組んで、乳清関連商品を地域ブランドに育てている。さらに、北海道大空町女満別・東藻琴商工会の田園体験滞在型観光の開発、埼玉県鷲宮町商工会の「萌え文化」を核とした観光資源創造などの事例もある。

第3節 資源の伝統性と現代性

地域素材は、伝統性を打ち出すことによって資源化される場合と、現代性を打ち出すことによって資源化される場合がある。

1. 伝統性を活かした資源

歴史遺跡を用いた資源化の例としては、愛知県の新城市商工会の「江戸時代の交易拠点『山湊馬浪』復活プロジェクト事業」がある。江戸時代交易拠点として栄えた姿の比喻「山湊馬浪」を復活させるべく、行き交い浪に例えられた馬を現代に荷車軽トラックに置き換え、広域物流を呼び戻すことにより新城ブランドを全国に発信するものである。また、同県の豊明市商工会の「桶狭間の合戦・開戦450年と心やすらぐ十三仏路の旅全国発信」事業は、民間信仰として、鎌倉から室町時代に始まり、現在稀少となっている十三仏巡りを、桶狭間の合戦・開戦450年を迎える2010年を前に、豊明十三仏路の旅として開創している事業である。

また、伝統工芸、伝統文化を利用したもとして、兵庫県の但東町商工会による「但馬縮緬を活用した若者向け商品開発・販売開拓事業」がある。但馬縮緬用の小幅織機を扱う業者が60件程度存在する但東町において、需要が低下している和装事業を、ファッションマーケットに結び付けることによって活性化させ、雇用を創出することを目指している。また、徳島県商工会連合会の「AWA大谷焼の新たな産業分野への開発プロジェクト」事業では、「伝統的工芸品」に指定されている大谷焼きの持つ工芸品としても魅力、資材としての機能面の優位性を生かし、異業種と連携により業務用機器・建築資材の試作及び仕様設計を行う試みがなされている。

これらの地域素材は、「伝統」という名のもとに資源化を行うものであるが、実際には過去の「歴史的事実」を活用し、新たな「伝統」を創造するものである場合が多い。

2. 現代性を活かした資源

伝統性を活用した資源化の試みがある一方、大多数のプロジェクトは、体験型、健康型の新しい時代のニーズに応えることによって資源化を図るものとなっている。

体験型資源の事例は、茨城県鉾田市旭商工会の「ツリーハウスを活用した体験型プログラム（農・林・漁）の開発」、埼玉県長瀨町商工会「天下の勝地、長瀨ルネサンス計画」では、着地型体験観光事業を開発していること、島根県まつえ南商工会の「美肌効果姫神のぐるめ特産品開発、観光開発事業」による、神話ルート観光など新たな参加体験型の交流プログラムを開発する。

健康型資源として、三重県松阪西部商工会の「奥松阪（香肌峡）の自然と農林資源特産品の全国発信事業」では、観光資源として潜在能力の高い香肌峡・奥香肌峡にきれいな水と空気に育まれた高原野菜・山菜・材

木などの農林資源を加え、奥松阪ブランドで統一して、全国発信を行っていく事例がある。また、福岡県みやま市商工会「歩くんです！みやま市～ウォーキングと健康の里づくり」では、「健康の里」をテーマに「歩く」ことに特化したヘルスプロモーションの商品作りと健康な食を開発している。さらに、鹿児島県喜界町商工会の「喜界島の特色ある作物を使った健康志向の特産品開発」事業や長崎県木曽町・木祖村商工会の「体と心の解毒事業～1泊2日でリセット、都市部在住者に体と心の美・健康を提供～」事業、福島県三和町商工会の「農商工連携で「郷土の味」が健康・人気メニューへ大変身！」事業など、健康型資源を扱った取り組みは多い。

すなわち、現代における創られた資源として、体験型、健康指向型など、社会と観光客の現代的ニーズに対応する取り組みがある。

第4節 誰のための資源か

前述のように資源化された素材が多種多様存在している一方、資源化の対象も多様である。本研究では、以下の3つの資源化の対象を分析し、各々の立場にとっての資源の意味を考察する。

1. 政府にとっての資源

「地域資源∞全国展開プロジェクト」事業に採択されるためには、本プロジェクトが求める前提条件や審査基準を満たすように、各地域の商工会は、資源化の意味づけを行う。すなわち、商工会は「政府にとっての資源」を探りながら、申請書を作成することになる。すなわち、この支援事業の前提条件である①地域の資源を活用した取り組みであること、②地域内の複数の事業者などが参画した、地域を挙げた取り組みであること、③小規模事業者が参画していること、の三要件を満たすべく、商工会は政府にとっての資源を探り求めるのである。

「地域の資源を活用した取り組みであること」という前提に対して、北海道のエゾシカ、昆布、三重県の真珠など、すでに地域特有とみなされている資源や、静岡県以西の湖、和歌山県の熊野古道、鹿児島県の霧島温泉などの固有名詞などは、商工会が改めて意識することなく「地域資源」と認められやすい要素である

う。これらに対して、北海道の田園、小麦、青森県の米、野菜、菊、秋田県の鉄道、福島県の醸造業、群馬県の梅、千葉県のフルーツ、新潟県の枝豆、岡山県の手みやげ、広島県の焼きそば、香川県のニンニク、宮崎県の豚タンなどは、必ずしもその地域特有のものとも言い難いが、この支援事業への申請を通して、各商工会が「地域特有」という潜在的価値を、政府の要求に応える形で新たな意味づけを付与しているものと考えられる。

「地域内の複数の事業者等参画したこと」という前提を満たすために、北海道福島町商工会の農水商工連携や、宮城県女川町商工会の生産者と町内飲食店の連携、長野県坂城町商工会の農・商・工・観光連携など、異なった産業分野の連携が行われたり、北海道の清里町商工会の官民協働、奈良県王寺町・河合町商工会の産学連携などの複数事業者の連携が行われたりしている。また、北海道の大空町女満別と東藻琴商工会では、2つの商工会・観光協会・農漁業者などが一体となってプロジェクトを行っている。これらの連携の中には、すでに存在した連携もあるが、本支援事業への申請のために、政府が提示した前提に合致するように新たな連携を立ち上げた事例もあるものと思われる。

一方、「小規模事業者が参画していることである」という前提については、高知県梼原町商工会の小規模事業者によるプロジェクトチームが中心とした事業、静岡県商工会や岐阜県古川町商工会のように地域小規模事業者の有機連携を行う事業など、さまざまな事例はあるが、本来商工会は小規模事業体の連合体であるために、本支援事業への申請のために、新たな努力を行う度合いは他の前提よりも低いものと思われる。

これらの、前提条件に加えて、採択のために提示された基準を満たすために、政府に向けたアピールを行った事例が散見される。たとえば、愛知県新城市商工会の「全国に発信する」、静岡県伊豆市商工会の「ブランド化を目指す」、福井坂井商工会の「地域資源の認知度向上を図り、地域活性化を目指す」、三重県松阪西部商工会の「過疎化・高齢化・就業機会減少など地域課題の解決」、兵庫県南あわじ市商工会の「全国への販路開拓事業」、岡山県備前東商工会の「地元小規模事業者（民宿・土産店・旅客業）の売上二割増を目指す」、鹿児島県与論町商工会の「観光客10万人並びに定住人口の増大」などは、「事業の実施により期待される効果を地域への波及効果なども含めて明確に認識していること」という基準を満たすことを意図している事業だと考えられる。また、茨城県鉾田市旭商工会「ツリーハウスを活用した体験型プロジェクト（農・林・漁）の開発」事業は「地域人材有効活用」という基準を満たすことを意図し、熊本県あさぎり町商工会の「あさ

ぎりまると体験ツアー作成プロジェクト」は交流人口増加により、地域住民の意識改革・人材育成を実現することを目指すことによって、「地域における人材育成の視点が入っていることが入っていること」という基準を満たそうと意図している。

2. 地域住民にとっての資源

本支援事業によって資金を得るためには、政府の要求を満たす必要はあるが、地域住民にとって、その資金によって自らが益することが重要な関心事である。すなわち、支援事業への採択が、地域住民にとって価値ある資源化に結びつくことが意図されているのである。宮崎県の豚タン商品開発、北海道のエゾシカ商品化など新たな素材の資源化を目指す事業者は少数存在するが、大部分の取り組みは、従来の地産物を生産、加工、販売を継続するものとなっている。すなわち、多くの地域住民にとって、従来の経済活動の延長線上に付加価値を見出す意味での資源化が進められている。

地域住民にとって、持続利用可能性や安全志向といった付加価値を「自分たちの益」ととらえるか「政府への要求を満たすため」と満たすかに関しては、より詳細な分析が必要となるが、少なくとも資源化推進に対する抵抗は小さいものと考えられる。たとえば、宮城県大崎商工会が、従来生産してきた大豆加工品を改良し、市場性の高い「安心安全自然派志向」で持続性の高い特産品開発を行ううえで、大豆生産農家の支持を得ることが容易であったことが推察される。また、北海道清里町商工会の地産小麦「春よ恋」を活用して、「新たな地域ビジネス」の試行により地域自立を目指すことや、愛知県東郷町商工会のイチジクや古代米を使って地域ブランドを構築し全国に発信すること、兵庫県南あわじ市商工会の淡路玉葱を活用した軽食メニュー・オニコロシシリーズ商品の開発、製造、販売システムの構築による全国への販路開発事業なども、支持を得やすい事業であったと思われる。

地域住民にとって、直接的な利益を得ることばかりではなく、地域アイデンティティの再構築も重要な要素であったと思われる。たとえば、愛知県稲武商工会は、上質なブルーベリー栽培を通して「ブルーベリーの里」という地域づくりを目指している。埼玉県鷲宮町商工会は、アニメーションのロケ地としての経験を生かし、鷲宮独自の資源である人的ネットワーク・知識を用いて、映像作品を通した「萌え文化」を打ち出そうとしている。また、長崎県南島原市商工会は、「俺達」を意味する方言の「おいたち」を用いて、「おい

たち自慢そうめん」という名称を生み出している。さらに、福井東商工会の「繊維加工技術」、群馬県みなかみ町商工会の「木製品の伝統工芸技術」、石川県能登鹿北商工会の「田鶴浜建具の技術」など、地域の伝統文化・技術を継承することにより、地域アイデンティティを強化しようとした取り組みもある。

3. 観光客・消費者にとっての資源

地域が支援事業を通して獲得した資金を用いて、永続する資源を開発する上で、政府の基準を満たすことや、地域住民を満足することを越えて、「観光客や消費者にとっての資源」といった市場の視点が不可欠である。支援事業に採択された取り組みの中には、観光客や消費者のニーズをとらえようとしたものがみられる。

現代の観光客のニーズの一つとして、社会参加型や地域交流型の観光がある。すなわち、従来の「見る」という単純な行為だけでなく、進んで、地域の個性的文化状況とその内実を見、それに触れ、参加し、交流することによって日常とは異なる体験（非日常性の体験）を得ることへと範囲は拡大している。

たとえば、鳥取県日野町・日南町商工会は、歴史的背景、保存状態の良い釜遺跡、日本一といわれた近藤家と10万点以上の古文書を観光資源として開発し、「学ぶ」という体験の資源化を試みている。静岡県御前崎商工会は、マリンスポーツ体験観光を通して、「遊び・する」の側面を強調している。また、愛知県のイチジクジャム、岡山県の手みやげ、島根県の伝統工芸品、宮崎県の豚タン商品、鹿児島県の調味料、群馬県のワインなど「買う」の方面から考えた資源や、エゾシカ料理、昆布使った料理、高原野菜、高麗鍋、だご汁など「食べる」の側面を考えた観光資源なども開発されている。

体験型資源以外には、「安心安全」、「健康志向」などの現代的消費者ニーズに応えようとした取り組みもある。たとえば、青森県の低農薬で安心安全な野菜、福島県の郷土の味、愛知県の日本人を元氣する特産品、岡山県的美容関連商品と機能性食品、高知県のセラピー効果食品などの事例がある。

このように、現代の観光者と消費者のニーズに合わせて、観光客や消費者にとっての資源化を目指す立場も、重要な要素の一つとなっている。

第5節 資源化のための用語

全国各地に展開する「地域資源∞全国展開プロジェクト」採択事業は、地域素材ばかりではなく、その素材を表現する単語やフレーズなどを通して、付加価値を創出している。すなわち、資源化は、素材自体の開発ばかりではなく、言葉を通しても行われるのである。本節では、プロジェクト採択事業に用いられている用語の分析を通して、言葉を通じた資源化の実態を考察する。

資源化に用いられた用語としては、①地域の優越性をアピールする用語、②消費者の購買意欲を刺激する用語、③政府にアピールする用語がある（表3）。以下それぞれの項目に関して、分析する。

表3 2009年度「地域資源∞全国展開プロジェクト」本体事業（商工会分）採択案件用語分析

対象	キャッチフレーズ	プロジェクト名から	実施概要から
地域の優越性をアピールする		木のまち 天下の勝地 フルーツ天国 足柄物語「あしがりの郷」 古来原種 繊維王国福井 蔵のまち 全国唯一 日本一のみかんの里 ブルーベリーの里 マコモの里 民宿の里 清流日本一 希少柑橘 健康のさと 赤ブランド 豊食の里 自慢 豚タンのまち 牧水の里 志のまち 鹿児島黒創造 恩納ブランド 琉歌の里おんな	地域3大料理 県内でも有数 全国的に有名 太平洋の冷風をいかした野菜 南部藩発祥地 小国ブランド 地域の高原野菜 地域ブランド 独自の価値観 ユニークな活動 長寿の里 湘南のリビエラ 地域冷涼の気候 町名由来 世界有数 地域象徴 全国に通用する 全国一位の畜産都市
消費者の購買意欲を刺激する		心と体の健康 田舎 郷土の味 人気ハート 美人になろう こころとからだのうおう 体と心の解毒 江戸時代の交易拠点 こころやすらぐ 日本人を元気にする特産品 自然 おかえりなさい 夕焼け空に赤トンボ舞う 山の贈り物 若者向け 夢と温もりの郷 大和野菜 体験教育旅行 医食住 レトロ 美肌効果 地産小麦 田んぼアートのいなか村のワイン 地場農産物	田園体験滞在型観光 ふれあい里 安心安全な野菜 アグリツーリズム すばらしさ てづくりほんもの 自然派癒し 美と健康 ふるさと キャラクター 伝統工芸技術 萌え文化 フルーツ・ツーリズム 健康増進 通年性体験 観光地 栄養価値高い きれいな水と空気 滞在型医療システム 神話ルート 四季それぞれの楽しみ方 魅力 エコ 美味しい 歌人若山牧水生誕の地 ミスト感覚 ストレス解散
政府にアピールする		農水商工連携 農商工調和 地域元気創造 パワー融合 新観光産業創造 国際価値向上 自立化 低炭素社会実現 元気アップ 産学連携 地域活性化	財政再構築 雇用創出 全国に向け販路連携強化 安定供給 国内外で販売 低迷する観光客を呼び込む 戦略視点 官民一体 基幹産業の復興 収益性 地域一体化 ブレンドの認知向上 全国浸透 村民全員が観光に携わる

（2009年度「地域資源∞全国展開プロジェクト」を採択された本体事業（商工会分）により作成）

1. 地域の優越性をアピールする用語

地域の優越性をアピールする事例として、静岡県三ヶ日商工会の「日本一のみかんの里」、福井県福井東商工会の「繊維の王国福井」、静岡県雄踏町商工会の「全国唯一・夜の観光漁」など、「日本一」、「王国」、「唯

一」などの用語がある。

また、神奈川県二宮町商工会の「長寿の里」、岐阜県古川町商工会の「蔵のまち」、愛知県稲武商工会の「ブルーベリーの里」、宮崎県高城町商工会の「豚タンのまち」、三重県菰野町商工会の「マコモの里」、千葉県山武商工会の「フルーツ天国さんむ」、和歌山県日置川町商工会の「民泊の里」など地域の特徴や産物を名称として用いる事例もある。

また、福岡県赤村商工会の「赤ブランド」、鹿児島県志布志市商工会の「黒新商品」、青森県南部町商工会の「南部藩の発祥地」、沖縄県恩納村商工会の「恩納ブランド」、島根県吉賀町商工会の「清流日本一の高津川」、などのブランドを意識した表現も散見される。

さらに、青森県おいらせ町商工会の「夏に吹く太平洋の冷風」、神奈川県二宮町商工会の「湘南のリビエラ」、新潟県下田商工会の「山岳地域」、愛知県稲武商工会の「地域冷涼の気候」など、地理的位置と気候を強調することによって地域性を表現する用語もある。

2. 消費者の購買意欲を刺激する用語

本事業のキャッチフレーズには、観光客に対して、健康、美、癒しなど観光客・消費者が欲しい観光地のイメージを考えて、作られたものがある。観光客・消費者はこの地域まったく知らない時、地域イメージがとても大切である。ある意味で、観光客は媒体では現れるイメージを検証するために、訪れるといえる。だから、このキャッチフレーズは各階層、各年齢層の観光客・消費者のニーズに対応して把握している。例えば、岡山県阿哲商工会の「医・食・住で健康のまち新見づくりプロジェクト」では、「新見で健康になろう」の用語を使った。北海道当別町商工会の「健康的なおためし暮らし in 当別町～心と体の健康づくり～」では、「心と体の健康づくり」を使った。群馬県安中市商工会の事業では、「女性たちの美と健康に対する」の用語と兵庫県但東町商工会では、「若者向けの商品開発」の言葉がある。また、長崎県の本曾町・本祖村商工会では、「体と心の解毒事業」も用いる。

3. 政府にアピールする用語

政府が支援事業政策を制定し、全国各地域の地域資源開発を目的とする本事業の申請のために、「地域の官

民学の連携」、「地域産業の活性化の推進」、「雇用創造」、「収益向上」など、政府向けのアピールを意識したと思われるフレーズが多くみられる。たとえば、北海道清里町商工会『地産小麦「春よ恋」清里へ「人よ恋」・パンと触れ合い里づくり』事業では「官民協働」を、宮城県みやぎ仙台商工会の事業では「人材育成・住民の誇りや自信」を、山形県小国町商工会の事業では「農商工連携」をアピールしている。また、群馬県みなかみ町商工会の事業では、「低迷する観光客を呼び込む」、石川県能登鹿北商工会の事業では「地域経済力の再生」、滋賀県栗東市商工会の事業では、「低炭素化社会形成」、兵庫県南あわじ市商工会の事業では、「全国への販路開拓」、奈良県王寺町・河合町商工会の事業では、「産学連携」などの政府に向ける用語を用いている。特に「農商工連携」という用語は本事業の中で、約 20 回出現している。これは、2007 年に農林水産省と経済産業省「農林水産業・商業・工業等の産業間での連携（『農商工連携』）促進等による地域経済活性化のための取組について」が公表されたことに対して、各地域が積極的に応えている事例であると思われる。

注・参考文献

- 1) 平成 21 年度「地域資源∞全国展開プロジェクト」を採択～平成 21 年度支援プロジェクト 221 件がスタート～<http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/chiiki/2009/090423ChiikiShigen221CasesStart.htm> (2010 年 6 月 20 日閲覧)

第3章 菰野町における地域素材の資源化

本章では、地域素材資源化するプロセスを、三重県菰野町商工会が採択された「おかえりなさい、夕焼け空に赤トンボ舞うマコモの里へ」プロジェクトを事例として、マコモ栽培農家、菰野町商工会、商工会会員事業者、菰野町役場、学校、販売事業者など、主体によって、どのような素材が誰に向けて、どのような意味付けが行われているか、事業の展開の経緯を追跡することによって考察する。

第1節 農家によるマコモ栽培再開の経緯

1. 地域素材「マコモ」とは

本プロジェクトにおいて、中心的な地域素材はマコモである。

菰野町は、郷土史家によると「古代の菰野は「伊勢国三重郡葦田郷^{あしたごう}」の中の薦野（こもの）で、原初はマコモが生い茂る野原であったことによる。先祖がこのマコモの原野を鋤入れして開墾し、村づくりをはじめた。」とあるように、菰野町の名はマコモから由来したものといわれている¹⁾。

菰野町で育てるマコモは、一般的にコモガヤ、マコ、チマキグサ、カミツなどと呼ばれ、日本では「古事記」や「日本書紀」にも登場する。古代では実を粥とした、葉を食用とした歴史のある植物であり、現在でも、池、川岸などの水辺に群生しているイネ科の歴史のある多年草である。新芽にマコモ黒穂菌が寄生すると、茎が肥大化し、白い竹の子のようなマコモタケ（図2）になる²⁾。マコモは、健康食品として注目され、マコモの粉末には植物繊維やビタミン・ミネラルが豊富に含まれ、健康や美容に良いことが分析結果から明らかになっている。特に、βカロチンはハウレンソウの約7倍、ニンジンの3.5倍含まれている。これらの成分が目の疲れを回復し、消化を促進し、腸内の善玉菌を増やして慢性疾患を予防、血圧や血糖値の低下、免疫力の強化、癌の予防などに有効と言われている³⁾。

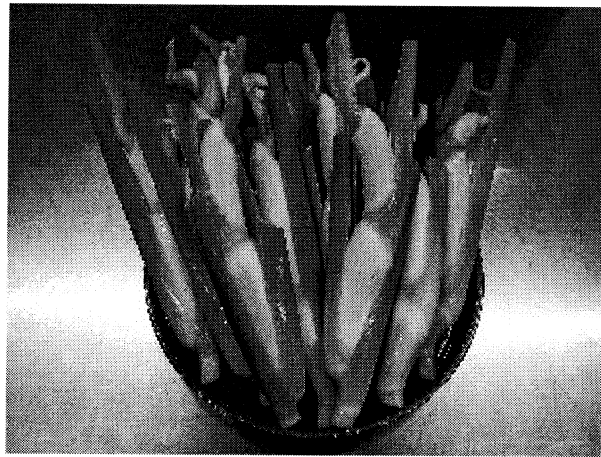


図2 マコモタケ (菰野町商工会提供)

2. マコモ生産の再開

マコモ栽培農家の大橋徳紀氏への聞き取りによると、菰野町において、マコモ生産は、高度経済成長期まで行われていたが、1980年代以降、実質的な栽培は行われていなかった。

マコモ栽培を2004年に復活させたのは、菰野町の農家大橋徳紀氏であった。大橋氏への聞き取りによると、大橋氏は2004年、自然食品や健康野菜に造詣の深い町内の薬剤師から「マコモはビタミン、植物繊維、カルシウムなどを豊富に含んだ健康食材であり、マコモで医食同源が実現する。」という話を聞き、「地名の由来でもあるから“菰野町の特産品マコモ”には説得力がある。使命感を感じてマコモ生産をはじめよう。」と決意した。

当時は、菰野町内でもマコモを知る人は少なく、どう伝えていくかが課題であった。大橋氏は初めて2、3年、妻と一緒に親戚や役場にマコモを配り歩いていった。なじみのない食材をどう調理するのかとか、美味しく食べられるのかななどの疑問を多くの人が抱えていた。

大橋氏は、マコモの普及活動が続けるため、2007年に、町民5人に呼び掛け、休耕田を利用し、栽培を開始した。同年秋、町内の道の駅「ふるさと館」に、マコモタケの販売開始し、それを除いて、湯の山温泉の旅館・ホテルでは、マコモ消費量が約330kgとなった⁴⁾。さらに、6人の生産者が2008年1月には四日市農芸高等学校によるマコモの研究発表会が開催され情報交換を開始した。同年度に、菰野町役場が粉末加工手数料補助を予算し始めた。

2008年秋は、マコモの栽培規模が拡大し、栽培したマコモが豊作になったが、マコモに対して、地域住民

の認知度が低いために、売れ残り、粉末にした。しかし、この粉末には使い道がないため、生産者たちは菰野町商工会に行って、使い道を経営指導員河合千春氏に相談した。河合氏は始めて菰野町名がマコモに由来することを知った。生産者たちが紹介したマコモの「健康によい」、「美容によい」という効能を利用して、特産品開発することを思い立ち、商工会会員事業所に呼び掛けた。その結果、10種以上の試作品ができたが、それ以上開発を進めるためには、開発資金が必要であった。河合氏はこの人たちに開発費を獲得するために、2009年に経済産業省中小企業庁が施行した「地域資源∞全国展開プロジェクト（小規模事業者新事業全国展開支援事業）」に申請した⁵⁾。

このように、当初マコモは大橋氏をはじめ、少数の生産農家にとって、「消費者向け」というよりも、地域の特色を示す象徴的な作物としての意味を持つものであった。そのために、余利生産物の処理という提案的な問題から、商工会に相談したものであった。

3. 申請書の作成

河合氏は、「地域資源全国展開プロジェクト」採択するために、本プロジェクトが求める前提条件や審査基準を満たしながら、自ら地域実態を参考して、「おかえりなさい、夕焼け空に赤トンボ舞うマコモの里へ～健康食材マコモ活用プロジェクト」という事業申請書を作成した。

その過程で、募集要項の前提条件に従った、マコモを中心とする地域素材の見直しが行われた。

募集要項前提条件の「地域の資源を活用した取り組みであること」に対して、マコモは、地元伝統的農産物ではなくても、菰野町の町名由来の側面から強調し、菰野町を「マコモの里」と称して、ほかの地域より優越性を持っていると意味づけられた。すなわち、全国レベルの視点で、マコモという名称に近似した「こもの」という地名自体も資源化されたのである。また、マコモの栄養価値を強調し、現代消費者が求める健康・安全・安心な高付加価値を付けながら、地域素材のマコモをアピールした。

募集の前提条件である「地域内の複数の事業者などが参画」に対して、菰野町のマコモ生産者、食品加工者、流通販売業者、飲食業者、宿泊業者、大学教員、学校、住民、行政、商工会などマコモと少しでも関係がある個人や組織、機関の姿勢を挙げて、農工商連携・産官学連携・官民一体などの連携を創出した。それまで関係が希薄であった地域内の事業者や個人を結びつけたことは、事業の申請先である中小企業庁向けの

視点に自ら適合させようとした現われであるものと思われる。

第三の前提条件である「小規模事業者が参画していること」に対して、商工会の会員事業者は全員小規模事業者であるが、申請書の中で、主に菰野町地元の製菓会社、製麺会社、ホテル、旅館、飲食店などの小規模事業者の地域素材の開発の意欲を強調した。もし、大きい会社であれば、マーケティングから商品開発、商品の販売促進まで、自社で完結できるが、資金が潤沢にはない小規模企業の集合体である商工会にとって、この事業は商工会に関連する小規模事業者の連携を強化する機会と捉えられたものと思われる。

また、「全国へ販売展開」、「住民が愛着と誇り」、「観光客増」、「地域経済活性化を目指す」、「地域自慢の食」、「地域住民の就労の場が安定かつ拡大すること」など、政府に向けるアピールする用語、と「安心・安全」、「健康・美容」、「ダイエット」、「自然と共生」、「郷愁」、「童謡の世界」など、現代の観光客や消費者向けにアピールする用語を用いた。

このように、中小企業庁という政府機関向けの視点に従って申請書の作成が行われた結果、全国的な視点でマコモの位置づけが行われ、それに加えて町名と結びつけたマコモの価値づけ、産官学住民の連携を通じた事業の価値づけ、さらに商工会内の小規模事業者の連携による価値づけなどが行われた。

第2節 商工会による事業の展開

1. 事業の採択と商工会を核とした組織化

本事業は、2009年4月に採択され、商工会を核とした事業展開が行われた。マコモを活用した特産品や料理など開発は、多義にわたる取り組みであることから、6月になり、菰野町商工会内に、三重大学名誉教授を委員長とし、商工会役員を副委員長とする実行委員会を設置した。委員の構成としては、菰野町商工会に加えて、大学教授、菰野町長、三重県中央農業改良普及センター、高等学校校長、住民、マコモ生産者、新聞記者、菰野町観光協会長、菰野町菓子組合長、湯の山温泉女将の会、菰野町商工会に属する事業者など、産官学にメディアや住民を加えた多彩な構成となっている（表4）。それぞれのステークホルダーは、マコモの資源化という目的を共有しながらも、その資源化の視点や意味は、多様であった者と推察される。

この事業の中核である試作品開発は、実行委員会の下部組織として6月に設置された開発部会によって行

われた。この部会の構成員は、商工会役員、マコモ生産者、酪農業者、食品事業者、物流業者、ホテル・宿泊業者など、地元の多部門の中小事業者を中心に構成された（表5）。

表4 実行委員会委員一覧

区分	所属・役職
委員長	三重大学名誉教授 商学博士
副委員長	菰野町商工会副会長 (株) 希望荘代表取締役社長
副委員長	菰野町商工会理事
委員	追手門学院大学客員教授政策科学博士 三重県商工会連合会エキスパート
委員	菰野町長
委員	三重県中央農業改良普及センター普及企画室プロジェクト課副参事
委員	三重県四日市農芸高等学校長
委員	住民代表 薬剤師
委員	マコモ生産者代表
委員	伊勢新聞社記者
委員	菰野町観光協会長
委員	菰野菓子組合長
委員	湯の山温泉女将の会代表
委員	菰野商工会会長
委員	菰野町商工会理事・参画事業者代表（有）角屋代表取締役社長
委員	参画事業者代表・(株) スズガミネ代表取締役社長
委員	参画事業者代表・(株) 横井サイト工房代表取締役社長

（『2009 年度菰野町商工会地域資源∞全国展開プロジェクト事業報告書』による引用）

表5 開発部会委員一覧

区分	所属・役職
開発部会長	菰野町商工会副会長・(株) 希望荘代表取締役社長
部員	マコモ生産者代表
部員	菰野町商工会理事・参画事業者代表（有）角屋代表取締役社長
部員	参画事業者代表・(株) 横井サイト工房代表取締役社長
部員	(株) アイサン物流 菰野町商工会副会長
部員	(株) グリーンホテル理事
部員	(株) 鹿の湯ホテル 若女将
部員	(有) 未来 代表取締役社長
部員	岩嶋屋 事業主
部員	大橋呉服店 スイーツカフェ mei 店長
部員	(株) パスタドールグルメ・代表取締役社長
部員	(有) アオヤマ アズーリシェフ
部員	カフェアンドギャラリーローズガーデン事業主
部員	(有) 日ノ出屋製菓代表取締役社長
部員	(有) 日ノ出屋製菓 社員
部員	(有) 四日市酪農 営業課長
部員	(有) 四日市酪農 代表取締役社長
部員	マコモ生産者
部員	マコモ生産者
部員	マコモ生産者
部員	マコモ生産者
部員	菰野町産業観光課長
部員	菰野町産業観光課農林振興係長

（『2009 年度菰野町商工会地域資源∞全国展開プロジェクト事業報告書』による引用）

本事業は、事業者による試作品開発が行われる一方、委員会や講習会など12回が開催され、食品分析や水耕栽培実験等の各種調査活動が行われた。また、メディア取材や説明会等の宣伝活動が8回実施した。特産品として、11事業所で27品目が開発され、料理メニューは6事業所で26種の開発が行われた⁶⁾。学校給食を含む試食会が5回開催され、試作品の市場調査が地元5回、名古屋、東京でも各1回行われた。さらに、しめ縄作り体験、ポスター・パンフレットやWebサイトの立ち上げなどが行われた(表6)。

表6 菰野町商工会活動記録

開催日時	内容	参加数	開催場所など
2009年4月23日(木)	地域資源∞全国展開プロジェクト採択発表		
2009年5月16日(土)	マコモ葉粉末化テスト		ミナミ産業
2009年5月19日(火)	静岡大学河岸教授ヒアリング	2名	静岡大学
2009年5月25日(月)	三重大学渡邊教授打ち合わせ	2名	三重大学
2009年5月29日(木)	マコモ粉末化1		ミナミ産業
2009年6月9日(火)	マコモ葉粉末検査・分析(ビタミン類など栄養成分)		食品分析センター
2009年6月12日(金)	第1回実行委員会	15名	菰野町商工会
2009年6月18日(木)	女将の会にて説明	7名	蔵の助
2009年6月19日(金)	マコモ葉粉末化2		ミナミ産業
2009年6月30日(火)	マコモ葉粉末検査・分析(微生物細菌類)		食品分析センター
2009年7月1日(木)	四日市農芸高校水耕栽培確認調査	4名	四日市農芸高校
2009年7月4日(土)	中日新聞掲載(マコモ葉栄養成分)		
2009年7月7日(火)	第1回開発部会	18名	菰野町商工会館
2009年7月9日(木)	マコモタケ学校給食メニューについて会議	9名	菰野小学校
2009年7月13日(月)	開発部会事前打ち合わせ会	4名	希望荘
2009年7月14日(火)	マコモ葉粉末化3		ミナミ産業
2009年7月14日(火)	マコモ葉粉末検査・分析(微生物細菌類)		食品分析センター
2009年7月14日(火)	CTY取材(ニュースエリア便)	3名	菰野町商工会
2009年7月16日(木)	食品分析センター事務局長ヒアリング	2名	食品分析センター
2009年7月17日(金)	郷土史家佐々木一氏ヒアリング	3名	佐々木邸
2009年7月22日(木)	第2回開発部会	21名	菰野町商工会館
2009年7月23日(金)	水谷一也氏に赤トンボについてヒアリング	2名	御在所岳
2009年7月24日(土)	学校給食メニュー開発試食会	15名	有)未来(饗庭)
2009年8月3日(月)	第3回開発部会	21名	菰野町商工会
2009年8月15日(土) ～9月28日(月)	菰野のマコモお料理アイデア・試食会(20日締切)募集	12名 32品目	
2009年8月17日(月)	マコモ葉粉末検査・分析(微生物細菌類)		食品分析センター
2009年8月19日(水)	マコモ葉粉末化		ミナミ産業
2009年8月20日(木)	第2回マコモタケ学校給食メニューについて会議	8名	菰野小学校メニュー取組4回
2009年8月23日(日)	女性部マコモ粉末を利用した焼き菓子作り講習	11名	町民センター調理室
2009年8月24日(月)	市場調査実施についての打ち合わせ	5名	希望荘
2009年8月25日(火)	瑞浪商工会議所先進地視察	5名	瑞浪商工会議所
2009年8月27日(木)	BSジャパン取材1		
2009年9月8日(火～10日) (木)15日(火)	BSジャパン取材2		
2009年9月9日(水)	マコモ葉粉末検査・分析(保存・微生物細菌類)		食品分析センター
2009年9月11日(金)	マコモ葉粉末検査・分析(栄養7項目)		食品分析センター
2009年9月14日(月)	三重県産業支援センター打ち合わせ	4名	菰野商工会
2009年9月24日(木)	マコモ生産者会議	12名	菰野町舎
2009年9月30日(水)	連続して10月6日分と合わせてマコモ葉粉末化		ミナミ産業
2009年10月5日(月)	菰野のマコモお料理試食会	40名	有)アオヤマアズーリ

2009年10月7日(水)	菰野のマコモお料理試食会	34名	有) 未来
2009年10月7日(水)	菰野のマコモお料理試食会	37名	株) グリーン
2009年10月7日(水)	菰野のマコモお料理試食会	25名	株) パスタ
2009年10月14日(水) ～16日(金)	グルメ&ニングショー「にっぽんいいものの再発見！」 450件	12名	東京ビッグサイト名詞取得19 1 アンケート取得405
2009年10月18日(日)	鈴鹿山麓かもしかハーフマラソン会場にて市場調査 150件	15名	菰野町舎駐車場
2009年10月22日(木)	CTY取材(食のリンク)		
2009年10月29日(木)	マコモ生産者会議	12名	菰野町舎
2009年10月30日(金)	マコモ葉粉末検査・分析(微生物細菌類)		食品分析センター
2009年11月5日(木)	坂東リサーチ取材		
2009年11月27日(金)	CTY取材(ニュースエリア便)		
2009年11月27日(金)	マコモしめ縄つくり体験モニターツアー	58名	株) グリーンホテル
2009年11月27日(金)	第2回実行委員会	12名	株) グリーンホテル
2010年1月15日(金)	マコモ生産者会議3	10名	菰野町舎
2010年2月3日(水)	第4回開発部会	19名	菰野町商工会
2010年2月10日(水)	第3回実行委員会	19名	菰野町商工会
2010年3月	報告書作成・提出		

(「2009年度菰野町商工会地域資源∞全国展開プロジェクト事業報告書」による引用)

2. 商工会事業者による資源開発

商工会は、本事業を推進するために、会員事業所を一軒一軒回って、プロジェクトへの参加を呼びかけ、全会員にプロジェクトの詳細を解説したパンフレットを配布した。「町のために何かしたかったが、何をどうすればいいのか分からなかった。課題が与えられてうれしかった。」という会員事業者の声が多かったという⁷⁾。すなわち、それまでマコモを意識したことのない事業者たちが、商工会の呼び掛けに応じて、マコモを潜在的な資源として認知し、資源化に取り組む主体となったのである。

商工会による呼びかけの結果、十数の事業者が参加し、商品の開発が始まった。商品は専門家が加わず、それぞれの事業者が独自に開発している。マコモは9月末から11月中旬が旬のため、マコモタケやマコモの若葉を粉末して、食品に混ぜることで、通年で提供できる商品を開発することになった。

一方、商品を開発する過程では、「粉末がうまく混ざらない」、「味や香りがいい」、「粉にするとマコモの良さであるしゃきしゃき感が出ない」など、商品開発に不安を訴える声が相次いだ。河合経営指導員は「うなぎパイはうなぎの味はしない。もみじまんじゅうには、紅葉は入っていない。でも美味しいから売れる。」と開発事業者を説得して歩いた。同時に、分析機関にマコモの粉末の分析を依頼し、マコモの粉末には植物繊維やビタミン・ミネラルが豊富に含まれ、健康や美容に良いという分析結果を知らせた。その結果、開発に携わっていた事業者たちの不安が払拭され、本格的な開発が始まった。各事業所が温度、湿度などを

調整しながら、それぞれの商品にマコモの粉末を混ぜ、新しい商品の開発に取り組み、最初に出来上がったのが手延べ麺、そのあと、マドレーヌ、ビスケット、クッキー、プリン、ヨーグルト、アイスクリーム、ウインナーソーセージなど、16品目を開発した⁸⁾。

マコモ特産品を開発する成功事例の一つに、製麺業のスズガミネによる、マコモの葉やマコモタケの粉末を材料とした手延べ麺開発がある。株式会社スズガミネは1918年に現在の社長の祖父が創立した。現在の従業員は10名で、主要の商品は手延べ乾麺と半生麺（うどん、冷麺、そうめん、きし麺、蕎麦など）がある。

2009年6月、菰野町商工会が勧める「おかえりなさい、夕焼け空に赤トンボ舞うマコモの里—健康食材マコモ活用プロジェクト」事業には、マコモを地域資源として活用し、新たな商品を開発することはこの事業の一環で、菰野町商工会の経営指導員がマコモ入り麺は全国でも珍しいと言ったために、自社の経営向上、新商品開発、消費者が増やしを目指し、マコモを使って、菰野町特産品開発を試した。

しかし、開発過程では、多くの困難があった。製造工程の4分1までは順調だが、麺にマコモ粉末を練り込む工程になると、製麺時の「伸び」が悪く、すぐに切れてしまった状態になった。そのために、温度管理や時間を掛けた熟成などに工夫を凝らした。また、粉末を製造する専門業者が存在しないため供給が一定ではなく、色や品質にもバラつきがあり、粉末を見てその都度製麺方法を検討するといった苦労もある。

社長と社員たちが何回試作品を作って、失敗原因を分析し、結局、マコモ葉の粉末入りとマコモタケの粉末入り（いずれも小麦粉にマコモ粉末約2%を混ぜてある）の2種類の手延べ麺を開発した。同時に、商標登録の出願を行い、商品を「元祖真菰手延めん」として登録した。2009年の7月発売してから、地域の飲食店や旅館で多く利用されるようになった⁹⁾。

このように、事業者は、与えられたプロジェクトに応えるべく資源開発を行った。この場合に、消費者向けの意識以上に商工会の要項の応える商工会向けの資源化の色彩が強かったものと推測される。

3. 商工会による宣伝活動

菰野町商工会における、今回の「地域資源∞全国展開プロジェクト」事業の補助金は商品開発を除く、商品の宣伝を使用している。

マコモを活用した試作料理や特産物が菰野町の名物となっていくためには、地域の多くの外食店などが自

店の自慢のメニューや特産品としていくことが重要な要因となる。また、地元の人々が「マコモ」を自慢の「食」として地域外の人々にPRすることも必要である。このために、外食店などが積極的に「マコモ」を自店の名物として顧客に提供していくことを推奨するため、商工会は、「マコモ」のパンフレットなどを制作し、菰野町内の外食店やイベントなどで配付し、普及に努めた。具体的な数はクリアファイル、3200枚・ポスター（A1版200枚、全紙版10枚）・紙袋、1000枚・のぼり、30旗（図3）・パンフレット、B5版3000冊であった。また、このパンフレットなどを外食店、道の駅、役場、商工会などに置くことにより、菰野町を訪れた人々に「マコモ」に対して関心を生み出す努力をした。



図3 菰野町商工会作成したのぼり旗（菰野商工会提供）

また、マコモホームページの開設・町広報特集・町広報折り込みなどチラシ・中日新聞へ体験ツアーの広告などの宣伝ツールも開発した。さらに、メディアへマコモの積極的な情報提供に努めた結果、多くの新聞やテレビ放送で報道され（中日新聞6回、毎日新聞1回、伊勢新聞4回、地元CATV2回、NHK1回、BSジャパン1回）、マコモの認知度が高まった¹⁰⁾。

2009年11月27日には、商工会が主催し、湯の山温泉のグリーンホテルで、マコモの葉を用いたしめ縄づくり体験ツアーが行われた。この企画は、マコモと菰野町を県外の人知ってもらうため、参加者を名古屋市の新聞紙上で募集したものである。この企画に参加した58人は、最初に福王神社のしめ縄づくりを行って、田口区老人会のメンバーの指導を受けた後、製作を始めた。それから、マコモうどんとマコモ浅漬けを

提供した、最後菰野町の福王神社・五百羅漢を参観した¹¹⁾。

商工会は、マコモを用いて、地域内の事業者を活性化させる内部への視点を持ちつつ、市場を意識して地域の特徴を生み出し、それを観光客の誘致につなげる視点と保っている。

第3節 菰野町役場による事業支援

1. 支援事業導入前の活動

2007年石原正敬町長が第5代目町長として就任した。2007年3月21日、自ら三重テレビ放送の「ワクトキ元気！」に出演し、菰野町の魅力を伝えている。さらに、マコモについて「菰野町は、マコモで地産地消としてCulture（文化）、Community（地域）、Continuation（継続）といった意味を含みこんだ「C級グルメ」と称していますが、そこには、食という観点からみて、菰野町に固有のものやつながりが深いものを大切にしながら、町を活性化していきたいという思いを込めています。」とコメントしていた¹²⁾。また、石原町長は町民たちの注目を引きつけるために、マコモ農家と一緒にマコモ田植えを行う写真、地元食育ボランティア団体が開発したマコモ料理の試食写真などを自分のブログに載せた。

また、2007年からの菰野町の『広報菰野』や観光ガイドブックに「マコモ」がよく紹介している。全部の紹介の中で、「町名の由来」と書いている。町民と観光客に向けて、マコモは菰野町と深い関係があり、したがって、菰野町独自の「食」を強調している。

役場観光産業課農林振興係主査によると、マコモは、特に菰野町のみには自生する作物ではなく、地域産品として、各県などでの検討が進められている。また、マコモを研究する有識者の活動も各地で活発に行われて、ジザニア¹³⁾水生植物研究会主催による「全国マコモサミット」が2年に1回のペース開催されている。初めて開かれたのは1998年の茨城県潮来町で、以後、石川県津幡町、長野県豊野町、宮城県東松島市と続き、2008年の三重県度会郡玉城町とこれまで5回開催された。サミットでは、マコモの研究発表に加え、調理法の紹介・試食会などが行われるなど、マコモを素材に「もの作り」を行う関係者にとって魅力的な取組みといえる¹⁴⁾。

また、菰野町が2008年三重県食品振興会の「マコモ」研究会に参加し、食用のマコモタケとマコモの葉が

保存できない問題に関して解決した。その結果、町から5万円の粉末加工手数料の補助金を支援し¹⁵⁾、町内で「マコモの粉末化」に取り組みはじめたため、マコモ商品の季節限定を打ち破る、マコモ商品の販路拡大と認知度向上を促進している。

2. 支援事業導入後の状況

菰野町役場は、菰野商工会が「地域資源∞全国展開プロジェクト」事業を受けたことに合わせて、菰野町観光産業課観光商工推進室制定した『2009年度菰野町観光振興プラン』では、2009年を観光再生元年として宣言し、「地産地消と地域ブランドの創出」も提出し、マコモを地域独自の食材や食文化として提供したり、マコモ情報を発信したりすることによって、観光地としての価値が高められると考えた。

さらに、マコモ加工品、特産品の開発を支援ために、2009年度の粉末加工手数料は15万円の予算まで増加した¹⁶⁾。そして、2010年には、一年中マコモタケが食べられるように菰野町観光産業課農林振興係と有限会社玉城アクトファームふるさと味工房アグリ連携して、マコモ水煮缶詰を開発している。2010年10月発売予定である。このために、2010年度農林水産業費の地場農産物消費拡大PR用品補助金は140万円に予算した（同補助金2009年度70万円、2008年度60万円の予算である）、粉末加工手数料は31万円の予算まで増やしていく¹⁷⁾。役場観光産業課農林振興係の主査飯田氏によると、マコモ水煮缶詰の宣伝と開発するために、2010年度における、町からのマコモ商品開発に関する予算は前年より倍増した。

菰野町役場による資源化の取り組みは、地域住民に対して、マコモの知名度を上げることである。町長自らの宣伝を通して、地域住民の関心を喚起し、マコモを地域独自の農産物イメージを強化し、地域住民のアイデンティティを構築する。また、役場は、マコモに関する加工・宣伝予算費は、地域事業者に対して、商品開発、販路拡大など経済的な支援であり、地域全体活性化を推進する役割がある。

第4節 学校による事業参画

1. 三重県立四日市農芸高等学校の研究開発

四日市農芸高等学校は「教育」の側面からマコモを位置付け、マコモの知識と認知度を強化する。

四日市農芸高等学校は、地域農産物を活用するために、2005 年から学校近くの水田でマコモの栽培を始め、収穫したマコモタケを校内の販売所や近くの中華料理店に売っている。

しかし、マコモは秋に収穫した後、生で食べられる期間は約 1 カ月と短く、みずみずしい食感が特徴だけに、保存が難しい欠点がある。このため、2008 年春からは、梅酢や酒かすなどで漬物にしたり、菓子原料に加えられるよう粉末にしたりと、旬を過ぎても味わえるよう工夫を始めた。

取り組みに目を付けた町は、2008 年 11 月に学校に協力を依頼して、町内の食品加工業者にもマコモを使った商品開発を呼びかけることにした。農芸高等学校の生徒は「マコモは医食同源の食物」と紹介し、成長が早い上に栽培が比較的簡単のため「水田の転作に有効で、収益も十分期待できる」と分析し、販路を拡大して、一般の消費者に広く知ってもらえば「新しいビジネスに発展できる」と紹介した¹⁸⁾。地元の食品加工者に対して、マコモの認知度とマコモの栽培知識とマコモ販売の将来性など浸透した。同時、生徒たちが、研究に通じて、マコモという地域農産物に関する知識の把握し、地元に対するアイデンティティ促進した。

2. 小学校、保育園などの食育推進

2007 年 3 月三重県農水商工部制定した『三重県食育推進計画』では、「子供に対して、栽培収穫体験などにより、食べ物が生産される過程を体感することで、食の大切さや食に関わる人々に対する感謝の気持ちを知ってもらうなど、豊かな感情を育むことも大切である。そのため、学校や保育所等の関係者はあらゆる機会とあらゆる場所を利用して、積極的に食育の推進に努める必要がある。そして、子どもが食の大切さや楽しみを実感することによって、家庭への良き波及効果をもたらすことも期待できるため、家庭や地域と連携しつつ、適切な取組を行うことが大切である。」¹⁹⁾と指摘した。

また、学校給食が「生きた教材」²⁰⁾として子どもたちが地域の農林水産業について理解を深めるために、ゲストティーチャー等の活用や、子どもたちが栽培、収穫したものを給食の食材に活用するなどの取組を促進しているのを目指す。

以上に基づいて、菰野町の町立保育園と小学校は「食育」の方面から、マコモに対する啓蒙教育が行われた。2010 年 5 月、菰野町役場の協力で、園児たちに町の特産品を教えるとともに広く普及しようという目的で、初めて菰野町町立保育園 6 園の年長組の園児 222 名がマコモ苗植え体験学習がそれぞれの園で行った。

また、秋に収穫するマコモタケは、給食の材料として、提供する予定である²¹⁾。

そして、「家庭でも話題にしてもらえって普及につながる」ように、2009年10月15日、16日、菰野町小学校5校と幼稚園2園でマコモを使った給食が出された。給食にはマコモが肥大化した「マコモタケ」を使用し、ツナときゅうりをまぜた「マコモサラダ」にした、「シャキシャキしておいしい」と評判した、全然抵抗感なくために、11月はマコモの天ぷらや中華炒めも出した。さらに、学校先生の協力でマコモや町名の由来などについて特別学習の時間を設けるなど、子供たちへの啓蒙にも力を入れている計画している²²⁾。

これは、2007年から菰野町では「マコモをもっと町民に知ってもらおう」啓蒙活動の一環として、さらに、マコモ資源化の取り組みの一環として、菰野町の子供たちに通じて、菰野町全体に対して、マコモの認識と愛着を推進していく活動である。

第5節 販売事業者による事業協働

1. 道の駅菰野ふるさと館

「ふるさと館」は1980年に「文化物産センター菰野ふるさと館」として開館した。1993年には当時の建設省が進める「道の駅」の第1回に登録し、「道の駅菰野ふるさと館」となった。道の駅としてはもっとも歴史のある駅の一つである²³⁾。また近年に商品展示スペースも拡大し、地元の旬の野菜、果物、地酒、お菓子、菰野万古などの地場産品を販売されている。

2007年から、「ふるさと館」では、地元生産者が収穫したマコモタケを販売している。2009年度に、菰野商工会の「地域資源∞全国展開プロジェクト」に採択された契機で、来訪者を惹き付けるために菰野特産マコモコーナーを開設した、2種類のマコモ手延べ麺、お菓子、アイスクリーム、プリンなど10種類以上のマコモ商品を販売している。菰野町観光協会（同施設2階）の人は「マコモを使った商品は道の駅の人気商品の一つで、すぐに売れ切れてしまう商品もあり、マコモが町民に認知された証拠ではないか」と話している。

また、マコモ商品アピールするために、2010年3月13日～4月11日、菰野町内で食による健康づくりのボランティア活動を行っている人たちが中心となり、食育活動を行っているグループ「食育サポーターまめまめ」の皆さんが、菰野町役場観光商工推進室と協働し、道の駅菰野ふるさと館で、マコモ粉末

入りのひつまみ団子と菰野産の野菜がたっぷり入った「マコモひつまみ汁」が期限限定で一杯200円提供した。

2. 外食店

現在の菰野町では、16軒のマコモ取扱店がある。中華料理・洋食・和食料理店は、本事業を導入前に、マコモの収穫季節に、旬の農産物として、客に提供したが、本事業を採択されてから、各飲食店がマコモを地域の特産品として、もっと多くの客を引きつけるために、新たなマコモメニューを開発した。たとえば、中華料理店の期間限定の「マコモ会席」やマコモ単品料理（マコモと上海蟹ロワイヤル風、マコモおこわ蓮の葉包み、芝海老とマコモのピーツ炒め等）、洋食のイタリアン料理のマコモパスタ、マコモタケと若葉の粉末入りのケーキやプリン、和食料理のマコモうどんとマコモ餅などの20種類以上のマコモ料理がある²⁴⁾。また、菰野町のマコモに対する認知度を上げるために、各店に商工会が作ったパンフレットを置いていた。したがって、各外食店の自身の特徴を表現しながら、顧客のニーズに応じて、売り上げ向上を目的として、地域素材を有効活用した。

3. 宿泊業

菰野町の代表的な観光地は湯の山温泉である。2006年8月8日、湯の山温泉の地域活性化と湯の山温泉を盛り上げていくことを目的に、当時の温泉街の旅館、ホテルや飲食店、売店の女将15名が参加して女将の会「きらら」が結成された。会長はホテル湯の本、寿亭の社長西田氏であり、副会長は鹿の湯ホテルの女将伊藤氏と蔵之助の女将矢田氏である。

女将の会が月に一度例会を開き、おもてなしの心を形に企画し、すべての活動を「きらら計画」と呼んでいる。

それから、女将の会「きらら」は自らのホームページを設立した。女将の会「きらら」の最新活動状況や湯の山温泉見ごろの自然景観やイベント情報などを紹介している、さらに女将たち撮った写真や自らの感想や気持ちも載っている。湯の山温泉にいく観光客にとって、直感的な、真実的な広告である。

女将の会「きらら」は、年に4回季刊誌も発行している。「湯の山温泉女将の会きららかわら版（春・夏・

秋・冬号」という。作成者は副会長であり、旅館「藏の助」の30代の若女将、矢田氏である。湯の山温泉の最新の情報や予定および自然の景色の紹介、それから各旅館の女将の紹介などが手書きでなされ、印刷されている。観光協会に置かれ、観光客が自由に持ち帰ることができる。

そして、女将の会は湯の山温泉オリジナル商品を開発している、例えば、地酒「きらら吟醸」、「梅濃縮ジュース」、「キララ ポンポン水（サイダー）」などである。いずれも女将の会「きらら」が考案したオリジナルラベルが貼られる商品である。

女将の会「きらら」は地元の素材「マコモ」に対して、様々な工夫をしていた。聞き取り調査によると、2006 年秋から、生産者の大橋氏の宣伝に通じて、湯の山温泉の少数旅館は「マコモ」料理を提供した。当時、地元の旬の食材を旅館料理として客に提供したと言われた。2008 年から、菰野町におけるマコモが町名由来と地元食材として重視され、女将の会「きらら」も「マコモ」を健康食材・地元農産物・温泉料理として観光客に提供する「きらら」計画という活動をした。湯の山温泉魅力の向上とともっと多くの観光客を誘致するためにマコモ料理を開発している。

さらに、町内のマコモ栽培拡大に従って、女将の会はマコモにもっと注目した。女将の会ホームページでは2008 年 10 月地元農家大橋氏の田畑で女将の会メンバー 8 人、「マコモ」を収穫し、試食会が行われた写真と 2009 年の 5 月、マコモ田植えを行った写真、そして、女将会員たちの感想を載せている²⁴⁾。それから、季刊誌湯の山温泉女将の会「きらら」かわら版 2008 年秋号（図 4）には、マコモの栄養価値と菰野町町名由来と食べ方などを紹介している。女将たちがマコモに対する関心を表現して、湯の山温泉では、マコモの知名度を増加していく。

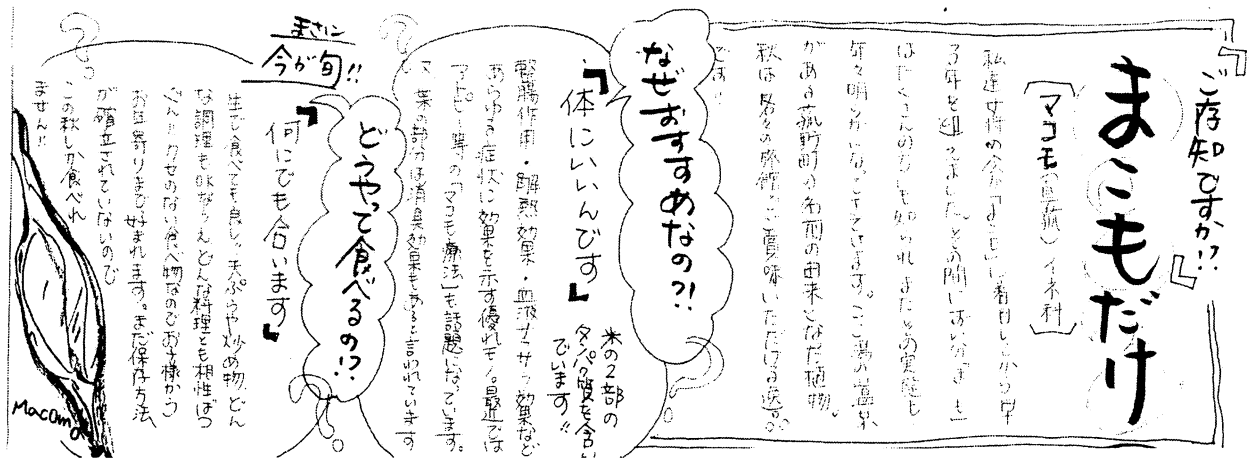


図4 マコモの紹介 (湯の山温泉女将の会「きらら」かわら版2008年秋号による引用)

2009年度、菰野町商工会が「地域資源∞全国展開プロジェクト」の採択を受けたこと、と同年度『菰野町観光振興プラン』では提出した「地産地消と地域ブランドの創出、地域独自の食材や食文化を提供したり、情報として発信したりすることで、観光地としての価値が高められる」に基づいて、湯の山温泉全部のホテルと旅館は、マコモ料理を地元特産物、名物として、マコモご膳やマコモ天ぷら、マコモうどんセットなど多種類に提供して、町名由来・地域名産物・健康食材を強調した。そして、グリーンホテルの土産コーナーもホテル開発したそばや町内の菓子店のワッフル、レストランのクッキーなどマコモ粉末を使った商品を並べて、観光客の注目を引きつけ、ホテル経営向上を目指している。

また、2009年5月から、観光客の認知度向上のために、女将の会副会長・旅館「鹿の湯」の若女将伊藤氏がマコモ生産農家大橋氏の協力で、各旅館の玄関にマコモの葉を飾ったり、マコモ鉢を育ったりする活動を

行った²⁶⁾。

さらに、マコモの特産品化を目指すために、2009年、女将の会「きらら」と地元の製菓会社と連携し、マコモの葉の粉末を1%使用して「マコモだま」を開発した。12月3日、菰野町湯の山温泉協会事務所に女将たちが集まって、手作りのラベルを張り、袋詰めした。5日から湯の山温泉のホテル・土産店などで発売された。副会長の矢田氏は「ずっとマコモ商品を出したかった。観光客が気軽に手に取りやすい‘飴ちゃん’を開発することになった」と話した²⁷⁾。通年でマコモ商品を提供できるように尽力した。

ほかには、2010年、旅館「鹿の湯」では、壁にマコモの粉末、テラスの竹と畳の下にマコモをすき込んだ和紙が敷かれている和モダンな空間というマコモの部屋が誕生した。空気浄化作用などに着目し、美味しく食べるだけでなくマコモの魅力を伝えている²⁸⁾。

販売事業者たちのマコモ資源化の取り組みは、観光客、消費者を対象として、自らの店やホテル、旅館の実態を参照しながら、観光客、消費者のニーズを対応している。「ふるさと館」が最初、新鮮なマコモタケのみ販売したが、年中9、10、11月だけの期間限定がある。でも、町内でマコモ商品の開発とともに、「ふるさと館」が、自店の経営拡大と客の欲求を満たすために、通年にマコモ商品を販売する。飲食店は、「美味しい」、「健康」、「地元食材」などの現代の飲食客のニーズから考え、中華料理、和食、洋食の店が自店の特色を加える料理を提供する。宿泊業は、各旅館、ホテルが自ら宿泊客のニーズを対応し、食、宿泊、環境などマコモ商品を提供する。それを除いて、女将の会「きらら」は、マコモ商品の開発と宣伝が、湯の山温泉全体の経営向上、地域振興を推進している。

第6節 実行委員会による事業の総括

本節では、2010年3月、菰野町商工会が経済産業省中小企業庁に提出した『「おかえりなさい、夕焼け空に赤トンボ舞うマコモの里へ」2009年度菰野町商工会地域資源∞全国展開プロジェクト事業報告書～健康食材マコモ活用プロジェクト～』を分析し、実行委員会が、政府に向け、どのように自らの業績を表現するのを考察する。

1. 事業計画の概要

事業計画の概要では、まず、菰野町の歴史、地理位置と豊かな観光環境を紹介した。中には、「鈴鹿国定公園」、「美人の湯」、「清流」、「澄んだ空気」、「緑豊かな自然」、「日本の原風景の残る町」の用語を用いて、菰野町の地域特徴を表した。また、菰野町の観光事業について、宿泊客の激減、地元農産物のブランドとして知名度が低いなどの現実を述べた。そのために、菰野町では、現在も豊かな自然が保全しながら、「地域経済を内発的・持続的に発展させていく」課題を解決しなければならないという本事業を実施する重要性を表明した。

また、事業の目標及び基本的な方向性は、非常に明確で、「人々に健康という価値を提供する」、「地域産業活性化」、「地域住民の就労の場が安定かつ拡大する」という消費者、政府、住民に向け資源化するのを明確に計画した。そして、方向性について、「周辺の人工的戦略に対して、豊かな自然を前面に押し出す」、「都会にはない環境・動植物」と「地域で採れた安心安全な健康食材」を結びつける健康（体験）型観光を提案した。つまり、本事業の方向性は、マコモを観光産業再生の契機に位置づけた。

本事業の基本戦略は、マコモを活用した「健康」「美容」機能産品を生み出すと同時に地域課題を解決し、その過程において雇用や所得を創出し、住民の生活の質を豊かにすることであり、また、地域外と交流を積極的に行いながら、地域魅力を共有、発信していくことである。このように、地域資源を開発するとともに、地域経済を波及し、住民の生活水準向上、全国に販路拡大という結果は、地域活性化のニーズを直感している商工会の視点と政府の視点が一致している部分であろう。

2009年度の事業計画では、「全国展開実行委員会などの設置」、「マコモの健康に良い有効成分の徹底分析」、「町内飲食店・旅館・ホテルのマコモ郷土料理メニュー開発、食製造業者の土産物開発など持続可能な商品づくり」、「学校給食、調理実習、町内料理教室、漬物教室やマコモ生産者によるマコモの知識と町史説明」、「マコモの健康イメージと菰野町豊かな風景を結びつけ、近隣都市生活圏の団塊時代層向けの体験ツアー開発」、「三重県四日市農芸高等学校、三重県中央農業改良センター、三重県農林水産支援センターと連携により、マコモの品種改良研究、育成時の環境整備を行い、品質保持、安定供給を図る」などを制定した。事業計画には、地域有識者、成分分析機関、地域事業者、学校、住民、観光業者、研究機関など地域各階層の積極性を引き起こすという「農商工連携」²⁹⁾、産学官連携³⁰⁾、「6次産業化が図れるシステムの確立」³¹⁾の

ような政策に対応していることが明らかである。

2. 事業実績内容

まず、事業実施体制の構築では、大学の教授やマコモ生産者や町長など官民学で構成する実行委員会と事業者などで構成する開発部会を設置した。実行委員会3回の開催、開発部会の4回開催の状況と議題、そして、写真でも報告書に載せている。

また、マコモを活用した特産品・料理の開発について、町民からのマコモを活用した試作料理の一般公募や四日市農芸高等学校の学生によるデザートメニューを含む53種類の特産品・料理（中には町民創作料理30品目、四日市農芸高等学校2品目）などを公表した。そして、料理以外に「マコモしめ縄づくり体験ツアー」を行い、名古屋の観光客を引きつけたことを報告した。

また、展示会、イベント、試食会が5回行われた。2009年10月14日～16日、東京ビッグサイトに「第6回グルメ&ダイニングスタイルショー」という展示会に参加し、マコモアイスクリーム、マコモ豆乳プリンなど5種類のマコモ粉末入り商品を提供した。10月5日、7日、菰野マコモ料理試食会を行った。町内の外食店アズーリ、グリーンホテル、饗庭、グルメでは、マコモのリゾート、マコモと豚肉巻き、マコモの上海蟹ロワイヤル風、マコモマフィンなど合計16品目の試作料理を提供した。10月18日菰野町舎周辺では、「第4回鈴鹿山麓カモシカハーフマラソン会場」というイベントに、マコモちんころ、マコモワップルなど6品目の試作品を出した。それから、前掲の2009年11月グリーンホテルで行ったマコモしめ縄づくり体験ツアーでも、マコモうどんとマコモ浅漬けを提供した。また、小中学校のマコモを活用した給食づくりも行った。具体的は、2回の学校給食メニュー会議の開催、外食店でいった10品目を出した学校給食の試食会、4回の学校給食である。

それから、以上の5回試食会とイベントでは、学校給食以外の4回の試食会、イベントではアンケート調査を行った。そして、非常に詳細的分析した。「味」、「見た目」、「特徴」などに関するそれぞれの「満足度」、「改善度」を分析し、生産者志向から顧客志向への経営方向を目指したことを報告した。

また、プロジェクトのトータルコーディネーター、郷土歴史、分子成分分析、栄養成分分析などの専門家の指導や助言7回があり、マコモの商品化、マコモ特産品の品質改良、販売方法など促進した。

広報・普及事業では、前掲のように宣伝グッズ、宣伝ツールの開発、報道関係を通じて、マコモの認知度

を高める努力をしたと表現している。

以上のように、菰野町商工会・実行委員会は、本事業の実績の報告では、積極的に各事業者、住民、学校を動員し、数多くの特産品や料理を開発し、イベントを開催し、市場アンケートを行い、専門家の指導を受け、広報宣伝など活動を行い、菰野町商工会の努力をアピールした。

次に、本事業が菰野町にもたらした効果を報告した。本事業のマコモの特産品や料理の開発は菰野町に存在する地域資源の活用や小規模事業者及び地域住民など地域の多様な主体が参画する「食」に関する6次産業化³²⁾でもあり、地域経済活性化につながったとしている。

また、マコモの取り組みを契機にして、さらに農水商工連携が進み、効果的・効率的なマコモ特産品や料理に関する情報発信が増大し、その結果、地域ブランドとして知名度が向上し、健康を求める都市部からの観光客誘致することが容易となり、観光産業にも好影響を与えたと評価している。

さらに、本事業では、地域の高校生や地域住民のアイデアなどもマコモの特産品や料理の開発に積極的に取り組むことができ、地域住民のアイデンティティの確立にもつながるなど、マコモの特産品や料理の開発は、地域総参加による地域が誇れる食文化とし進化していくものと見されている。

このように、支援金が地域活性化のために有効に活用されたことは、政府向けの視点の報告であろうと思われる。

報告書の最後には、本事業の今後の展開と課題について統括されている。菰野町では、今後、「6次産業化」取り組みを続けて、生産から加工に至るプロセスにおいて新たな雇用と付加価値を生み出し、さらに販売を一体化させることによって、生産と消費が結びつけ、食の安全性の確保、果てには、生産者の励みや生きがい、地域の観光アップにまでつながることを目指す決意が表明され、そのための継続的な資金の必要性が唱えられている。菰野町の事業者が自助努力にも限界があり、また単独で国等の支援を得て事業拡大をするだけの経営資源も持ち合わせていない事業者が多いと述べ、一方、菰野町は、財政力が非常に弱いことから国に代わって支援することも困難である。さらに、国からの補助金を受けず菰野町商工会が単独でこの事業を網羅的に継続していくことは商工会の財政状況からも非常に困難であるという現状を訴えている。

このように、商工会が中心として組織した実行委員会は、①自分たちが支援金相応の努力をしたこと、②支援金のおかげで資源開発と諸機関の連携が進み地域活性化に効果的であったこと、しかし③今後の継続の

ためにはさらなる支援が必要であること、と総括している。これらは、地域向けや市場向けの視点よりも、中小企業庁という国家機関向けの視点が強く現れた表現であるように思われる。

地域が自立的資源開発力を獲得することを意図した支援金の総括が、まだ自立に至っていない現状であることを訴える内容となっていることに関しては、自立に要する期間の長さに対する支援期間の短さが大きく関与している。しかし、同時に、中央集権的な日本という国家において、支援金自体に地方の依存体質を継続的に再生産する性格を内在させている可能性も否定できないものと思われる。

注・参考文献

- 1) 菰野町郷土史家佐々木一氏による。
- 2) 菰野町商工会（2010）『平成 21 年度菰野町商工会地域資源∞全国展開プロジェクト事業報告書』, p. 6.
- 3) 同上 p. 7.
- 4) 菰野商工会経営指導員河合千春氏への聞き取り調査による。
- 5) 菰野商工会経営指導員河合千春氏への聞き取り調査による。
- 6) 菰野商工会経営指導員河合千春氏への聞き取り調査による。
- 7) 菰野商工会経営指導員河合千春氏への聞き取り調査による。
- 8) 菰野商工会経営指導員河合千春氏への聞き取り調査による。
- 9) 鈴ヶ峰手延めん株式会社スズガミネのホームページ <http://suzugamine.net/> および河合千春氏への聞き取り調査による。
- 10) 前掲 2), p. 83.
- 11) 前掲 2) p. 17. および河合千春氏への聞き取り調査による。
- 12) 御在所ロープウェイ OFFICIAL SITE-季節をかえて訪れるたびに新しい感動に出会う。
<http://www.gozaisho.co.jp/diary3/d-270.htm> (2010 年 3 月 5 日閲覧)
- 13) マコモの学名。
- 14) 菰野町役場観光産業課農林振興係主査飯田隆志氏への聞き取り調査による。

- 15) 菰野町役場企画情報課による 2008 年度『菰野町一般会計予算案』から引用。
- 16) 菰野町役場企画情報課による 2009 年度『菰野町一般会計予算案』から引用。
- 17) 菰野町役場企画情報課による 2010 年度『菰野町一般会計予算案』から引用。
- 18) 三重県立四日市農芸高等学校ホームページ <http://www.mie-c.ed.jp/ayokka/index.html> (2010 年 3 月 5 日閲覧) 及び菰野役場観光産業課農林振興係り主査飯田隆志氏への聞き取り調査による。
- 19) 三重県食育推進計画 http://www.pref.mie.jp/CHISANM/HP/syokuiku/mie_syokuiku.pdf p. 9. (2010 年 3 月 5 日閲覧)
- 20) 同上 p. 12.
- 21) 『毎日新聞』「園児らマコモの苗植えに挑戦～菰野 6 園体験学習～」という記事を掲載、2010 年 5 月 13 日 三重版 18 版
- 22) 『中日新聞』「給食にマコモ初登場～菰野の小学校と幼稚園～」という記事を掲載、2009 年 10 月 16 日 朝刊北勢版 22 版
- 23) 広報菰野 <http://www.town.komono.mie.jp/k-backno/komono593/02.html> (2010 年 6 月 20 日閲覧)
- 24) 菰野町商工会作ったパンフレットによる。
- 25) 女将の瓦版 湯の山温泉公式ホームページ <http://www.yunoyama-onsen.com/blog/> (2010 年 3 月 5 日閲覧)
- 26) 同上。
- 27) 女将の会「きらら」の副会長矢田麻里子氏への聞き取り調査による。
- 28) 菰野町商工会作ったパンフレットによる。
- 29) 2007 年、農林水産省と経済産業による「農林水産業・商業・工業等の産業間での連携（『農商工連携』）促進等による地域経済活性化のための取組について」を公表した。
- 30) 2008 年、文部科学省による「産学官連携戦略展開事業」を制定した。
- 31) 2010 年、農林水産省による「農山漁村 6 次産業化対策事業」制定した。
- 32) 第 6 次産業とは、農業や水産業などの第 1 次産業が食品加工・流通販売にも業務展開している経営形態を表す。農学者今村奈良臣が提唱した造語。また、このような経営の多角化を 6 次産業化と呼ぶ。（第六次産業 <http://ja.wikipedia.org/wiki/%E7%AC%AC%E5%85%AD%E6%AC%A1%E7%94%A3%E6%A5%AD> 2010 年 7 月 25 日閲覧）

第4章 むすび

本研究は、経済産業省中小企業庁の支援事業「地域資源∞全国展開プロジェクト」という国家支援事業を介して、地域の素材が資源化される過程で、資源化の主体や地域素材の意味が変化していくプロセスの解明を試みるものであった。

まず、2009年度「地域資源∞全国展開プロジェクト」に採択された125件の商工会分の本体事業（以下は本事業と称する）を対象として、本支援事業を介した地域素材の資源化を、全国的なスケールで検討した。

資源化の対象となった素材は、地域の特色・魅力を表わし、地域住民にとっても、認知度が高い自然環境、農林水産物、加工品・工芸品、複合観光素材など多岐にわたる。その素材は、資源化する主体によって、イメージ付け、価値付け、意味付けなどの手段を通じて、地域資源とされる場合が大多数であった。たとえば、歴史的素材に新たな意味付けや価値付けを行ったり、世界遺産登録などにより、より範囲が広い高次な資源としたり、「歴史の事実」を活用し、新たな「伝統」を創造したりしていた。一方、新しい時代のニーズに対応し、現代の消費者・観光客に適切なものを創り出すことを通して資源化を試みる事例も多くみられた。

このような資源化は、政府、地域、市場向けの視点を組み合わせて行われていた。「地域資源∞全国展開プロジェクト」が求める前提条件や審査基準を満たすように、各地域商工会が、政府にとって資源とみなされるべく、資源化の意味付けが行われるとともに、資源化を通して地域アイデンティティの再確立が図られ、さらに、体験観光ツアー、健康志向の食文化の創造など、現代の観光客や消費者のニーズに合わせた資源化もみられた。

資源化は、素材自体の開発にとどまらず、言葉を通じても行われていた。地域の独自性、特産物、地域ブランド、地理位置、気候などの地域特徴を強調することによって地域の優越性をアピールする用語、各階層、各年齢層の観光客・消費者にニーズを把握しながら消費者の購買意欲を刺激する用語、支援事業政策を制定した政府に向け、積極的に応じる姿勢を表現する用語などが、意図的に用いられていた。

この資源化のプロセスを、地域レベルで詳細に検討するために、2009年度「地域資源∞全国展開プロジェクト」に採択された三重県菰野町商工会の「おかえりなさい、夕焼け空に赤トンボ舞うマコモの里へ」事業

を具体的事例として、資源化を行う主体別に分析を行った。

地域住民に認知度が低かったマコモを資源として最初に認識したのは、地元の一農家であった。彼は、マコモの健康食品としての価値と「菰野」という地名の由来となったマコモの言語的価値を認識し、5つの農家に呼び掛け、マコモ栽培を開始した。当初、彼らにとって、マコモは市場向けというよりも、地域のアイデンティティ確立の手段としての意味を強く持っていた。そのために、生産したマコモの販路を十分に確保できず、商工会経営指導員に相談をもちかけることとなった。

相談を受けた商工会経営指導員は、「地域資源∞全国展開プロジェクト」という国家支援事業が生産と販路の拡大という課題のために、適切な機会であると考えた。申請書作成の過程で、中小企業庁という政府機関向けの視点に合致させるべく素材の見直しが行われた。全国的な視点でのマコモの位置づけが行われ、町名と結びつけたマコモの価値づけ、産官学住民の連携を通じた事業の価値づけ、さらに、商工会内の小規模事業者の連携による価値づけなどが行われた。

2009年4月、同プロジェクトの採択を受けた菰野町商工会は、申請書の内容に従った産官学住民の連携を示す実行委員会を組織し、会員である事業所を回って、プロジェクトへの参加を呼び掛けた。呼びかけを行った商工会は、政府にとっての資源の基準を満たすべく努力が行われるとともに、地域アイデンティティ確立や将来の市場開拓をも視野に入れていた。一方、呼びかけに応えた事業者にとっては、与えられたプロジェクトに応えるべく資源開発が行われたが、商工会と比べて、政府向けや全国の中での菰野の位置づけを意識は低かったものと思われる。

町役場の視点は、商工会と重なる部分が多いが、政府の求める要求に応えるというよりも、マコモを用いた地域アイデンティティの確立、新たな産業の振興や、観光客の誘致など、比較的長期的視野に立つものであった。

マコモの資源化にかかわった学校には、三重県立四日市農芸高等学校、5つの町立小学校、2つの町立幼稚園、6つの町立保育園があった。いずれの場合も、マコモの資源化が教育にかかわった事例ではあるが、詳細に検討すると、高等学校と、小学校・保育園では、マコモの資源としての位置づけが異なっている。

四日市農芸高等学校は、中小企業庁支援事業が菰野町に導入される前の2005年よりマコモ栽培を始め、収穫、販売、漬物や菓子の原料としての開発などを行っていた。また、支援事業のための申請が行われた時よ

り、町内の加工業者との連携が行われるようになり、マコモに関連する教育活動は拡大した。四日市農芸高等学校にとって、マコモは教育のための材料としての位置づけであった。

一方、小学校や保育園への導入は、2007年に三重県により制定された『三重県食育推進計画』を、2009年に採択されたマコモ支援事業と結び付けて実施されたものであった。申請書に記載された産官学住民連携という要件を満たしながら、県からの課題を達成する上で、マコモを通した「食育」は、好都合なプロジェクトであったものと思われる。

加工業、販売業、飲食業、宿泊業の視点は、政府の要求を満たすというのではなく、地域の独自性を打ち出すことを通して、市場へのアピールを目指したものであった。マコモやその加工品の販売自体の収益は、多いとは言いが、菰野町の地名に由来するマコモを商品化し、観光に結びつけた地域イメージの向上のためにそれらを用いることによって、長期的には観光客の増加に結び付けようとするものであった。

マコモとそれに関連する地域素材の資源化にかかわったステークホルダーたちの視点は多様であったが、本事業の実行委員会が最後にまとめた報告書には、政府向けの視点が比較的明確に現われていた。

まず、事業にかかわった当事者たちが、支援金相応の実績をあげたことが強調されている。実行委員会の開催数、マコモ特産品・料理の開発や展示会・イベント・試食会の開催実績、アンケート調査や専門家の指導によるマコモの商品化、特産品品質改良、数多くの宣伝手段によるマコモの認知度を向上の努力が謳われている。

次に、支援金のおかげで資源開発と諸機関の連携が進み、支援金が地域活性化に効果的であったことが述べられている。産官学住民の連携が生まれ、地域経済の活性化、観光産業に与える好影響、地域住民のアイデンティティの再確立などの兆しが見られた点が強調されている。

最後に、今後の継続のためには、さらなる支援が必要であることが訴えられている。菰野町の中小企業や商工会や役場の財政不足の現実が記述され、地域には、意欲があるけれども、障害となっているのは、継続的な財源不足であると統括されている。

本研究における分析の結果、政府の補助金を介した資源の開発が、文化庁以外の機関においても展開されている実態の一部が解明された。今回の中小企業庁の支援事業に関しては、岩本が事例として取り扱った国家主導の政策¹⁾と比べて、地域の商工会、行政、事業体、住民の主体性の度合いが相対的に高い実態も現れ

ている。

支援事業に認定されたプロジェクトの遂行者は、必ずしも政府向けのみには事業を遂行しているわけではなく、支援事業者採択以前から始めている農家や四日市農芸高等学校にとっても、マコモ事業を開始し始めたばかりの菰野町にとっても、絶好の機会であったことは疑いえない。彼らにとって、視点は地域であり、また市場であった。一方、事業採択後に協力をした人々の視点は、事業推進を依頼されたから引き受けたという比較的受身的な立場から、それを利用して市場拡大を目指す湯の山温泉女将の会など、極めて多様であった。支援事業は政府に対する応答に限られるのではなく、補助金を強かに活用すべき機会ととらえられる部分もあるのである。

このような現状とは対照的に、最終的な実行委員会による総括では、政府向けの視点が強調されている点
が、日本の補助金政策の特徴を表しているように思われる。政府は、地域の「自立」を目指すべく、補助金
政策を打ち出すが、地域住民は、自らの依存体質をアピールして総括とする。その理由は、地域の商工会が、
政府の役人が、必ずしも地域の政府依存離れを願っていないのではないと解釈しているからではないか。補
助金政策自体は、地域素材の資源化において、一定の成果を上げている部分はあるが、地域が依存体質から
脱却する上で、政治家や官僚の政策を打ち出すことを通した自己存在確認体質からの転換が求められている
のではないだろうか。

注・参考文献

- 1) 岩本道弥 (2007)「現代日本の文化政策とその政治資源化」山下晋司編『資源化する文化』弘文堂, pp. 239
～272.

2009 年度「地域資源∞全国展開プロジェクト」
(補遺 1) 本体事業 採択案件分析一覧(商工会分)(125 件)

都道府県	事業実施者	プロジェクト名	資源対象	資源化キーワード
北海道	北海道商工会連合会	有害から有用へ「エゾシカ」の地域 資源化プロジェクト	エゾシカ	有効活用・新たな地域資源・国 外への販路拡大
	当別町商工会	健康的なおためしぐらし in 当別町 ～心と体の健康づくり～	移住促進	健康・行政が中心・民間サイト・ 新たな事業・収益向上
	福島町商工会	日本料理のつなぎ役・「昆布」がつな ぐ地域の農工商連携	真昆布	加工度・付加価値・食産業の再 構築・創業・雇用創出
	大空町女満別商工会 大空町東藻琴商工会	大空型グリーンステイプログラムの 創出と一元的運営体の構築	田園体験	田園体験滞在型観光・一体的事 業運営・将来の連携法を探る
	清里町商工会	地産小麦「春よ恋」清里へ「人よ恋」・ パンと触れ合い里づくり	小麦	地域自立・地場産小麦・官民協 働
	弟子屈町商工会	厳寒の地のあったかおもてなしプロ ジェクト	地域観光	環境・地域公共交通・滞在時間 の延長化・地域資源活用
青森県	田舎館村商工会	田んぼアートのいなかだて米・こめ プロジェクト	米・野菜・ 果物	全国的有名・「田んぼアート」・ 特産品・土産品
	おいらせ町商工会	おいらせKIYORAKA—野菜スイーツと アグリツーリズム開発	野菜・農業 農村体験	低農業・安心・安全・アグリツ ーリズム
	南部町商工会	食用菊特産品開発&南部町観光ツア ープログラム策定事業	食用菊	特産農産品・南部藩発祥地のイ メージの付関連・観光ルート
岩手県	岩泉商工会	岩泉レジェンド開発プロジェクト	岩泉商品	岩泉商品・体験・伝説・観光
宮城県	みやぎ仙台商工会	～みんなで生き活き秋保の里～地域 づくり型観光事業	地域観光	作り・第一次～第三次産業一体 化・地域づくり型観光
	大崎商工会	おおさきの恵み創出事業～特産品開 発・販路拡大プロジェクト～	大豆ミヤギ シロメ	市場性高い・安心安全・自然派 志向・販路開拓
	女川町商工会	「おながわ名物どんぶり」と「どん ぶり横丁」開発プロジェクト	どんぶり	地元商材・町内飲食店等の連携 強化・観光地化
秋田県	北秋田市商工会 仙北市商工会	秋田内陸線善くマタギの里と桜の街 じゃんご(田舎)旅！！	地域観光	歩く観光ルート・農産資源利 用・癒し・体と心の健康
山形県	小国町商工会	農商工連携による地域開発全国展開 プロジェクト	地域特産品	小国ブランド・農商工連携・新 たな産業・雇用
福島県	三和町商工会	農商工連携で「郷土の味」が健康・ 人気メニューへ大変身！	凍み餅・高 原野菜	健康機能・付加価値高い加工食 品化・新規創業
	北会津商工会	農商工調和による地域特産品開発実 現化事業	地域特産品	農商工連携・地域特産品開発・ WEB サイト構築
	平田村商工会	芝桜の里ひらた・地域元気 KAMOS (醸 す) プロジェクト	醸造業	日本有数・気象条件・独自性高 い特産品・農商工連携
茨城県	那珂市商工会	なかよしハート「ひまわり」プロジ ェクト	ひまわり	ロングセラー・地域ブランド・ 地産地消
	鉾田市旭商工会	ツリーハウスを活用した体験型プロ グラム(農・林・漁)の開発	体験型観光	ツリーハウスビレッジ創造・地 域人材活用・農業体験
	行方市麻生商工会	なめがた蓄積マンパワー融合・創造 の魁プロジェクト	産業観光	小規模事業者・伝統工芸・金属 加工業・備品開発

群馬県	安中市商工会	秋間梅林発梅を食べてデトックス上 州美人になろう！プロジェクト	秋間梅林	ブランド化・女性達の美と健 康・新商品開発
	榛東村商工会	村のワインをたっぷり使用！「榛東 村・フルコース」の案内	ワイン	調味素材・農商工連携・加工食 品化
	高山村商工会	三国街道新宿「惣兵衛」をテーマ にした地場農産物ブランド化事業	惣兵衛	農商工連携・地場産農産物・キ ャクター・ブランド
	みなかみ町商工会	木のまちみなかみ kiami プロジェク ト～第2章～	伝統工芸	国内外に販売・1次2次3次産 業連携・ベンチャービジネス
埼玉県	八潮市商工会	こころとからだうのおうアスレチッ ク/フィールド八潮	地域観光	観光振興・独自の価値観・農商 工連携
	日高市商工会	高麗郡建郡 1300 年記念事業	高麗鍋	地元野菜食材・派生商品
	長瀦町商工会	天下の勝地、長瀦ルネサンス計画	着地観光	体験観光・戦略視点・観光振興
	鷲宮町商工会	地域発映製作を核とした新観光産業 創造プロジェクト	地域観光	アニメのロケ地・独自の資源・ 萌文化・映像作品化
千葉県	山武市商工会	“フルーツ天国さんむ” 地域ブラン ド事業	イチゴ・野 菜	地域ブランド化・フルーツツー リズム・味覚
神奈川県	二宮町商工会	湘南のリビエラ二宮・アンチエイジ ングの食と観光のプロジェクト	農水産物	人気高い住宅地・地元農産物・ 健康増進・食と観光
	足柄上商工会	足柄物語「あしがりの郷」農商工連 携観光資源開発事業	地域観光	農商工連携・特産品開発・有形 無形資源・官民一体
新潟県	両津商工会・相川町商工 会・佐和田商工会・金井 商工会・新穂商工会・小 木町商工会・羽茂商工 会・赤泊商工会	佐渡、文化と物産の国際価値向上と 発信	国際学会の 文化会議 (SICRI)	国際価値向上・観光価値向上・ 物産の本当の実力
	弥彦村商工会	特産枝豆「弥彦むすめ」を使った商 品及び観光開発事業	枝豆	地域資源・特産品開発・温泉旅 館、飲食店などで提供する料理
	下田商工会	新特産品「古来原種（仮）ブランド」 商品開発事業	果物	特有果実・特産地化・ブランド 化・顧客満足向上
石川県	能登鹿北商工会	田鶴浜建具の技術を活かした新たな 建具製品開発及び販路開拓事業	建具製造技 術	安全安心・健康志向・新世代建 具・地域経済力の再生
福井県	福井東商工会	「繊維王国福井」の復興と自立化事 業	繊維	自立化・マーケットイン・基幹 産業
	坂井市商工会	地域資源活用「“売れる”販路開拓塾」 事業	地域産業	中小企業取り組み・認知度向 上・地域活性化
長野県	木曾町商工会 木祖村商工会	体と心の解毒事業～1泊2日でリセ ット、都市部在住者に体と心の美・ 健康を提供～	地域観光	体と心の美と健康・地域資源活 用・特産品開発・新規顧客層開 発
	坂城町商工会	農と食による坂城まるごと観光事業	地域観光	農商工観光連携・観光情報提供
岐阜県	古川町商工会	「蔵のまち」がやがや会議発「がや がや特産品」が、地域を救う	カヤの実	有用資源・小規模事業者・高齢 者の就業機会確保・観光産業活 性化
静岡県	静岡県商工会	静岡の特産品を活用した新スタイル のふりかけ商品の開発	野菜・果物	小規模事業者・安心安全・地域 経済活性化

静岡県	庄内商工会	光産業集積都市・浜松の技術を活用した音と光による景観整備事業	光技術	農水商連携・夜の観光商品・域外観光客流入拡大
	伊豆市商工会	伊豆の野生シカ肉ブランド創生事業	野生シカ肉	食害活用・良質で安全性高い食肉・ブランド化
	御前崎市商工会	マリンスポーツによる御前崎まちおこし ビックウェーブ計画	体験観光	通年性体験・農、畜産や水産、製造、飲食、宿泊業活性化
	雄踏町商工会	全国唯一・夜の観光漁「たきや漁」を核とした観光産業育成事業	夜の「たきや漁」	観光漁・観光ルート・商業活性化
	三ヶ日町商工会	三ヶ日町「日本一のみかんの里」全国展開プロジェクト	みかん	一体化・観光問題解決・農商工連携・イベントワークショップ
愛知県	新城市商工会	江戸時代の交易拠点「山湊馬浪」復活プロジェクト事業	地域歴史	「山湊馬浪」復活・広域物流・ブランド
	豊明市商工会	「桶狭間の合戦・開戦 450 年と心やすらぐ十三仏路の旅全国発信	地域歴史	十三仏路の旅・桶狭間古戦場・全国に発信
	東郷町商工会	日本人を元気にする特産品“愛2”全国発信プロジェクト	イチジク・古代米	商品化・特産品開発・ブランド化
	稲武商工会	「ブルーベリーの里」の構築、稲武ブランド展開事業	ブルーベリー	商品開発・既存地域資源を生かす・ブランド化
三重県	松阪西部商工会	奥松阪（香肌峡）の自然と農林資源特産品の全国発信事業	地域野菜	きれいな水と空気・高原野菜などの農林資源・就業機会増加
	志摩市商工会	小さくてもきらりと光るアウトレットブランド開発事業	真珠養殖 水産養殖	多品種な水産物・農商工連携・商品化・持続可能観光地
	菰野町商工会	おかえりなさい、夕焼け空に赤トンボ舞うマコモの里へ	マコモ	体験型ツアー・料理メニュー・マコモ粉末特産品・来訪者増加
	度会町商工会	伊勢の山の贈り物・ししと鹿を活用したお伊勢さんブランドづくり	猪・鹿	プラスの地域資源・特産品創作、販売・地域経済振興
	紀北町商工会・御浜町商工会・紀宝町商工会	東紀州の国〜『逸品おみやげ・逸品名物料理作り』〜	地域名物	農林水産資源・小規模事業者・逸品特産品・逸品名物料理・開発商品化
滋賀県	稲枝商工会・愛知川商工会・秦荘商工会・甲良商工会・豊郷商工会・多賀商工会	近江湖東地域広域観光産業創出事業	地域観光	21世紀の観光・観光ブランド化・新たな産業創出・産業構造転換・地域活性化
	栗東市商工会	環境モデル型事業（低炭素社会実現創出事業）	山林	地元産業森林組合と連携・低炭素化社会・特産品開発
	安土町商工会	安土エコによし！西の湖ヨシ・プロジェクト	地域観光	ブランド化・体験コンテンツ・観光開発事業地域観光
	虎姫町商工会	近江虎姫プロジェクト88〜すべての人にやさしい特産品開発〜	地域食材	地産地消・安心安全・環境負荷の低減
兵庫県	南あわじ市商工会	「淡路玉葱」を活用した軽食メニュー『オニコロシリーズ』全国展開プロジェクト	玉葱	軽食メニュー・オニコロシリーズ商品・全国への販路開拓
	但東町商工会	但馬縮緬を活用した若者向け商品開発・販売開拓事業	但馬縮緬	ファッションマーケット・地場産業・住民雇用創出・活気地域

兵庫県	温泉町商工会	温泉力を活かした新湯治場「夢と温 もりの郷、湯村」ブランド構築	温泉	地域資源・地域一体・収益性・ 継続性・効果的事業展開
	生野町商工会	生野鉱山の食文化「鉱山杜宅のハヤ シライス」復刻プロジェクト	ハヤシライ ス	商品化・地域連携・地域商業の 活性化
奈良県	王寺町商工会 河合町商工会	「大和野菜」を使った産学連携によ る西大和特産品開発	野菜	産学連携・イメージづける・特 産品開発
	黒滝村商工会	吉野材を活用した教育、福祉、環境 関連製品の開発と温もりプロジェク ト	林業	木材資源利用・教育、福祉、環 境のテーマ・伝統工芸技術・就 業人口の増加
	下北山村商工会	下北山村「きなり」の恵み プラン ド構築プロジェクト	地域観光	特産品開発・世界遺産・地域活 力・中心産業
和歌山県	日置川町商工会	体験教育旅行「民宿の里」構築と御 当地グルメ（BI）挑戦	民宿	体験教育・修学旅行・地産地消・ 地産地商・売上「一億円以上」
	本宮町商工会	世界遺産熊野古道の資源を活用した 着地型プランの開発と全国展開	熊野古道	「蘇り、導き、癒し」・平安衣装 結婚式・着地型観光
鳥取県	鳥取市東商工会	農商工連携・鳥取砂丘魅力アップ事 業	らっきょ う・梨	農商工連携・共同商品開発・自 主運営
	米子日吉津商工会・伯耆 町商工会・大山町商工 会・江府町商工会・南部 町商工会	大山山麓と東京下町商店街との連携 による元気アッププロジェクト	食品・料理	加工飲食品・料理・東京マーケ ットへ・地域活性化
	若桜町商工会	SLが走る道の駅！若桜鉄道レトロブ ロジェクト	鉄道	鉄道ファンの心を熱くする・レ トロの風情・地域資源活用
	三朝町商工会	世界有数のラジウム温泉と歴史のま ち「三朝温泉」ブランド化事業	温泉	滞在型療養・町歩きガイドシス テム・地域経済活性化
	日野町商工会 日南町商工会	鳥取県『奥日野∞たたらツーリズム』 全国展開プロジェクト	古文書	日本一・観光開発・特産品開発・ 雇用創出・地域経済活性化
島根県	島根県商工会連合会 美郷町商工会・石中央商工 会・美濃商工会・津和商 工会・江津商工会議所	石見地方の地域資源を活用した生活 関連製品群の開発・販売開拓事業	伝統的工芸 品、モノづ くり技術	伝統工芸産業・ものづくり技術・ 事業所と連携・地域ブランド・ 認知度向上
	まつえ南商工会	美肌効果「姫神のぐるめ」特産品開 発、観光開発事業	地域観光	観光開発・農林水産資源活用・ 出雲神話ルート観光・体験観光
	川本町商工会	川本町リーディング商品開発プロジ ェクト～西条柿アイスクリーム DE 活性化～	柿	アイスクリーム開発・情報発 信・販路拡大・官民一体
	吉賀町商工会	清流日本一の高津川に育まれた水産 物、有機農産物を活かした特産品の 開発、PR 事業	農林水産物	清流日本一・特産品開発・新た な販売方法・認知度向上・交流 人口拡大
岡山県	岡山県商工会	「岡山てみやげコレクション」開発 プロジェクト！	土産品	土産品に相応しい商品・ロ組み 宣伝・全国に発信
	岡山西商工会	農商工連携で廃棄物を地域の宝に～ 「乳清（whey）」を使ったオリジナル 商品開発～	乳清	地元牧場廃棄物を利用・農商工 連携・オリジナリティ高い特産 品・地域ブランド化

岡山県	阿哲商工会	医・食・住で“健康のまち新見”づくりプロジェクト	地域食材	新見で健康・医食住結び・特産品開発・観光振興・健康産業
	備前東商工会	おらが海とおらが山の心を癒す四季折々の食と観光のコラボ	地域観光	四季食と観光・本来地域魅力・小規模事業者・売り上げ2倍増
	赤磐商工会	良い米・良い果物どころ「赤磐」の安心安全のものづくり	果物、米	果実酒・地域代表産品・イメージアップ・顧客層開拓
	浅口商工会	あさくち“ブランド創生”プロジェクト	かぼちゃ・イシモチ	小規模事業者連携・存在資源を活用・特産品開発
	吉備中央町商工会	吉備高原に輝くブルーベリーの健康パワーで地域農業をイノベーション	ブルーベリー	健康パワー・6次産業化・他の特産品と融合・体験参加型イベント・交流文化産業
広島県	広島県商工会	広島の鉄板文化から生まれた焼きそば『ひろしま焼きそば“ぶちうま”』の全国展開	焼きそば	鉄板文化・試作品開発・広報展開・地域活性化
	尾道しまなみ商工会	瀬戸内の商都に秘められた古代みすてりー発見！	地域歴史	周遊コース・特産品開発
山口県	阿東町商工会	キラッ！！ワンダーアップル	りんご	地域資源認定・りんご系スイーツ・洋風総菜開発
徳島県	徳島県商工会	「AWA 大谷焼」の新たな産業分野への開拓プロジェクト	大谷焼の伝統工芸	国の伝統工芸品・魅力・優位化・異業種との連携
香川県	高松市牟礼庵治商工会	地域資源を活用した調理器具とオリジナルメニューの開発プロジェクト	調理器具	石材の廃材を活用・新たな調理器具開発・地域農水産品うを活用・オリジナル・地場産業
	小豆島町商工会	近代化産業遺産―醬の郷を活かした瀬戸内の島活性化プロジェクト	醤油蔵群	近代化産業遺産・日本最大級・醬の郷ブランド化・地域産業
	琴平町商工会	こんぴらニンニク×「アートなこんぴら門前町」活性化プロジェクト	ニンニク・門前町	ニンニクブランド化・門前町魅力アップ・若い世代のニーズに対応
愛媛県	愛南町商工会	希少柑橘「愛南ゴールド」を活用した3ステップ新事業展開プロジェクト	柑橘	地域象徴・ブランド認知向上・商品力向上・提案力向上・営業力向上
高知県	中土佐町商工会	四万十川の恵みと黒潮の幸の地域連携「食」ブランド創造プロジェクト	地域食材	小規模生産者・安心安全・地域力活用型
	梶原町商工会	生活者参画型・エコで美味しい「食」づくりプロジェクト	地域食材	環境にやさしい・体にやさしい・心にやさしい・環境保全型
	四万十市西土佐商工会	四万十栗再生プロジェクト～距離のハンディを乗り越えろの巻～	栗	地域自立・新商品開発・自然との共生・人間性の回復
福岡県	福岡商工会連合会	「福岡ブランドmobi」プロジェクト	インターネットサイト	地域特産品を動画で紹介・地域ブランドサイト・リーチ拡大
	みやま市商工会	歩くんです！みやま市～ウオーキングと健康の里づくり	特産品	健康の里・ヘルスプロモーション商品づくり・着地型観光
	赤村商工会	赤ブランド開発・普及活動の実施	農産物	赤ブランド・減農薬・有機農産物・癒し・安全安心

佐賀県	多久市商工会	＜多久女山物語展開事業＞～在来野菜を活用した農商工連携のファーストステージ～	大根	小規模事業者・伝統野菜・都市部に市場を開拓・農商工連携
	嬉野市商工会	“Japan Beauty URESHINO” 美肌浸透事業	温泉	美肌の湯・女性向け・連泊滞在旅行商品・地域各層連携
	太良町商工会	『豊食の郷・太良町』の・太良福頭からお尻までまるかじりプロジェクト	農林水産物	農林水産資源・全国通用・名物食材・加工食品開発・廃棄対象の再生利用
長崎県	長崎南商工会	『近代化産業遺産群』歴史探訪の旅（長崎の新しい観光ルートづくり）	軍艦島	観光・飲食・体験・差別化・特産品開発、改良・販路開発
	松浦市福鷹商工会	島からの発信！二つの島が織りなす“やかばい”プロジェクト	石材・農水産品・歴史遺産	鷹島肥前大橋開通・いり込み客増大・地域資源・歴史遺産
	南島原市商工会	南島原おいたち自慢プロジェクト	そうめん	歴史・技術・知恵・地域特産・情報発信
熊本県	阿蘇市商工会	食の阿蘇『あそんだご汁ブランド』構築プロジェクト	だご汁	全国に浸透・地域振興発展・地産地消・農商工一体
	七城町商工会・泗水町商工会・旭志村商工会	元気づくりプロジェクト～食べて健康・訪れて元気になる地域づくり事業	米・茶・桑の葉	健康・特産品開発・地元食提供・交流人口増加・地域ファンづくり
	南阿蘇村商工会	「みなみあそくらしめぎり」～南阿蘇村ブランド化観光実践事業～	ガイドツアー・あか牛料理・体験観光	通年提供・来訪者滞留時間増え・観光消費増加
	五木村商工会	五木村よかもん創りプロジェクト	農産品・鹿肉を使った鍋	独自の鍋・安心安全・民宿・飲食店連携・近隣町村連携
	あさぎり町商工会	あさぎり「〇ごと体験」ツアー作成プロジェクト	地域観光	体験観光・新しい取り組み・特産品開発
大分県	野津原町商工会	肥後街道宿場町再興プロジェクト	特産品	特産品開発・観光資源開発・地域ブランドづくり
宮崎県	高城町商工会	「豚タンのまち・都城」産品創出・推進プロジェクト	畜産副生物	全国通用・売れるものづくり・畜産副生物利用した食品開発
	新富町商工会	湖水ヶ池「夢れんこん」ブランド化プロジェクト	レンコン	土壌改良・特産品開発・ブランド化・販路拡大
	東郷町商工会	牧水の里「とうごう」買ってよし、食べてよし、訪れよし『食』に開発事業	特産品	観光振興・既存特産品改良・地域資源掘り起こし・全国に展開
鹿児島県	霧島市商工会	医＋観光＋食で“癒しの里霧島”構築事業	温泉	独特ミスト感覚たっぷり・新たな温泉スタイル・癒し・ストレス解散
	志布志市商工会	「志のまち」から全国へ～新たな鹿児島の「黒」創造プロジェクト～	「黒」商品	安心安全・新たな「黒」商品開発・既存商品改良・地域経済発展

鹿児島県	瀬戸内町商工会	地元有機素材にこだわった基本調味料「さ・し・す・せ・そ」の開発	調味料	5種類調味料のからし入れ特色ある調味料を開発・経営改善・地域活性化
	喜界町商工会	喜界島の特色ある作物を使った健康志向の特産品開発	地元農産物	健康志向・情報発信イベント・展示会・特色ある商品開発
	与論町商工会	地元素材でつくるエッセンシャルと基礎化粧品	地域産物	癒し・独自性高い特産品開発・観光開発・定住人口増大
	中種子町商工会	皆既日食を活用した観光事業「時の芸術祭」と「種子島の逸品」の開発	皆既日食・特産品	世界最大の皆既日食・観光開発・特産品開発・特徴的な商品開発
沖縄県	豊見城市商工会	「農商工連携・産学連携」による豊見城型観光振興プロジェクト	地域産業	農商工連携・産学連携・商品化・地域産業振興
	恩納村商工会	「恩納ブランド」と「琉歌の里おんな」地域イメージブランド構築	特産品	ほとんど無かった特産品や冬場観光コースの開発・特産品ブランド化・地域ブランド化
	座間味村商工会	慶良間グリーンツーリズム開発事業	野菜	無農薬栽培・観光産業の主・有機栽培野菜・グリーンツーリズム事業
	ハ重瀬町商工会	南国のカラフルベジタブルを活用した楽しい食の提案	地域野菜	アイデンティティの確立・ブランドイメージ確立
	宮古島市伊良部商工会	架橋開通を機会とした特産品及び観光開発による地域活性化プロジェクト	架橋開通	結ぶ架橋開通・観光客急増・観光商品開発・雇用拡大・地域活性化

(2009年度「地域資源∞全国展開プロジェクト」採択案件の本体事業(商工会分)による作成)

謝辞

本論文は、中川正先生の指導や助言によって、作成することができました。心から、中川正先生に厚く御礼申し上げます。また、この2年間、研究指導を頂いた森正人先生、安食和宏先生、東廉先生、朴恵淑先生、石阪督規先生、藤本久司先生、尾西康充先生、豊福裕二先生に心から、感謝申し上げます。

また、本論文は文部科学省学習奨励金の助成を受けており、文部科学省にも感謝申し上げます。

本論文の調査の実施にあつたては、菰野町役場観光産業課農林振興係り主査飯田隆志様、観光商工推進室室長神田薫様、役場企画情報課の方々、菰野町商工会経営指導員河合千春様、マコモ生産者大橋徳紀様、道の駅「ふるさと館」の従業員の皆様、菰野町観光協会と湯の山温泉協会の皆様、旅館蔵之助の若女将矢田麻理子様など、数多くの方々の協力と助言を頂いて、心から、感謝申し上げます。

また、いつも相談に乗っていただいて、お世話になった同院生室の大塚英理子様に感謝します。

最後に、いつも精神的、経済的に支えてくれた夫と両方の両親に感謝いたします。

皆様方、本当にありがとうございました。