

平成 17 年度マスターセンター補助事業

地域特産品とその流通の現状調査研究
報 告 書

平成 18 年 1 月

社団法人 中小企業診断協会 千葉県支部

は じ め に

千葉県は四方を海と川に囲まれ、水と緑の自然に恵まれ首都圏の東側に位置し、冬暖かく夏涼しい海洋性の温暖な気候である。

千葉県は、農林業では、野菜生産全国1位、米生産全国7位、花生産全国4位、なし生産全国1位、びわ生産全国2位で、日本酪農発祥の農業県であり、水産業では、海面漁業・養殖業生産量全国5位、水産加工品生産量全国3位の水産県でもあり、首都圏へ新鮮な農水産物を安定的に供給している。

初冬から年間を通じて楽しめる花々、太平洋・東京湾で体験できる豊富なマリンスポーツ&レジャー、里山をいろいろ日本一遅い紅葉など四季折々の観光資源にも恵まれており、首都圏からのアクセスも容易である。

これらの恵まれた資源を有効に活用するため、地域の特産品を、ハードグッズ（地元産品を二次加工した商品）、ハーフグッズ（伝統的な製品に消費者が参加 / 体験する製品）及びソフトグッズ（消費者が生産地を訪れてイベントに参加したり、施設を利用することで、ハードグッズの購入や飲食などの消費を促すもの）という3つの側面から再認識し、ハードグッズ/ハーフグッズ/ソフトグッズを効果的に組み合わせ、情報をタイムリーに発信することによって、首都圏を中心に顧客を呼び込み地域活性化を促進したい。

今回、中小企業診断協会千葉県支部では「平成17年度マスターセンター事業」として、「地域特産品とその流通の現状の調査研究」を実施した。

この調査の結果が、今後地域活性化のご参考になれば幸いに存じます。

最後に、調査研究にこころよくご協力を頂きました地域キーマン及び関係者の皆様方に心よりお礼申し上げます。

平成17年1月

社団法人 中小企業診断協会 千葉県支部
地域特産品とその流通の現状の調査研究会

目 次

はじめに	1
目次	2
第1章 地域特産品の調査研究の概要	3
1.千葉県における生産地と消費地の特色	3
2.調査地域の設定	3
3.地域特産品の定義	4
4.調査の方法	6
第2章 地域別の調査	7
1.房総半島中央部	7
2.成田空港周辺地域（芝山地域）	19
3.北総地域	34
4.東総、九十九里地域	38
5.房総半島西南部（東京湾岸：富津～館山）	53
6.房総半島東部（太平洋岸地域）「鴨川市みんなみの里」	65
第3章 提言	76
1.現状の評価	76
2.消費者から見た要望点	76
3.生産者側の当面の課題	76
4.長期戦略へ向けたステップづくりへ	76
おわりに	77

第1章 地域特産品の調査研究の概要

千葉県における地域特産品を調査研究するにあたり、その特産品の消費者像を考えることは必要である。地域特産品としてPRし、消費者に注目され、継続的に消費してもらうためには一定の条件があると考えらるべきで、本調査での特産品を改めて定義づけすることとした。

1. 千葉県における生産地と消費地の特色

千葉県の農業出荷額は全国第2位、北海道は別格と考えれば実質トップということができる。銚子港が首都圏に近いことから広く銚子港が使われることを考慮しても、千葉県の漁業水揚量は全国トップクラスと言えよう。いずれも首都圏という大消費地に近いことから、生鮮品素材として大手食料品メーカーや商社に引き取られる割合が高く、食品工業の立ち遅れの一因となったと思われる。

農業と漁業の従事者も減少をたどり、かつ高齢化もすすんでいる。このことから量的拡大又は量的生産性を求めるばかりでなく、加工度を高めた付加価値の創造も追求されるべきで、地域で特産品を開発する必要性は高まりつつあると考える。一方で、房総半島南部では人口減少、過疎化の兆しが見えるなか、都市部からの人口の流れをつくることも求められ、観光開発という“ハレ”の行動ではなく、日常生活の一部としての“ケ”の実現への可能性を探ることも必要であろう。

一方、消費地としての人口集積は、千葉市とその周辺に100万人、船橋市・市川市とその周辺に100万人、松戸市と柏市の周辺に100万人の人口があり、この3地区の外周部を加えると約400万人の人口を抱えている。

しかも、30～40年前に宅地開発や住宅団地が造成された地区が多くあり、年齢構成からみても他の地区とは異なる特色をもっている。更に後背地に巨大な人口を擁する東京圏も見逃すことができない。

2. 調査地域の設定

人口の生産地と消費地の交流を考えると、地域産品の移動の主要な手段とは大きな隔たりはないように思える。移動手段に道路と鉄道を挙げることが妥当と思われるので、これに合わせた調査地域を設定することとした。即ち、次のようになる。

(1) 房総半島中央地域

JR総武本線と千葉東金道路に沿う内陸地域とする。千葉市、船橋市、市川市、さらに東京圏と直結する千葉県の動脈地帯にあたる。

(2) 成田周辺地域

成田空港を中心として、新空港道、東関東道に沿う地域とする。空港利用者はもとより、観光地としても集客力をもっており、空港関連の特産品開発もすすんでいる地域である。

(3)北総地域

J R成田線と国道356号、東関東道、東総道路に沿う地域とする。成田市を經由して千葉市や松戸市・柏市と結ばれており、消費地の人口の多い地域である。

(4)東総・九十九里地域

J R総武本線と国道126号、千葉東金道路に沿う地域とする。水産資源の豊富な地域でもある。

(5)房総半島東部（太平洋岸）地域

J R外房線、いすみ鉄道と国道128号、297号、房総スカイライン、清澄養老ラインに沿う地域とする。観光開発のすすんだ地域であり、すでに特色ある地域産品の開発も、県内では先行している地域である。

(6)房総半島西部（東京湾岸）地域

J R内房線、久留里線と国道127号、16号、館山道に沿う地域とする。東京湾アクアラインで神奈川県川崎市と直結している。

3.地域特産品の定義

地域特産品の調査にあたり、調査対象とした特産品は生産地に限定することとした。もちろん、消費地にも生産者はおき、特産品もあるが、今度の調査対象からは外すこととした。

ここでの地域特産品とした特長と課題を列挙すると次の通りとなる。

- 生産量は比較的小量で、通年生産していない
- 農産品、山菜などの地域資源を活用している
- ブランドはまだ確立されていない
- 新鮮で安心かつ安全を開発コンセプトの基本としている
- 消費地にまではPRされていない
- 販売ルートは脆弱である
- 消費地のニーズに合致している
- 食に関する伝統や文化が加えられている
- 農村や海洋の生態系を保持している

一方、地域特産品はその地域特有のハードグッズ（有形財）だけでなく、間接的にハードグッズの消費を伴う、或いは生産地での時間消費や生産地特有の体験をするソフトグッズ（無形財）を加えることとした。

生産地の産品の付加価値を高める余地の大きい郷土料理などを視野に入れることも想定している。

地域特産品を3つに分類することとした。

(1)ハードグッズ

地域の産品を2次加工した製品で何らかの特長をもっている商品

(例示) ・健康志向や美容志向が強調されている

- ・美味であり、ネーミングや包装形態に工夫が加えられている

(2) ハーフグッズ

伝統的な特産品づくりに消費者が参加した（消費者の体験を加えた）製品

(例示) ・田植・稲刈り、天日干しに消費者が参加する自作米づくりによる地域交流

- ・地域の原料を使い消費者が参加する自作梅干しや自作味噌づくりによる地域交流

(注) 生産者グループが作る産品に「手作り」をつけることはすでに定着しているの

で、消費者が参加して特産品づくりをすすめた場合に「自作」として区別することとした。

(3) ソフトグッズ

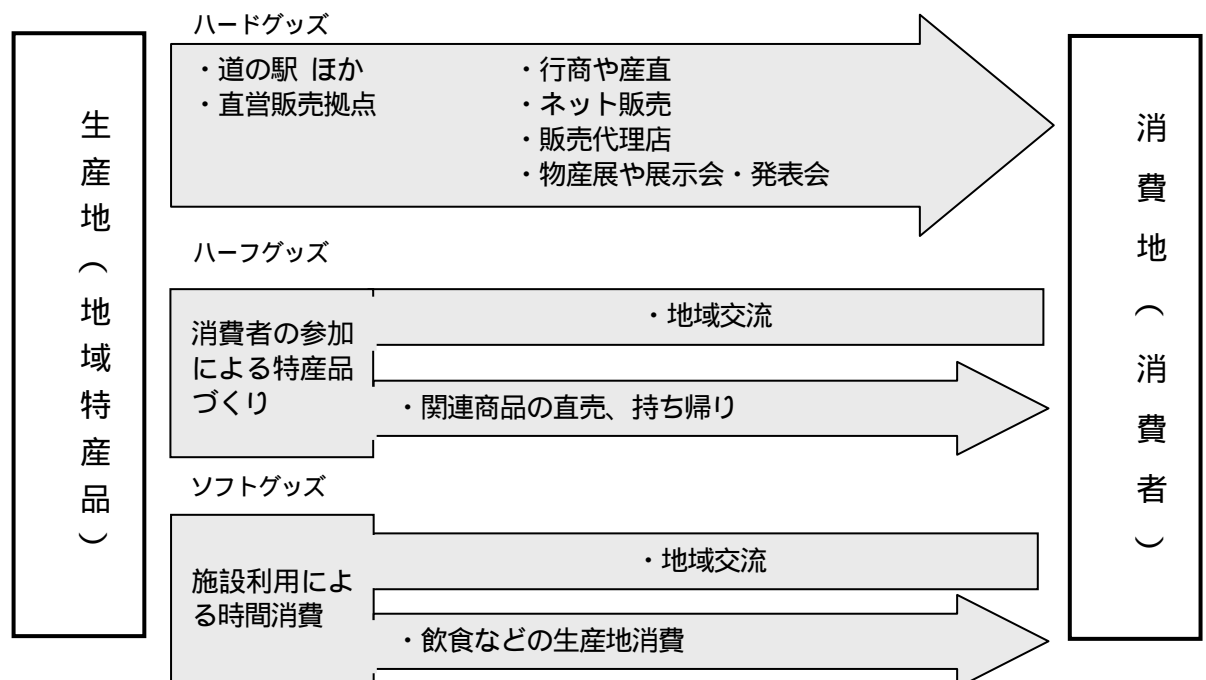
消費者が生産地を訪れてイベントに参加したり施設を利用することが日常生活化すれば地域間の交流は定着化するであろう。ハードグッズの購入やハーフグッズ作りへの参加を促すものである。

(例示) ・日帰り温泉、蛸狩りなどで地域特産品の持ち帰りや飲食店の利用を促すもの

- ・地域のイベントに参加することにより、地域のPRによる地域特産品の普及に貢献するもの

- ・地域資本による休憩所、遊園地など

- ・地域産品を主体とした郷土料理店



4.調査の方法

調査地域ごとに1～2ヶ所を選定し、現地調査することを調査の原則とした。アンケート調査を採用しない理由を挙げると次のようになる。

- 調査対象が把握しにくい

○マネジメントがすすんでいる生産者グループの回答が多くなると、集計結果は母集団と乖離する心配がある

- 地域特産品の生産工程やPRの方法を具体的に把握しにくい

しかし、現地調査には時間的制約が多いので、現地調査を補う資料は自治体のパンフレットから収集することと、地域のキーマンへのインタビューを併用することとする。

(大橋唯男)

第2章 地域別の調査

1. 房総半島中央部

(1) 地域の特徴 房総半島中央部としては酒々井町、八街市、山武町に限定して考察する。

成田周辺、酒々井町

酒々井町は、佐倉市の東部に隣接し、町域は北総台地に広がる。気候は極めて温暖で、また、緑豊かな自然にも恵まれている。そのため昭和50年代に入ると大規模な住宅開発が進み、急激な人口増加により、これまでの農業中心の町から住宅都市へと大きく変貌した。町の中心部にはJR成田線と京成電鉄が通り、南部にはJR総武線も横切る交通至便な町である。

酒々井町は文明年間（1469～1484）千葉輔胤によって築かれた本佐倉城が置かれた地で、千葉市宗家の中世城郭として百有余年もの間、大いに隆盛をきわめた。江戸時代を迎えると成田や芝山参詣客の宿場町となり、多くの旅人で賑わったという。

だが、現在の酒々井町は、観光的にみると弱い。名の知れた見どころもなく、レジャー施設も少ない。今、町ではハープに力を入れており、「ハープのまち酒々井」をPR中である。

面積 約19平方メートル 人口 約2万人

地名の由来：酒々井の伝説

昔むかし、印旛沼の近くの村に年老いた父親と孝行息子が住んでおった。父親はたいそう酒好きで、親思いの息子は毎日一生懸命働いて父親に酒を買っていたんじゃ。ところがある日、どうしても酒を買う金がつくれずに、とぼとぼ歩いて家に帰ろうとしていた。その時、道端の井戸から何とも良い香りが「ふうん」としてきた。井戸の水をくんでなめてみると、それは本物の酒だったんじゃ。さっそく帰って父親に飲ませると、「こりゃうまい酒だ。ありがたい、ありがたい」とたいそう喜んだ。息子はそれから毎日、毎日井戸から酒をくんで飲ませたんじゃ。ところがこの酒は、親子以外の人が飲むと、ただの水になってしまうんじゃな。「きっと、孝行息子の真心が天に通じたに違いない」とみんながほめたたえた。この酒の話しが広まり、村もいつか「酒々井」と呼ばれるようになったということじゃ。』

八街市

千葉県の内陸部にあり、市域の南西部分は千葉市と接している。平成2年9月、人口は5万人を超え、平成4年4月には県内30番目の市に昇格した。約40分で県都へ出られるため、ここ数年は千葉市のベッドタウンとして、人口は急速に増加している。

八街の産業は農業が中心である。中でも落下生に力をいれており、その収穫面積はトップで農地全体の4.5%を占める。八街産の落下生は、品質がよくて大粒で味もよく、今では県内だけでなく全国的に知られるようになった。市のシンボルキャラクターにまで「ピーちゃん、ナツちゃん」の愛称を漬

けた落花生を用いるなど、まさに八街は落下生の町である。ほかにもスイカの収穫も多く、また酪農も営まれている。

面積 約 75 平方メートル 人口 約 7.7 万人

地名の由来：八街

当市の中でも古い歴史を持つ旧川上地区と文違、榎戸、大関は天正 19 年（1591）の徳川検地（徳川家康江戸入府の翌年）の時には、すでに村として確立されていたものと推定されているが当市の多くは、江戸時代には佐倉七牧とよばれ幕府の野馬の放牧地であった。

明治初年、新政府は救民対策事業として幕府の放牧地であった小金、佐倉両牧の開墾を決めた。佐倉牧の部分であった柳沢牧、小金牧、佐倉牧の開墾が始められてから 8 番目に行われたので「八街」の地名が明治 5 年 11 月 2 日につけられた。

山武町

千葉県ほぼ中央部に位置する、杉と果樹園の多い町である。町の総面積の 47% が山林で、その大半に山武杉を植えている。

町の財産である山武杉は高級建材の材料となり、今でも町内には多くの建具職人が建材で、彼らは自慢の腕を競い合い、オリジナリティ豊かなすばらしい作品を生み出している。この山武杉を用いてペン立て、コースター、置物等、木の香り漂うお土産として好評をえている。

果樹園も町のあちこちに点在する。果樹協会に加盟している果樹園だけで 23 ほどあり、ブドウ、梨、くり、オレンジなどが次々に実をむすぶ。メロンやトウモロコシなど栽培も盛んで、県内でも珍しい放牧を営むところもある。

日向地区を流れる作田川堤には約 4 本の桜並木が続き、桜の名所として親しまれている。

面積 約 52 平方メートル 人口 約 2.0 万人

佐倉市

千葉市花見区と南西に隣り合っており、北部には印旛沼が広がっている。千葉市や東京のベッドタウンで、交通網も発達しており、JR 総武線と京成電鉄が東西に走っている。

佐倉の歴史としては、江戸初期に土井利勝が徳川家康の名を受けて佐倉城を築き、後に堀田氏の居城となって数百年の間、佐倉は城下町として繁栄した。その面影を残すのが、新町周辺で、城下町特有のカギ型の道や古い町並みが見られ、情趣あふれる雰囲気がある。

見どころは新町のほかに、やや離れたところに点在している。近代的でやや風変わりな建物の川村記念美術館があり、また、北方の印旛沼周辺には草ぶえの丘やチュウリップ広場などがある。

面積 約 104 平方メートル 人口 約 16 万人

(2) 地域特産品（酒々井町、八街市、山武町、佐倉市）

ハードグッズ（酒々井町、八街市、山武町、佐倉市）

品 名	特 徴	備 考
清酒	300年の歴史を誇る蔵元飯沼本家、酒々井の自然と伝統に、さっぱりした辛口	酒々井町
落花生	純千葉産の豆、風味豊か、おがわのピーナッツ	酒々井町
和菓子、菰々	地元酒々井の歴史と風土をテーマにした和菓子、(有)菰々	酒々井町
ハーブ	ハーブガーデンを設置して普及を図っている。ハーブを酒々井の新たな特産品をめざす	酒々井町
自然薯	滋養強壮食、農産物のブランドをめざしている。生産組合	酒々井町
冶酒ケーキ	地酒「やちまた誉」と卵白で焼き上げ	八街市
落花生	周辺の土壌が最適、日本唯一「千葉県農業試験場落花生研究室」、落花生豆腐、生あえ、味噌、せんべい、ピーナッツ飴、バターなど多数、多数の商店あり	八街市
レトルトゆで落花生、郷の香	採れたての落花生を落花生をレトルト加工	八街市
スサ、リンゴ、栗	山武の特産品	山武市
手作りせんべい	上質米を使用、ひとつひとつ心を込めてつくる、佐倉煎餅	佐倉市
下総組紐	手作りの帯錦、久田余松組紐研究所	佐倉市
和弓の矢	真竹、女竹を使った漆塗りの江戸風花器など工芸品、鳥山弓具店	佐倉市
地酒	佐倉産の米を原料に良質の地下水を使用。(株)旭鶴	佐倉市
佐倉の味噌	古き佐倉の味を伝える、(株)ヤマニ味噌	佐倉市

ハーブグッズ（酒々井町、八街市、山武町、佐倉市）

品 名	特 徴	備 考
農産物加工直売所「しすい味だより」	地域の農産物を加工、販売する。国産大豆を用いたみそ、豆腐、山菜おこわ、さしみコンニャク	酒々井町
花火	色、音、光の演出者、県内外で活躍（有）一福煙火店	酒々井町
山武杉	山武杉の産地、高級建具の材料であり町内には多くの建具職人がおり、リサイクル豊かな作品を生みだす、花粉の少ない杉と確認されている	山武町
稲作体験	4日間で田植え、草刈（2日）、稲刈り体験	山武町
ういんける佐倉	佐倉市観光土産品組合直売店	佐倉市

ソフトグッズ（酒々井町、八街市、山武町、佐倉市）

品 名	特 徴	備 考
しすいハーブガーデン	世界各地のハーブを収集、本格的ハーブガーデン、ハーブ苗の直売あり	酒々井町
さんぶの森公園	自然とふれあう、郷土の歴史、文化活動	山武町
佐倉フェリッツまつり	佐倉ふるさと広場、40 数万本	佐倉市
川村記念美術館	17 世紀のレプリカからルノアールなど印象派を中心に名品を展示	佐倉市
佐倉・印旛沼花火大会	夏のイベント	佐倉市

(3) 地域のキーマンとのインタビュー

酒々井町 酒造（飯沼本家の紹介）

酒々井町は穀倉地帯北総台地の中ほどに位置し、酒造りに適した水を豊富に生み出すところから上にあげた酒の井伝説ちなむ地名になったという。それだけに酒造りに適した自然環境に恵まれている。株式会社飯沼本家はこの中心部に位置し、昔ながらの手造りにこだわる一方、高品質を保つために最新技術を積極的に導入し、平成 5 年には「北総蔵」を完成させ、人の感性を活かす酒造りのできる最新鋭設備を整備した。

以下に地域特産品として飯沼本家の日本酒造りを取りあげる。なお、写真等一部飯沼本家のホームページを参考にしている。

1) 株式会社飯沼本家の概要

住所：千葉県酒々井町馬橋 106

電話：043-496-1111 曲り家：043-496-1001 FAX：043-496-5718

設立：1925 年 11 月

代表：飯沼喜一郎 杜氏（出身地）：菅原昭六（岩手県）

創業：元禄年間

従業員：120 名

資本金：1,000 円

主要生産品目：清酒、焼酎、梅酒等

飯沼本家の日本酒代表銘柄

銘柄	タイプ	原料米	精米歩合	アルコール度	日本酒度	酸度
甲子正宗	本醸造	日本晴他	68%	15～16	+1	1.6
特徴—蔵元の代表銘柄ですっきりと洗練された味わいの本格うま口酒						
甲子 大吟醸	大吟醸	山田錦	44%	15～16	+4	1.3
3年貯蔵酒	特徴—丹精込めて醸し出した大吟醸を貯蔵。熟成したまろやかさと深みのある味わい					
甲子大吟醸	大吟醸	八反錦	50%	15～16	+4	1.3
粹一撰	特徴—すっきりしたキレのよい飲み口と上品な吟醸香のお薦め品					
甲子	吟醸	山田錦 / 八反錦	58%	15～16	+3.5	1.5
吟醸生酒	特徴—酒造好適米を高度精米した本生でフレッシュでフルーティな味わい					
治右衛門の酒	本醸造	八反錦 / もち米	68%	15～16	—4	1.6
特徴—伝承の技、もち米四段仕込みによる極上の甘口酒						

岩手県の南部杜氏から酒造りの技を受け継いだ青年数人が近代的に整備された「北総蔵」の中で米と麹と水と格闘していた。若い感性とフルに活かして「伝統と個性」を両立させようとしている。

2) 酒々井まがり家

敷地入り口には「酒々井まがり家」があり、これは新潟県旧清野邸を移築した独特な造りの民家で、一階がお休み処と試飲コーナーがあり、二階はギャラリーとなっており、畳にうえて寛ぎながら団体の見学者はおつまみをほおばり、造り立てのお酒を飲みながらしばしの間歓談を楽しむことができる。

また、定期的に地域の芸術家らの個展を開き、地域の文化活動に貢献している。

英語のパンフレットが目をはくが、成田空港での乗り換え客対象のツアーを始めており、外国人も興味をもって訪れるようだ。ここは、外国に一番近い日本の酒造とのことである。

千葉県は魚も野菜の有数の産地であり、千葉県の日本酒消費量のうち3分の2は他県からの移入で賄われており、これを解消するためにも千葉の食べ物に合う酒造りも課題の一つであろう。



酒々井まがり家



酒々井まがり家 1階 試飲コーナー

3)飯沼本家の酒蔵

J R総武線の南酒々井駅の降りて小高い坂を登ると森の緑の田園風景が現れ、かなり酒蔵からかなり遠い個所から飯沼本家の敷地で、自然環境を大切にしているのが実感できる。酒の涌く井戸の伝説が残る酒々井町の丘陵地の森の緑に囲まれて醸造元の飯沼本家の酒蔵が並んで合いる。門を入ってまず目につくのが、古木が旧家の屋根を突き破っているのが印象的である。これは古木と旧家を守るために屋根に穴をあけているものであり、古いものを大切にしている姿勢が見える。古い蔵の入り口、大正ロマンの漂う応接間がある。元禄年間（1688～1704）からお神酒を造り始め、本格的な酒造りは明治になってからとのことである。現社長は、千葉県酒造組合の会長をつとめている。



酒造蔵入り口

当社の年間清酒生産高は約 1,000 ㎞リットルに達し、千葉県では第 1 位だが、他の清酒メーカー同様生産、販売の両面でいろいろ問題が山積みしている。生産面では清酒造りの職人である杜氏の高齢化と後継者不足がある。このために、この酒蔵には、杜氏や蔵人という名称がなく、5～6 年前から社員が仕込み作業を行うようになっている。これは、近い将来社員が酒造りをやらなければならないと考えた結果である。また、93 年にはコンピューター管理の生産工程を導入し、少ない蔵人でも品質の高い清酒を生産できるシステムを構築している。同時にその発想から新しい仕込み槽（ステンレス製）を擁した鉄骨造りの近代的な北総蔵を建設している。問題は販売面の販路拡大で、当社は長期熟成酒の開発や

若者向けの低アルコール酒に開発にも注力しているが、販売は期待したほど伸びていない。



【北総蔵入り口】 昔の酒造りの道具が陳列



【北総蔵の外観】

敷地の奥、
大きな北総蔵に入ると、展示された稲作
や酒造りに関連した道具類が展示されており、
ここでも古いものを大切に保存している。さらに3階に上ると、最新の機械類が設置されている。蔵
の前の精米所（ここでは自前の精米所がある。）から送られた米は、仕込みへと送られる。全て機械化
自動化された流れで、水に漬けられ蒸されて麴や酒母が造られる。

一方、同じ蔵の中昔ながらの仕込みも行われている。「最新の技術と伝統の技を平行して行うことで、
伝統の技を維持している。

10月から3月までの「仕込み」の時期には 北総蔵（工場）の中を案内してもらえ、女性の職員が
「蔵」の案内をしてくれ、酒が出来るまでの工程を追って説明してもらった。

以下に飯沼本家のホームページを参考にして、**酒が出来るまでの工程**を示す。

「**精米**」私達が食べているご飯の4倍くらいの白さに磨く。



「**浸漬（しんせき）**」磨いた米を水に漬けて、水を吸わせる。



「蒸米（むしまい）」

お米に蒸気を通して米粒の中のデンプンを分解しやすい形にします。又、熱によって殺菌もされます。

（写真：巨大蒸し器！）



「酒母（しゅぼ）」 酒母タンクで力の強い酵母を培養する。

「製麹（せいきく）」 湿気の少ない温かい空気が流れ、最適の環境でじっくり麹を育てる。

「麹室（こうじむろ）」 麹室で蒸米に麹菌を植え付けて繁殖させる。丁寧な手作業である。



「仕込み」

仕込みタンクで最初の4日間に蒸米、こうじ、仕込水を 逐次増量しながら3回に分けて仕込み、20から25日間「こうじ」による糖化と「酵母」による発酵を、 併行して進める。（写真：タンクの中を上から覗いている）



「管理」

（写真：これが蔵の中を管理するコンピューター）



「上槽（じょうそう）」
压榨機で、もろみをしぼり、お酒と酒粕に分けます。
(写真：絞りたての原酒を体験。至福の時)



「濾過（ろか）」雑菌や滓（おり）を炭素濾過して除去する。



「火入れ」65 度から 70 度に加熱して殺菌し、酵母の働きをとめる。



「貯蔵」
貯蔵タンクの中に一定期間貯蔵。この時、アルコール分は20%位。
(写真：このタンクの中身がすべてお酒。)



「調合」「びん詰」を経てラベルが貼られ完成。

4)地域のキーマンとのインタビュー

今回は当飯沼本家の社長 飯沼喜一郎氏とのインタビューは実現しなかったが、ホームページや各種の資料によってある程度その動向や考え方は把握することができたので、ここではインタビューの報告に換えて以下に主として飯沼社長がホームページなどで語っている内容（主として販売面について）をベースに考察する。

a. アンテナショップ

当社は、千葉駅地下の「きのえね」、船橋駅には「グランパ喜久蔵」という、日本酒を使ったカクテルなどを楽しめる居酒屋を開いており、このようなアンテナショップを通してお客の好みと売れ筋の把握に努めている。

ターゲットは30代の有職女性で、新たな日本酒ファン獲得のためにいろいろなアイデアをこらしている。社会進出が進み外食機会が増えグルメに関してはオピニオンリーダー的な存在であり、ワインや本格焼酎のブームもこのような女性があつてのことだった。日本酒が女性に受け入れられる要素としては、日本酒には健康ドリンクで注目されているアミノ酸が多く含まれ、化粧水にも使われ、美容や健康のイメージと結びつくということがある。ただ問題は度数が高いことと辛口で飲みにくいとの評判があることである。このために、低アルコールや甘口などの商品開発に力をいれるとともに、飲み方も提案している。ストレートで飲むのがあたりまえの日本酒でカクテルにして飲むことを提案しこれらの店のメニューに乗せてお客の反応をみている。

日本酒を正しく認知してもらえれば日本酒は飲んでもらえるという期待がある。

既存の客層が日本酒を飲まなくなり、消費拡大には新たな客層の開拓が必要ということで、「本物の地酒を蔵元と楽しむ会」、「試飲会」の開催や各日本酒蔵元と共同でデパートの地下売り場などで地酒展の開催も行っている。

b. 海外への日本酒プロモーション

清酒を海外へ輸出して販路の拡大 - 海外の富裕層をターゲットに -

新製品開発同様、飯沼社長が力を注いでいるのが、北米やアジア等海外への清酒輸出である。「ココ数年、欧米やアジアでは健康志向の高まりの中で低カロリーの日本食品が見直され、すしに代表される日本レストランが急増している。日本食と清酒を組み合わせることで清酒の海外販路はさらに拡大する。」と清酒の輸出可能性を強く訴える。同社が海外販路拡大に着手したのが2001年。地酒メーカーが単独で清酒を輸出することが難しいため、全国的な地酒輸出組織である「日本地酒輸出組合」に加盟、他の地酒メーカーと協力してカナダ、台湾での販路拡大を図ってきた。現在の清酒輸出量は約1.4キロリッター、カナダと台湾が主なマーケットだ。

特に、台湾では日本料理と日本酒がブームで、自宅で日本酒を飲む人も増えているということで、台湾への進出にも熱心で、造り酒屋の仲間とともに日本酒のプロモーションを台湾で行っている。

これは、国内販路の頭打ちを海外へ求めていくという目的で、今後の清酒輸出のさきがけとして利益を度外視した先行メリットを狙って始められたもの。「関税がかかって価格が高くなる等の課題もあるが、将来は自社単独で輸出に取り組んでいきたい。」との意向のようだ。

また、成田空港に一番近い蔵元の飯沼本家には、最近は外国人の方の見学がとて多くなったとのことである。

(4) 地域の課題その他

タイトルは「地域の課題」の課題であるが、ここでは「日本酒の今後の課題」などについて考察することにする。

清酒の醸造に合う千葉産米 酒蔵好適米の確保とコスト削減（日本酒は割高であり、その原因の一つは原料米のコスト増にある） 千葉県ではさらに美味しい酒を目指し、酒造りに適した「総の舞」という米を開発し、多くの蔵元で使われ始めている。元々千葉県の清酒醸造は 佐原、神崎など北総地域の米をもとにして発展したが、90年代には県内でつかわれる酒蔵好適米の約6割を県外産が占めるようになった。県は県産米100%の酒の実現に向けて、93年に研究をスタートし、「総の舞」が開発され、02から多くの蔵元で使われている。

千葉産日本酒をイメージアップ 少なくとも千葉県の日本酒消費量と同量の売上高確保

千葉県で消費される清酒は年間約30千klであるが、一方県で生産される量は約10klで3分の1であり、もしも県内の清酒消費量を県産で賄うことができるとすれば、県内清酒生産量は現在の3倍とすることができる。この県産清酒の市場シェア拡大の方策は平成16年度事業の「組合による県内清酒製造業活性化対策」に対応策が考察されているのでここでは詳しくは述べないが、一番大きな原因は千葉県産清酒のイメージが浸透・定着していないことであろう。大型量販店に行っても千葉産の清酒を見つけること自体難しい状態もある。

料理に合う日本酒自体の開発と飲み方の提案、日本食には日本酒が合うというイメージを定着させる。

千葉県は魚も野菜の有数の産地であり、千葉県の日本酒消費量のうち3分の2は他県からの移入で賄われており、これを解消するためにも千葉の食べ物に合う酒造りも課題の一つであろう。

また、米国のワイナリー（サウスダコタの北方）を見学した際、一種の観光名所としての価値・食事レストラン・土産物の販売を兼ねており、美味しい食事に美味しいワインを飲み、広大な自然の中にあり子供連れでも少しも抵抗感が感じられないのが印象的だった。日本でいえば小岩井農場の例があり、これらを参考にした楽しみの場（観光資源としての蔵元）を提供できるような蔵元をもとにしたレストラン併設なども考えるべきだろう。

今後の酒蔵メーカのあり方

企業として生産量を増やし、大企業化をめざすことに価値を認めるという方向よりも、規模は小さくとも当社にみるようにきめこまやかなサービスを展開して社員1人当たりの経常利益を伸ばしていく方向をめざすべきだろう。これからは顧客がマーケットの中心であり、顧客は企業の志の有無を厳しく選択する。企業が提案した商品にどれだけの顧客が受け入れてくれるかが重要であろう。

当社や他の千葉県の酒造メーカーは灘や伏見の大手とは違った方向を明確にめざすべきであろう。酒造りの本質とは何か、消費者が求めるものは何かを追い求めていけばよい。蔵元から酒屋、飲食店に至るチェーンのおのおのがその立場に立って「うまくて、よい酒」を提供することが基本であろう。

なお、県内の日本酒製造業については平成 16 年度に千葉県支部のマスターセンター補助事業として「組合による県内清酒製造業活性化対策」を調査・報告しており、この報告書の一部を参考にしている。

（吉田 幸輔）

2. 成田空港周辺地域（芝山地域）

成田周辺地域では特に今回の研究のモデル的な要素の強い芝山地域に焦点を当てて調査した。

(1) 地域の特性

地理的特性

芝山町は千葉県の北東部に位置し、首都 60km 圏の地点にある。隣接する市町村は東は多古町、南は横芝町と松尾町、南西に富里町、山武町、北は成田市である。東西 8.4km、南北 10.5km、面積 43.47km²、平坦地形で東に高谷川、西に木戸川が流れ、この流域が稲作地帯になっている。また西北部の丘陵地では畑作がさかんである。

町の木は「ヤマザクラ」。ヤマザクラは町内の丘陵地帯に多く咲き、町民にもっとも親しまれている。町民の公募で昭和 45 年 11 月に町の木をヤマザクラに決定した。

歴史的特性

芝山には 5 世紀から 7 世紀ごろまで作られた古墳群があり、埴輪などが多数出土している。

「芝山」の由来は町の南部にある天台宗の寺院「芝山不動尊」による。芝山不動尊の建立は奈良時代前期と伝えられていて、江戸時代までは成田市の成田山新勝寺と信者を 2 分するほどの隆盛を誇っていた。実際に現在の総武本線に



写真 2-1 芝山公園

相当する東京東部から千葉県東総地域への鉄道設置の計画段階で芝山を経由して、芝山不動尊への参拝客の利用を見込んだ案もあった。しかし結局芝山に鉄道が来なかったため、成田に鉄道が建設された 20 世紀初頭以降、成田山と決定的に参拝客の差が生じる結果となった。

1978 年 成田空港開港。この時に離発着機の航路の直下となる芝山町に対して見返りとして約束されたのが鉄道建設である。2002 年、空港化開港から 24 年経って 芝山鉄道芝山鉄道線が開業。成田空港内には、成田空港駅、空港第 2 ビル駅と地元の方々や空港勤務者が主に利用している京成電鉄の東成田駅があり、芝山鉄道はその東成田駅から空港の地下を通り空港南側の整備地区に近い芝山町香山新田までの 2km を単線でつなぐ鉄道である。

芝山鉄道は都心まで約 80 分。上野や羽田などの都心への京成電鉄線と相互直通運転を行っているため、東成田駅を経由して都心まで約 80 分で行ける。

産業構造

1)1 次産業農業従事者が多く、人口の 30%程度を占めている。芝山町の農業は都心より 60km 圏内という立地条件を生かし、野菜や花きの産地として、また「続・日本の米づくり 100 選」にも選ばれた良質米など、新鮮で良質な農産物を首都圏はじめ全国に出荷している。近年この地域で需要が増している農産物はスイカと花きである。後者に関しては、成田空港から海外に輸出されるものも多い。

特産品：米・スイカ・ニンジン・トマト・さといも・サンダーソニア

2)2 次産業

2 次産業が芝山町における成田空港関連収入の主な収入源である。町には工業団地として、芝山工業団地、第二芝山工業団地、空港南部工業団地がある。工業団地の数では成田空港周辺市町村の中でも最も多い。

3)3 次産業

成田空港に直接つながる、第三次産業施設は少ない。空港施設そのものも殆ど全てが成田市にある。これに対して騒音被害などを引き受けながらも、それに見合うだけの収入が少ないという不満の声も聞かれるという。

芝山町の産業構造			平成 14 年
各産業人口と割合			65 歳以上 人口の割合
1 次産業	2 次産業	3 次産業	
1,429	902	2,260	23.1%
31.1%	19.6%	49.2%	

人口構成

世帯 / 2,771 世帯 人口 / 8,450 人
 男 / 4,285 人
 女 / 4,165 人

平成 17 年 6 月 1 日現在

近隣地区での動き

成東町・山武町・蓮沼村・松尾町の４町村は２００５年２月に「山武中央合併協議会」を設置、合併特例期限内の合併実現に向け急ピッチで合併協議を進め、２００６年３月２７日付で「山武（さんむ）市」が誕生することが決定した。

光町と横芝町は２００４年５月に「横芝町・光町合併協議会」を設置し、合併特例期限内の合併実現に向けて協議を進め、２００６年３月２７日付で「山武郡横芝光（よこしばひかり）町」が誕生することが決定した。

成田市・下総町・大栄町は２００４年３月に合併協議会を設置し、２００６年３月２７日付で「成田市」に編入することが決定した。

(2)地域特産品（成田空港周辺地区）

ハードグッズ

品 名	特 徴	市町村名
ワサビ茄子	ワサビの風味がするなすの浅漬け。	芝山
太巻寿司	古くから冠婚葬祭や集まりの時のご馳走として受け継がれ千葉の郷土料理を最も代表するもの	芝山
力せんべい	甘辛・堅焼き・黒砂糖・薄焼きの４種類の手焼きせんべい	芝山
「あじの里」農産物加工品	無添加みそ、さつまいもをそのままスライスしたいもかきもちや漬物など、地元産の農産物を利用して研究・開発された商品	成田市・旧大栄町
落花生	成田市周辺は全国でも有数の落花生の名産地。昨今は中国産に押され気味だが、味は負けない。	成田市
一粒丸	成田山土産として一世を風靡した菓。自然の薬草から作られていて、食べ過ぎ、飲み過ぎ、腹痛、下痢等に効能がある。	成田市
成田焼き	印旛沼漁業協同組合と提携した県産うなぎの蒲焼き	成田市
多古舞	多古町が誇る絶品『多古米』をブレンドした純米吟醸酒。	多古町
多古米しんこあげ	『多古米』を使用。『しんこ』とはお米を粉にしたもの。	多古町
いにしへの舞	『多古米』のうるち米ともち米を使用。もち米を加えたことで、独特の触感。	多古町
多古米お米サブレ	『多古米』を使用した高級サブレ。表に多古米がのせてあり、焼き上がりの香ばしさが楽しめる	多古町

たこちゃんパン	多古町と『たこ』を掛けた、たこちゃんパン。 たこのデザインがユーモラスで、見ても楽しい。	多古町
くっき煮	さつまいもの茎を使用。栄養価も高く、タンパク質はレタスの3倍、 食物繊維はキャベツの2倍	多古町
めでたいもの	『多古米』を100%使用した純米焼酎。日本酒顔負けのフルーティ ーな米の香りとのどごし。	多古町
越乃しらさぎ	町内の酒店と農家が栄町然酒会を結成し、町の有機栽培米を使って 醸造したオリジナルの地酒	栄町
竹炭	手入れで間伐する竹を使っての特産品づくりを目的にしらさぎ竹 炭組合が結成。この秋より本格的に竹炭づくりに取り組む。	栄町
お米ケーキ	うるちやもち米を原料にした菓子	栄町
御料焼	富里産の新鮮な季節の野菜8種と富里産の豚肉、羊肉という“十味 旬彩（十の味）”を楽しめる創作料理。	富里市
富里	富里のお米「総の舞」で醸造した純米吟醸「富里」	富里市
茂兵衛のみそ漬	野菜をよりすぐり味噌の間に積み重ねじっくりねかせた漬け物 大根・きゅうり・茄子・生姜・紫蘇・ミックスの6種類。	印西市
印旛めぐり	「松虫姫饅頭」と「大桜饅頭」のセット。「松虫姫饅頭」は中の白 餡に栗が入って表の皮の上に松の実がのる。	印旛村
印旛のどらやき	どらやきの中身は印旛村特産のトマトを練り込んだ白餡。甘さと酸 味のハーモニーが絶妙と好評。	印旛村

ハーフグッズ

品 名	特 徴	市町村名
1日陶芸体験	茶碗製作など陶芸を1日体験する。	芝山
さつまいも堀り	サツマイモを自分で掘って収穫する体験ができる	成田市・旧 大栄町
黒大豆オーナー 制度	地場産黒大豆を「どらまめ」として商標登録し、黒大豆のほ場6ha を1,700区画に分け、オーナー（購入者）に対し、販売する	栄町
乗馬クラブ	自然の中で乗馬を体験できる。また調教に使用する「走路」を利用 しての乗馬も可能。	富里市

乗馬クラブ	初心者を対象にしたマンツーマン指導の乗馬クラブ	多古町
手造りハム体験教室	手作りのハム、ベーコン・ソーセージを体験できる。厳選した素材を使って、自分で作業をして直火炭火乾燥、桜の薪でスモークして仕上げる 100%手作りの教室。	印西市

ソフトグッズ

品 名	特 徴	市町村名
航空科学博物館	航空に関する資料を集めた日本で初めての施設。日本で初飛行した複葉機が復元され展示されている他、DC-8 シミュレーターなど飛行機の操作を体験できる装置も設置。	芝山
芝山はにわ祭り	町民参加のもとに、古代人が町をねり歩き、様々なイベントが行われます。毎年 11 月第 2 日曜日に開催。	芝山
芝山古墳 はにわ博物館	はにわや古墳がなぜつくられたのか、また古墳時代の生活や文化など、古代についての知識が得られる。	芝山
芝 山 公 園	約 15ha の園内には、四季の花が咲き、ミニアスレチックや芝生広場のほか、古い農家を移築した「旧やぶ家」もある。4 月上旬から 5 月中旬までは約 100 匹のこいのぼりが春風に泳ぐ。	芝山
殿塚・姫塚	芝山町周辺でもっとも大きな前方後円墳。形象埴輪の行列が発見されたことでも有名。国指定史跡。	芝山
芝山水辺の里	新東京国際空港公団の空港周辺緑化整備の一環として、空港の南側に誕生した「芝山水辺の里」。滑走路南側の湿地には幾種類もの花木、水生植物が植えられ、遊歩道で散策できる。	芝山
芝山仁王尊	観音教寺は、仁王門の仁王像が有名で「芝山仁王尊」の名で親しまれている。また境内には、県有形文化財の三重塔、はにわや仏教美術などを紹介した「芝山ミュージアム」がある。	芝山
県立房総のむら	房総の商家・武家屋敷・農家などを再現するとともに、来館者自らが直接体験することによって伝統的技術や生活様式を学ぶ。また隣接して風土記の丘があり、復元古墳や資料館がある	栄町
さくらの山	成田空港に近接する駒井野地先の小高い丘。空港建設で失われたさくらを復元。航空機の離発着の素晴らしい眺めが一望。	成田市

ふるさとふれあいまつり	会場には模擬店、農産物の販売店などが設置され、ゲームやキャラクターショーなど各種の催しが行われる。別会場の日本一のいも掘り広場では、さつまいもや野菜の収穫が体験できる。	成田市・旧大栄町
伊能のおあそび	毎年4月の大須賀大神の祭礼である伊能のおあそび。山車やまんどろが出され、艶やかな衣装の女性が下座連の祭ばやしにあわせて踊り歩く。奉納芝居として伊能歌舞伎も行われる。	成田市・旧大栄町
宗吾霊堂	佐倉宗吾を祀った寺院。佐倉宗吾の生涯を、人形で紹介した宗吾御一代記館もある。	成田市
白鳥の里・構想	水田の溜池に700羽を超える数の白鳥が舞い降りる。	本埜村
栄福寺薬師堂	1472年2月成就と墨書銘があり、建立年代の明確な千葉県下最古の建造物。国指定重要文化財	本埜村
石動神社・花灯籠押し	吉野屋地区に70年以上続く伝統行事で、4台の灯籠が夕方地区内を練り歩き、更に神社前においてもみ合いを披露し、400段の階段を上がり神社に奉納します。	栄町
あじさい館	道の駅多古あじさい館は、特産品直売他に地域情報交流の場としてさまざまな機能がある	多古町
あじさい祭り	「多古米」を殿様に献上する「多古米献上行列」をはじめ、献上式典、コンサート、キャラクターショーなど、満開のあじさいに彩られた栗山川のサップ船遊覧など様々な催しがある。	多古町
祇園祭・しいかご舞	江戸時代から続く祭で、お囃子の音で4町から出された雅な山車の上では芸姑さんが舞い、若者たちは踊る。神社前の仮設舞台で奉納される舞が「しいかご舞」。千葉県指定無形文化財	多古町
小林牧場	ソメイヨシノや八重桜など300本以上の桜があり、県内有数の桜の名所。房総の魅力500選の1つ。	印西市
宝珠院観音堂	外観は簡素だが、内部は室町時代の寺院建築の特色を示し、国の重要文化財に指定されている。雪景は「印西八景」の一つ。	印西市
結縁寺	国指定重要文化財銅造不動明王立像がある。夏：はすの花、秋：彼岸花、コスモスが周辺を彩る。	印西市
木下貝層	約13～8万年前の貝化石を多量に含む地層。国指定天然記念物	印西市
月影の井	この井戸は、神奈川県鎌倉市の「星影の井」、福島県二本松市の「日陰の井」と並び「日本の三井」の一つ。	印西市

(3)地域キーマンのインタビュー内容

柴山商工会の会長である飯高稔氏の案内で、当地域の今後の活性化に不可欠なメンバーを紹介してもらいインタビューを行った。

株式会社みのり食品

芝山商工会の会長である飯高稔氏が代表を務める株式会社みのり食品は、主に漬け物を販売する食品加工業である。主な商品として、

- ・ワサビ茄子

紫の茄子と切り口の白さで、見た目楽しんだ後、ワサビの風味の味付で、食べた後に口にファ～と広がるワサビの香りが楽しめる。

- ・はぐら瓜

名前の通り歯グキでも食せるやわらかい瓜で、瓜自体に甘味があってお茶のお友に酒のつまみに楽しめる。

- ・ちょい干大根

昔、田金のおばあちゃんが縁側へ干して漬込んだ沢庵をイメージして、しょっぱくなく、甘くなく、大根の美味を残した、なつかしい味の大根。

現在は約8割が直売。空港、成田2件、千葉、木更津の直営店、及び、金曜市、土曜市、日曜市などで人気を博している。残り2割が卸売。

空港店ではワサビ茄子が人気で、海外の駐在員へのお土産として多くの需要があるという。グアムで行われるゴルフ大会の製品として買うお客様もあるとか。空港店での売上でも漬物が上位になっている。日本の代表的な食品である漬け物も国際化しているのかもしれない。

1)きっかけ

農業で特にビニールハウスできゅうりを生産していたが、飯高氏が25歳の時オイルショックで燃料が急騰した。とても儲けが出ず、ばかばかしい。他の商売をと考え、農家をやっている中で農産物の関連を考えた。農産物関連なら入りやすく曲がったきゅうりを伸ばして売れないものがいろいろ考えた。最終的には漬け物に至った。鉄砲づけから始めた。しかし成田の売り先は全部先発業者がおさえていた。そこで浅漬けに着目したが、当時は古漬けが主流で浅漬けは商売にならなかった。近隣でよく取れたウリの浅漬けからスタート。時期が早く出すと喜ばれ、また浅漬けは値段安いし、足が速いため、需要は徐々に増えていった。当時は売り先の開拓に苦労したという。その経験から現在の直売中心の販路を形成して言った。

2)特徴

作業工程は基本的に簡単と飯岡氏は言う。容器に材料を並べ、おおむね野菜の重さの2割の量の塩をふり、その上に重しを置く。1段の野菜なら、塩だけでいいが、何段にも野菜が多い場合や漬かりが遅い野菜の場合は、塩水を入れて漬かりを促進させるという。ひとつの容器には、ウリで650本入り、その上に200kgの重しをおく。繁忙期でウリで1日1500~2000本を漬けるらしい。少ない人数で忙しく、ホイストを利用して重しをおく作業は壮観である。

漬け物の種類によって大根は、塩をふって水あめでつけるという方法もあるという。漬け物は野菜の水分を押し出して、甘くするなら、甘い物でつける。辛くするなら、辛い物で漬けるのが基本。素材の風味を残すのが本当の美味さなのだそうだ。

水は地下水を利用している。このあたりは標高が高く、分水嶺になっていて空港を境に、利根川方向へ向かう流れと九十九里方向に向かう流れがあるという。塩は通常のもを使用。例えばモンゴルの塩などブランド物を扱い付加価値を上げる考え方があるが、原価が上がってしまうので、それより低価で多くのお客様に親しまれることをモットーにしている。漬け物の上手さは、塩、水など、細かいことにこだわるよりも全体の総合力を考えることが大切と力説された。



写真 2-2 漬け物工場内部

野菜の仕入れは近所の農家から行っている。白菜、きゅうり、株、大根、うり、ナス、からし菜などを中心に、その他白菜の中に切って入れる人参などまでを、八日市場方面、鳴門方面、龍ヶ崎方面から、農家と話し合い、契約して仕入れているという。ただ市場価格が高いときは、乗用車で運ぶように少なくなり、市場価格が低いときは2トントラックで持ってくるような人もいて、なるべくお互いの人間性を理解して付き合うようにしている。また、「菜の花が取れてしょうがないから、みのりやさん、何とかして」と声がかかることもあり、それにも対応している。そのおかげで、取れはじめの野菜も集まり、それを漬け物にして多くのお客様に喜ばれている。

特にわさびナスは自慢の商品。サンシャインで全国の村おこしのイベントがあり、1日1000袋売れたことがあった。会場にいた大手の業者も見ていて、一斉にまねた。ただ結果的にみんな辞めた。その原因はわさびの風味がもたない。みのりやさんでは、わさびが飛ばない袋を開発したため、味に自信がある。現在はわさびナスを扱ってるのが3社のみという。

「私は失敗する方法はいっぱい知ってるから」と飯高氏は笑うが、いままで苦労してやってきた自信の表れだろう。

3)夢

芝山地区は、リタイアをして都会から移り住んだ人が多い。これからは製造できる若い人に住んでもらいたいという希望がある。そのためには知ってるノウハウはすべて教える。実際、唐辛子味噌などの作り方は広報などで教えたという。それでも作るのに30分も手間がかかるからお客さんは作らず買いにくる。

近くには、湧き水があり、沢蟹がいる場所がある。自然を残し、きれいな里にして、都会の人に自然を満喫して欲しい。池を作り、旬菜をいけてもいい。そこで漬け物教室などを体験してもらっても楽しいのではないかと。自分で漬けて、昨日他の人が漬けたものを持って帰ってもらう。自分で漬けたものが良いなら宅配を利用する方法もある。そのほか、この地域の業者さんと一緒に、太巻きを楽しんでもらったり、手焼きせんべいを楽しんでもらう。また実際に体験するのも楽しいのでは。お客様に桜の時期に来てもらって、楽しんでもらいたいと夢は大きく広がっていた。

花祭り本舗

花祭り本舗の戸田康氏は過去に割烹料理の経験があり、前職がビルの解体業だった。そんな戸田氏は笑いながら「会長（飯高氏）から命令で太巻きに挑戦することになったんですよ」と話す。房総地方では結婚式の宴（うたげ）や祭り、葬儀など、親類縁者らが集まる場で、松竹梅などの昔ながらの「太巻き」がふるまわれてきた。それが食文化を後世に伝える目的で1979年「山武巻き寿司研究会」が発足し、「山武の巻き寿司50選」を発行、花、漫画など新しい柄の太巻き寿司が広まっていった。そこに目をつけたのである。卵を焼いたり、干びょう、シイタケを煮て、太巻き寿司を作る調理室で戸田氏の試行錯誤の経過を伺った。

1)炊く・煮る工夫

平成15年1月から始めたが、最初の半年間はご飯づくりの試行錯誤だったという。酢飯、赤飯などを作る時の砂糖、塩、など調味料の分量を、試作してはノートに記録し続けた。酢飯の味付けは、江戸前の寿司が基本。周りの卵が痛まないように甘くしている。冬は丁度良いと思っても、夏場になると酸味が必要になる。体がほしがる。1枚に40グラムの砂糖を用いて、中の酢飯とのバランスを工夫している。従来の太巻きの酢飯は甘い。そのままでは都会にだしても受け入れられないと、何度も繰り返し今の配合にたどり着いた。

次は卵焼き、干びょうなどの中の具の煮方。時間と調味料の配合を徹底的に記録した。

2年半たって、干びょうの煮方を変えた。干びょうは色が浅い。通常は、市販のキャラメル

の元を使いたくないので、砂糖をとかして、焦がしてキャラメラーゼという作業をする。そこにかんぴょう入れて、しょうゆで色付ける。砂糖の量で、キャラメラーゼの色が変わってくる。現在も試行錯誤でよい味を求め、身体により商品を開発中である。「このノートがないと、寿司ができない」と大事そうにノートを見せてくれる戸田氏。

2)柄作りの工夫

最初は、200から300の絵の中で、どんな寿司ができるのか、絵を描いて行った。型を利用できないか、お菓子の型で作ったが、だめで、結局、従来の方法でいろいろと試行錯誤。作るのに簡単なデザインは花で、難しいのは漢字だという。漢字の部位でも、編と旁(つくり)は、真ん中にご飯を入れるだけだから、何とかなるが、「しんにゅう」が難しい。巻き方に「しんにゅう」に見えなくなる。そのため難しい字は、寿司を大きくしなくてはできない。

販売のためには、柄の中で白い酢飯の部分がないと、見栄えがしない。太巻き1本分を8等分すると、1個100グラム。これはほぼご飯一膳分になり、家族4人で、1パックでちょうどいい大きさ。おにぎりと同じぐらいの重さになる。



写真 2-3 太巻き寿司の例

米に色をつけるのも一苦労。ピンクは、紅芋を使っている。紅芋にたどり着くまでに30種類の原料で試みた。黄色は、クチナシを使っている。現在、青を試してる。この色を作るには、リキュールしかない。今ブルーキュラソーを使っている。

そうして作った色を米に入れて炊き込んだりして、ご飯と混ぜたりして色をつけている。難しい点は例えば青色を寿司と合わせると色が変わることである。緑でも、酢で白濁する。色が抜かれるのである。ハウレンソウは、色が変わるのが速いので、経験的に豆類の方が良いことがわかった。

作った具を用いて、例えばつるの首、くちばしはかんぴょうを使ったり、花の額は、シイタケ、漢字を作るには、かんぴょうが使いやすい。

また巻くときはノリは時間がかかると縮んでくるので、最後まで巻いたときに破れてしまう。卵で巻いた方がやりやすい。のりを使うときはラップを巻いて最後に海苔を巻くなどしている。

2)特徴

伊勢丹、小田急、そごうなどのデパートと取引をしている。太巻きの商品価値からまず寿司を持って話しに行けばデパートでのイベントなどでの取引が可能。

おにぎりも扱っていて、有楽町交通会館1階「むらからまちから館」で販売している。梅おにぎり、いくらおにぎり、昆布おにぎり、しそおにぎり、シャケおにぎり、佃煮おにぎり、明太子おにぎり、塩おにぎり、旬菜おにぎりなどを販売している。3カ月に一度は新しいメニューが4～5種類ぐらい増えるように工夫している。おにぎりは毎日100個販売している。

また千葉そごう、エコピア（スーパー）吉祥寺の伊勢丹で米の販売もしている。芝山の米、オイトコ米は「続・日本の米づくり百選」に選ばれた味に自信の米。芝山の米の上手さを知ってもらい積極的に販売している。

3)夢

将来は、有楽町に、おにぎりショップを出したい、そして、近隣のレストランに、ご飯と野菜をおさめたい。柴山のコメのブランド化し、多くの人に知ってもらい、また芝山で取れた野菜を知ってもらい、その味を堪能してもらうことに努めたいと力強く語った。

計算上はおにぎりショップを開店しても十分ペイする考えており、その布石が有楽町交通会館1階「むらからまちから館」での販売である。

太巻き寿司に関しては、味付けの問題を考えたい。色によって味付けが変わるのも面白い。花びらは、梅酢を使ったごはんなどと場所によって味が変わるのも面白い。そんな味付けのバリエーションを考えてゆきたいという。

また千葉そごうで教室をやるということも考えている。太巻き寿司を1000人に作るのは大変だが、1000人の人に作ってもらうことは可能。多くの人に太巻き寿司を作って親しんでもらう、そんな夢も見ている。

ただあくまでも、芝山の米、野菜、おにぎりのブランド化を図り、需要を増やすのが最終目標であり、そのために太巻き寿司を十二分に活用することを考えている。

力せんべい

力せんべいを経営している藤田忠義氏に話を伺った。元々藤田氏の祖母の実家が成田でせんべい屋を営んでおり、そんな関係で芝山仁王尊のそばで営業を始め、参拝者にせんべいを販売していた。移転により現在地で営業。手焼きせんべいが自慢の商品で、甘辛・堅焼き・黒砂糖・薄焼きの4種類の他、かき餅やあられ等も販売している。

1)せんべいの歴史

せんべいは弘法大師（僧空海）が唐国から持ち帰ったと伝えられている。せんべいが発達

したのは江戸時代からで、せんべい類（関東式・関西式）と塩せんべいの種類がある。前者の江戸初期のつくりかたは、小麦粉を砂糖と合わせてこね、蒸した後、のばし、かわかしてから、一枚ずつ鉄の皿範（かたなべ）で両面をあぶったものだった。亀の甲）せんべいや瓦せんべいの系統である。一方、塩せんべいは、農家が残り飯を煎って蒸し、塩をまぜてのばし、丸型に抜いて天日干しして、炭火で焼いたのが始まりといわれる。文化・文政の頃に、縁日等で売り出されたところ、人気を集めることになり、江戸でせんべいといえば、この系統のものだけだった。塩せんべいは江戸近在の町屋、千住、金町、柴又、草加、越谷で作られたが、しょうゆの効いた、堅いこのせんべいは人気を博した。

2)工程

原料は精白したうるち米を用いる。米は芝山近辺で取れたものを使っている。粘土質の多いところの米は上手いといい、もっぱら地元産を使用。原料米を吸水させ、製粉する。

それを蒸して練る。それぞれ機械で行った後、延ばし機で帯状にした生地をそれぞれの製品にあわせて型抜きをする。

型は丸型だと寸法が決まっていて、全部で3、4個しかないという。

次が乾燥とねかし工程。エレベーターで2階に上げ、天日干し。1枚の網に大きいせんべいで70枚ほどが乗る。

それを傾斜をつけて、太陽に当たりやす

くして干す。厚いせんべいで2日間は干さなければならないという。屋上には180枚の網が置けるスペースがあった。せんべいの上手さはこの乾燥作業で、それがせんべい作りの難しさでもあるという。

次が焼き上げ、味つけである。焼き上げが面白い。煉瓦で窯が作られている。下に炭が置かれ、上にはコークスで、両面から火で焼くことができる。その間に網で挟まれたせんべいを置くことで、返さなくても両面がきれいに焼ける。1回2分30秒。その間せんべいの入った網を作業者がささえてもっている。そしてしょうゆをかけてまた焼くという作業。かなりの重労働とコツが必要だ。でもそのおかげで手焼きの上手いせんべいができる。



写真 3-3 工場内部

3)夢

自然に恵まれた芝山の特産物を活用した美味しさを多くの人に味わってもらいたいという希望がある。芝山地区に住む人すべてが評価する地元の米を使い、そして、食品加工品のみでなく産業加工品まで機械乾燥が多くなった現在において、希少価値となる自然の太陽を活用した自然乾燥。そうして出来上がった半製品を、人の熟練と勘を頼りの手作業によって焼き上げたせんべい。自然と人々が共同作業でつくりあげた愛情こもったせんべいを多くの人に知ってもらい、その上手さを実感してもらいたいという希望を持っている。

(4)地域の課題 その他

芝山地区では飯高氏のように強力なリーダーシップ発揮できる人材がいる。また近隣には、航空科学博物館、芝山古墳はにわ博物館、芝山公園、芝山仁王尊のような知名度のある観光施設が存在する。また、自然環境に恵まれ、緑が多く、水質もよい。かなり他の地域と比べて、活用資産が多い。それを今後有効活用し、各事業者の繁栄に結びつけるためにも、順次検討を要するポイントを次に述べる。

1)活動イメージの集約

活動するにも、どのような活動をするのか、独自のイメージを明確にすることが大切だ。地域特有の文化、伝統をどう活かし、どのように活用するのか。その活動の中での自然環境との調和をどのような位置づけにするのか、漠然とした夢をはっきりさせるため、まず徹底的に検討して集約することが大切である。



写真 3-4 芝山公園

そのためには、地域の将来に対する夢を共有することが大切。現在のような経営環境が厳しい時代において、行動するからといって成功は約束されていない。メンバーに依存意識がある人間がいればそれだけ成功からは遠く確率が高い。地域に対する夢のある人材を集め、ひとつのプロジェクトチームを作成し、夢が共有化できるか徹底的に話し合い、結果のイメージが同じものにしなければならない。その過程において各メンバーの意識も明確になる。意識が同じでなければ行動は共にできない。最終的には温度差のある人がいない状態になることが大切。最終イメージが同じものになって初めて具現化へのプロセスに進める。

例えば

a.顧客密着

顧客層、顧客層との接点の状態、接点の度合い、方法など

b.イメージアップ

プロジェクトイメージが顧客にどう伝え、どのように伝わったらよいのか

c.顧客共有化

各メンバーのプロジェクトの役割、その割合など

まずは行動を共にする同志を選別することが必要である。

2)IT 技術活用

IT 化といわれて久しいが、現在では IT 技術が必ずしも売上、成長には結びつかない。しかしだからといってあまり意識しなくて言いかといえそうでない。必要最低限の要素が IT 技術である。すなわち、IT 技術があっても効果が大きく出るわけでないが、IT 技術がなければ置いていかれるものなのである。

例えば、地域の商品を調べようとして、インターネットで検索する。HP などがなくてインターネットに引っかからなければ永久にその店、その商品の存在は分からない。かつては情報を発信するにもパソコンのメールに発信することが普通であったが、今は携帯のメールに工夫次第で発信できる。商業のチェーン店などが携帯メール活用で顧客増加させている例も多い。

何も、大きく構えて IT 技術を活用するというのではなく、自分のできる範囲から、やさしいことから始めて、IT 環境になれることが大切なのである。例えば業者に頼んで HP を作ればどうしても費用がかかり継続が難しくなる。自分でソフトを購入して稚拙でもいいから HP を作ってみる。もちろんデザインの関係もあるが、ある程度他社の HP をまねながら作れば作れないことはない。そうすれば新規情報の早期更新も可能である。何よりも IT 環境に慣れてくる。

また携帯のメールも経験する。最初は家族に、仲間に。そのうち慣れて来る。その次にはお客様に情報発信。こんな具合に自分のレベルで IT 技術を活用することが今後のプロジェクト展開の時に大きな力になる。

3)接客技術の研鑽

商業・サービス業の要は接客技術といわれている。従来まではお客様に対する基本的な対応ができていれば、すなわち、挨拶しなさい、お辞儀をしなさい、それで接客はよしという考えがあった。特にマニュアル教育が全盛になった頃からそのような考えが浸透していった。

そのため接客者は無事に商品のやり取り、お金の受け渡しさえしていればいいという、考えになってしまい、一応挨拶はしてる、お辞儀もしている、言葉使いも言われたことは言ってい

ると結果を引き算式に判断するようになっていった。すなわち機械的な対応のみの接客が蔓延している。そのため地方の観光施設などで、やることはやってるけど気持ちのない対応というのが多い。また混雑時にもう二度と行きたくないというような対応をよく目にする。しかし接客者側は忙しいのだからしょうがないでしょうという言い訳が免罪符になっているのである。

しかし、ちょっと考えてもらいたい。商業施設の究極の目的は人と人との交流である。その原点である接客が機械的に変わろうとするのはおかしいことで、機械的が許されるなら、何も人間がやらないで機械に任せればいいのである。実際に公共機関では自動改札機、ETC など機械化がすさまじい勢いで浸透している。

今こそ機械にできない接客、人と人との交流ができる接客技術を習得することが大切だ。接客は売上を作るもの。実際に多くの施設で接客を見直し、技術導入で売上が向上している例がある。今後の商業サービス施設では新の接客技術は不可欠である。

将来的な夢に向かって、今から今後夢を共有するメンバーが、計画と平衡して接客技術の研鑽を行う必要がある。

(小 倉 博 行)

[参考]

概ね次の市町村が地域に含まれる。

成田市、富里市、印西市、栄町、多古町、本埜村、印旛村（順不同）

3.北総地域

北総地域は利根川の水運を利用した交易がかなり以前から盛んに行われてきたため、進取の気質に富む風土がつくられてきている。文化的、歴史的にも味わいの深いものがあるのが特徴としてみられる地域である。

(1)地域の特性

下総町

特産品は、早場米として有名な良質の米やベニアズマ（さつま芋）、メロンなどのハウス園芸が盛んである。伝統工芸品としては屋根に飾る「下総鬼瓦」がある。

坂東28番札所の「滑河観音」ほか数多くの神社や寺院が昔の面影を残している。また、「しもふさ七福神めぐり」や「関東ふれあい道」も整備されている。

ソフトグッズでは利根川の釣り場、観光牧場、ゴルフコース等が揃っているので、楽しめるゾーンの一つともいえよう。

神崎町

江戸時代から300年以上続く酒造り、肥沃な土地を活かした野菜、果物、花卉の栽培が盛んである。神崎青年の家は宿泊研修120名、日帰り研修300名と充実している。年中行事は多彩で都市部の消費者に人気のあるゾーンとなっている。

佐原市

江戸時代に水運の河港として栄えてきただけに、今も土蔵造りの商家や千本格子の町屋が残る国の重要伝統的建造物保存地区に選定されている街並は小江戸と称されている。又、伊能忠敬記念館は近年整備され香取神社とともに観光客でにぎわうゾーンとなっている。

市内には川魚料理店も多く北総地域の中心的存在である。

小見川町

県内でも貴重な水緑環境地域として注目され、都市住民が多く訪れるようになったゾーンである。水上スポーツは全国規模の大会が開催され脚光を浴びるようになってきており、水上スポーツイベント基地と呼ばれている。

関東有数の歴史と規模を誇る水上花火大会と小見川スポーツコミュニティーセンターなど、ソフトグッズに富むゾーンとなっている。

山田町

星の降る里と呼ばれており、星のモニュメントが3ヶ所に建てられ、又、星の地名や寺院がある。自然が豊かで空気が澄んだ地域であり、特に農産物ではごぼうやにらが有名である。

近年、ほたるの里の整備もすすめられ、低農薬農産品のイメージアップがすすめられている。

栗源町

紅小町の郷としてPRしており近年有名になっている。体験農園に力を入れており、年間を通してイベントが組まれているので人気が高まったようである。野菜や果物などの直売所が充実しているほか、地元の食材で作った料理の味わえる味処の利用者も多い。

東庄町

R356号は通称「いちご街道」と呼ばれるほど観光農園やいちご直売所が多い。又、利根川に沿っているため天然うなぎやしじみの料理店も多い。

(2)地域特産品

ハードグッズ

品 名	特 長	備 考
古代はすパウダー	食物繊維の代表食品であるはす。特に特産品の古代はすを乾燥し粉末にしたもの。飲食店の食材としてチャーハン、カレーライス、みそ汁など利用範囲は広い。	下総町
いぶき味噌	農家の主婦グループによる天然醸造手づくり仕込	小見川町
やまだごぼうパウダー	やまだごぼうを乾燥粉末にしたもの。食材としての利用範囲は広い	山田町
ごぼうふりかけ	やまだごぼうパウダーを用いた2次加工品	山田町
下総鬼瓦の魔除け	伝統工芸技能を活かした加工品	下総町
乾燥蓮根	特産品の古代はすをスライス、乾燥させたもの	下総町
紅小町パウンド	紅小町（さつま芋）のケーキ	栗源町
濁つくし醤油	NHKドラマで取り上げられた醤油	東庄町
すずめ焼	土産品として根強い人気がある	小見川町
清酒	五人娘、なんじゃもんじゃのブランドで知られている	神崎町
マドレーヌ	農家の主婦グループ新和会の開発品	神崎町

ハーフグッズ

品 名	特 長	備 考
体験農園	自作米づくり、じゃがいも掘り、ぶどう狩、落花生掘り、自作味噌づくり	栗源町
いちご狩り	町内に数ヶ所営業している	東庄町
自作古代米づくり 自作米づくり	ぼたるの里での自作古代米づくり、消費者が田植、稲刈を行う体験農業	山田町 (企画中)
自作バターづくり	成田ゆめ牧場で実施している	下総町

梨狩り	減農薬、有機肥料栽培	下総町
-----	------------	-----

ソフトグッズ

品 名	特 長	備 考
紅小町の湯	日帰り温泉（立寄り湯）	栗源町
蛸狩り	ほたるの里での観賞会（海の日前後）	山田町
しもふさ七福神めぐり	成田ゆめ牧場もめぐる珍しい組合せ	下総町
成田ゆめ牧場	オートキャンプ場、レストラン併設のファミリーエンジョイランド。特にアイスクリーム、ヨーグルトの人气が高い	下総町
水上スキー大会	黒部川で催される	小見川町
東庄ふれあい朝市	新鮮野菜、魚が格安で人気がある	東庄町

(3)地域のキーマンへのインタビューの内容

下総蓮根組合代表 有坂照章氏

約20年前から国の減反政策に伴う休耕田を活かして蓮根作りを研究してきた。蓮根へのこだわりは、同氏の出身地の茨城県が日本一の生産地であったことも要因となっている。

下総町の利根川沿いは水稲には良いが蓮根栽培には不向きで、「色、形、味」共に市場に出せるような作物にはならなかったという。その後、有機肥料海藻類や貝化石の散布など土地改良をすすめ、蓮根栽培を軌道にのせることができるようになっている。

現在では蓮根専業農家10戸からなる組合を結成し、品種改良、取引ルートの開拓、2次加工商品の開発まで手がけ、下総町の特産品に育て上げている。その特長は次のとおりである。

- ・短節、色白で味がよい
- ・ハウス栽培と露地栽培を組合せ収穫期を広げている
- ・二次加工品（パウダー）には古代はすというブランド化をすすめている。さらに乾燥蓮根、蓮根茶も商品化している
- ・販売ルートは確立しつつある
- ・第29回日本農業大賞を受賞する
- ・平成15年千葉県「ちばエコ農産物」として認証される
- ・NHK総合テレビ「たべもの新世紀」で放送される

ほたるの里協議会の役員 武知氏

武知氏は長年にわたり、東京でペットショップを営んできており、山田町へ移転後は各種生きも

の飼育、販売を営んできた。そのうちの一つがほたるであり、山田町の自然環境の良さを活用してきた。近隣の休耕田の水路を利用してメダカやほたるの飼育をすすめるなか、自然環境を守ることが自らの小生物を飼育するビジネスにつながると考え、休耕田の活用になった。

つまり、放置された休耕田に人手を入れ、ほたと共生できる無農薬米づくりに着手している。現在は地元の中学校の教材として米づくりをしているが、将来は都市部の消費者による自作米づくり、自作古代米づくりを企画している。

ほたる観賞会は毎年祝日の海の日前後に開催して3年目を迎えるが、次第に観賞者の輪は広がってきている。

(4)地域の課題その他

ここでは地域特産品として一定の定義の枠をつけたが、ハードグッズからソフトグッズまで個々にはユニークな特産品と認められるものが多いことがわかった。一方で、地域産品個々には種々の課題も抱えているようである。

例えば、生産量が小さく、生産者グループの所得として魅力に乏しいのではないか。原料となる地元産品には季節性があり、通年生産できるといったビジネスとしての魅力は低く、つい片手間の作業となってしまうのではないか。販路の開拓が難しく、生産した商品に売れ残りが出るといった心配はないか。ネーミング、ブランド化についてのノウハウの蓄積も難しい課題として無視できないのではないか。

これらの課題は行政区画を超えた地区ごとに、グループごとに連携することで解決できる分野が多いように感じられる。経営面で言えば戦略が立てられたら組織づくりが必要になるのと同じであろうと思われる。課題解決方法について他地域と意見交換するといった方法も有効ではないかと思われる。

(大橋唯男)

〔参考〕

概ね次の市町村を対象として地域の調査研究をすすめた。

下総町、神崎町、佐原市、小見川町、山田町、栗源町、東庄町 以上7ヶ所

4．東総、九十九里地域

(1)地域特性

東総、九十九里地域はＪＲ総武本線、東金線、外房線、国道１２６、１２８号、千葉東金道路を主たる交通手段とする地域である。

日本一の河口を誇る坂東太郎利根川から犬吠埼を経て名洗までの荒磯、それに続く東洋のドーバーといわれる屏風ヶ浦の断崖絶壁が延々飯岡の刑部岬まで伸びている。

その後は砂浜が九十九里浜として、九十九里自然公園を形成する。九十九里浜は、飯岡の刑部岬から太東岬まで６６キロに渡る日本有数の砂浜である。

銚子市、旭市、匝瑳市、横芝光町、山武市、東金市、九十九里町、大網白里町、白子町、長生村、一の宮町と太平洋岸に面した広範囲の地域である。個々の特性としては

銚子市

銚子市は県の最東端に市域を持つ、魚と海と醤油の町であり、水産業、醤油醸造業を主として発展してきた町である。全国でもトップクラスの水産業、醤油醸造業の生産量を誇る。

JR 銚子駅周辺が中心地で市街地が広がり住宅が密集し、銚子駅周辺から利根川までの地域が特に市街地の中心である。

南部の外川は古い漁師の街の雰囲気を残しており、銚子電鉄の終着駅になっていて、外川駅と銚子駅を結ぶ、銚子電鉄の周辺やその西部は畑が広がり、全国的に有名なキャベツの灯台ブランドの産地を形成、各種の製造業も工場を連ねる。



犬吠埼

旭市

平成 17 年 7 月 1 日、旧旭市・海上町・飯岡町・香取郡干潟町が合併して新旭市が誕生した。

千葉県の北西部、九十九里海岸の北端に位置し、東京から 80km、千葉から 50km 東は銚子市に接している。

市の産業としては、キュウリ、トマト、花卉などの施設園芸が盛んで、水産業では江戸時代からの伝統的名産品で、生産量日本一の丸干しイワシがある。また東総地域の中核都市として近年商業も発展している

1)旭地区（旧旭市）

九十九里浜北部に市域を広げ、中心部は商業都市、南部は美しい弓状の九十九里浜に面し、北部には干潟八万石といわれる房総半島屈指の穀倉地帯となだらかな丘陵地帯である北総台地が広がっている。

旧旭市は落花生を千葉の特産物にするために尽力した金谷総蔵が住んでいた地でもあり、国道 126 号線沿いにある鎌数伊勢大神宮の境内には、総蔵の功績をたたえた落花生記念碑が

立っている。

2)飯岡地区（旧飯岡町）

刑部岬は屏風ヶ浦の西端に位置する高さ約60メートルの断崖絶壁にあり、太平洋と九十九里浜を一望でき、ここから眺める夜景は絶景である。

浪曲「天保水滸伝」中では遊侠渡世の悪役だが、飯岡助五郎は付近一帯の網元として漁業経営を行い、海岸に護岸を築くなど社会政策にも功労があった。墓は光台寺にある。

港湾内での風力発電が実現の目途がつき、平成17年3月海匠漁協が飯岡港内に風況観測を設置。約2年間の観測を開始。日本で初めて本格的な洋上発電の幕開けとなる。

今回「最近開発された特産品事例」として魚醤油の国民宿舎飯岡壮と、サンマ姿寿しのカントリーハウス海辺里を取り上げる。



屏風ヶ浦

3)海上地区（旧海上町）

千葉県郷土環境保全地域「龍福寺の森」など緑豊かな自然環境に恵まれ、農業地域として、歴史を重ねてきた。

現在、将来像を「豊かな自然と健康な人をはぐくむ、活力あるまちづくり」とし、緑豊かな自然との共生、住民が安心して健康的な生活がおくれる地域社会、地域資源を活用した活力ある産業の実現を目指し、まちづくりを進めている。

首都圏に近いという地の利を生かし、順調な発展を遂げてきた海上町の農・畜産業だが、一方では輸入農産物の増加や後継者不足などの課題も抱えている。これに対し、農業経営の見直しや、安全志向を反映した有機栽培などへの取り組みや、多様化するニーズに対し、新しい作物づくりも行われている。

4)干潟地区（旧香取郡干潟町）

成田空港からも近く、干潟八万石と呼ばれる肥よくな水田が広がる農業の町で、世界初の農業協同組合といわれる「先祖株組合」をつくった大原幽学を受け継ぎ、21世紀も魅力あるまちづくりを進めている。

米をはじめ、トマト、きゅうり、春菊、なすなどの新鮮な野菜や肉、卵など豊富な食材の提供。また、カーネーション、ガーベラなどの美しい花も自慢、干潟八万石は農産物の宝庫。

匝瑳市

平成18年1月23日旧八日市場市、野栄町が合併して新「匝瑳市」が誕生の予定である。

1)八日市場地区（旧八日市場市）

八日市場地区は県東総地区の中心地で、「緑のふるさと」として、植木栽培が盛んな市で、その規模は日本一を誇り、造形庭園樹の見事さは全国的に有名である。

八日市場の名は毎月8の日に市を開いたことに起因し、JR 八日市場駅周辺の繁華街には、土蔵造りの重厚な商店も建ち、町の歴史を今に伝えている。

市の南東部には住宅地と田園風景が重なり、工業団地もある。

JR 総武本線と国道 126 号線が市の中央を走り抜け、北側は一段高い下総台地になっている。

2)野栄地区（旧野栄町）

九十九里平野の北部に位置する農業と漁業の町で、農業はトマトなどの大型施設栽培、トウモロコシなどのトンネル栽培、また露地栽培も盛んである。

海岸部には3ヶ所に海水浴場があり、周辺の宿は家族連れを主体に賑わいを見せる。

JR や国道は通っていないが、静かな環境に恵まれ隠された史跡や文化財も数多くある。

海岸沿いの九十九里ビーチラインとその奥に平行する飯岡・片貝線、これらと直角に交わる八日市場・野栄線、八日市場・栄線がメイン通りになる。ビーチライン沿いには民宿や民家が立ち並び、その奥には田園地帯が広がる。

横芝光町

平成 18 年 3 月 27 日旧山武郡横芝町、匝瑳郡光町が合併して新「横芝光町」が誕生の予定である。現在工事中の千葉東金道路延長の銚子連絡道の松尾横芝から光区間が開通すれば、当地域の新たな活性化の道が開ける。

1)横芝地区（旧山武郡横芝町）

美しい丘陵の緑、栗山川のほとりに広がる市街地、広大な海と田園を背景に豊かな自然あふれる安らぎのある地区で、県都千葉市から約 33 km、成田空港から約 20 km、東京からは約 60 km の距離に位置し町の中央を JR 総武本線が横切り、横芝駅がある。

千葉駅まで約 1 時間、東京へは特急により約 1 時間 20 分。車の場合、千葉市、東京方面へは、国道 126 号、千葉東金道路があり、東京まで 1 時間 30 分の距離である。

大総台地には、たくさんの遺跡があり歴史と文化に富んだ地域で、農業を中心として発展してきたが、昭和 53 年 5 月、新東京国際空港（成田空港）が開港したことから、エアフロント地域としての工業団地造成、住宅地の整備など都市化が進み、多彩な機能を持つ都市への脱皮が課題となっている。

2)光地区（旧匝瑳郡光町）

北部一帯はゆるやかな丘陵地帯が断続し、台地は畑、低地には水田が広がり、中央部以南は整然とした田畑が九十九里浜近くまで延びる。産業は農業、畜産が盛ん。

海辺には木戸海水浴場があり、その他国道 126 号線沿いには 6 月にトウモロコシの露店が並びトウモロコシ街道と呼ばれ、季節の風物詩となる。また、光町特産品直売所では、ここでしか買えない特産品でいっぱい。

JR 総武本線が貫通しているが、駅は無く平行する国道 126 号線がメイン通りになる。

山武市

平成 18 年 3 月 27 日旧松尾町、成東町、山武町、蓮沼村が合併して新「山武市」誕生の予定である。

1) 松尾地区（旧松尾町）

中央を JR 総武本線と国道 126 号線が東西に横断し、市街地はこれに沿って広がり、松尾駅周辺が最も賑わっている。のんびりとした田園風景が多く見られ、工業団地の進出もある。

産業の中心は農業で、古くは稲作が中心でしたが近年は畑作が盛んとなり、様々な野菜や果物、観葉植物などが栽培されています。近年は養豚や酪農などの畜産にも力を入れている。

2) 蓮沼地区（旧蓮沼村）

九十九里の恵まれた自然と公園が融合するレクリエーション都市蓮沼。蓮沼海浜公園は壮大な九十九里の自然に囲まれた、全長 4 km、広さ 40 万㎡のみどり豊かな県立都市公園である。全天候型テニスコート、日本一長いミニトレイン、マウンテンコースター「ベルーガ」などが楽しめる。

道の駅「オライはすぬま」の「オライ」とは、方言で「我が家」を示し、村で栽培されている新鮮な農作物や水産加工品などが販売されているほか、旬の食材を用いた手作り料理を「はすぬま味工房」で体験することができる。



九十九里浜

3) 成東地区（旧成東町）

夏は海、冬から春に掛けてはいちご。成東は年中笑顔あふれる観光地。千葉県の東部、九十九里平野のほぼ中央に位置し、東京から 60 km 圏に位置する本地区は、九十九里浜のなかでも有数の広い砂浜をもつ。

また、伊藤左千夫(小説：野菊の墓等の作者)など多くの文化人を輩出した緑あふれる田園文化都市でもある。

海辺にはいくつもの海水浴場が続いており、内陸部の道路沿いにはイチゴ農園が点在しイチゴ街道を形成する。

JR 成東駅は総武本線から東金線を分ける駅でもあり、また成東海岸や近隣の市町村へ向かうバスの発着点ともなっている。

4) 山武地区（旧山武町）

山林の多い町で、その大半に山武杉が植えられ、高級建具の材料となり、町には多くの建具職人がいる。最近ではこの山武杉を使った木工品も造られるようになり、名産品・土産品

としてもてはやされている。

町の中心街はJR 総武本線の日向駅周辺である。

町のあちこちには果樹園が点在し、ブドウや梨やリンゴ、栗、柿などが実り、メロンやとうもろこしなどの栽培も盛んである。

東金市

千葉県の中東部、九十九里平野のほぼ中央に位置し、古くから、農業・商業等の産業を中心に発展し、山武郡市の中核都市として栄えたところで、緑豊かな自然、温暖な気候風土に恵まれ、イチゴやブドウなどの果樹栽培が盛んなところで、雄蛇ヶ池や八鶴湖があるのも特徴の一つである。

中心街は、JR 東金駅近辺で市街地が広がっている。駅の東側には近代的な家並が見られるが、反対側の旧国道沿いは雑多な商店が軒を連ね、今も昔のままの土蔵造りの建物で商いを続ける老舗も残っているが、活気は今ひとつでシャッター通り化している。

J R 東金線、千葉東金道路に接続する国道 126 線、九十九里地区を南北に結ぶ国道 128 号線が主たる交通手段となる。

九十九里町

九十九里浜のほぼ中央部を占め、イワシ漁で栄える港町で片貝漁港からは早朝、船団が沖へと向い、9 時頃に戻って来る。この時間が漁港の最も活気溢れる時で、漁師の顔にも笑みが浮かぶ。九十九里町のいつもの朝の光景である。イワシは郷土料理となっており、独特の味と多くのメニューを揃えている。日本初のイワシ博物館もある。

町の中心は片貝だが鉄道がないため、東金に続く県道、東金・片貝線と東金・豊海線がメイン通りとなる。また片貝は海岸沿いを走る九十九里道路の始発点である。

大網白里町

丘陵・田園・海岸の 3 つの特徴ある風土をもつ、九十九里平野のほぼ中央に位置する文化の街で、町域は東西に細長く、JR 大網駅周辺に市街地が広がっている。房総の大動脈の国道 128 号線、JR 外房線、東金線、国道 128 号等により交通の要所となっている。

西部の大網地区には史跡や文化財が数多く残され、人口の集中する地域である。千葉市や東京都心部からの郊外型ベッドタウンとして注目され、昭和 50 年代からは、町西部の丘陵地を中心に宅地開発が進み、さらに J R 京葉線の外房線乗り入れ等の交通アクセス向上によって急速に人口が増加して、住宅都市的な性格が強い町となっている。

白子町

九十九里浜のほぼ中央に位置し、太平洋を臨むリゾート地で、テニスコートの数は約 450 面以上もあり、テニスパックを売り物にするホテル等が多い

もう一つの魅力は温泉で、県下随一とも言われ、美容と健康に卓効といわれるヨードを含み、

この湯をひく旅館やホテルもある。町営のアクア健康センターでは砂風呂と充実したクアハウスがあり、小さめながら温泉浴室も完備している。

長生村

農業が主体の村で、植木栽培や園芸が盛んで、浜辺では潮干狩りも出来、オーシャンリゾートとしての海が広がっている。

村の中心は内陸部の JR 外房線八積駅がある岩沼地区周辺で、住宅地になっているが、田園風景が大部分を占め、西部工業団地等の工場地帯もある。

一の宮町

古くは玉前神社の門前町として発達し、地域の物流の中心として繁栄し、芥川龍之介も数日間滞在した。9月13日に行われる玉前神社のはだか祭りでは、ふだん静かな町中が前日の上総の国一宮祭りとともに熱気と歓声に包まれ、この両日、町は祭り一色に染まる。

玄関口は JR 外房線の上総一宮駅です。駅周辺から海岸方面にかけては住宅地が広がっています。この地域は国道 128 号線と九十九里ビーチラインに挟まれており、海岸沿いを北行するにも、茂原、千葉方面に出るにも便利な地域である。

(2)地域特産品

東総、九十九里地域は太平洋岸に位置し、銚子から一の宮まで広範囲にわたっている。

夫々特有の歴史、文化を持っておりそこで作られる産物も多種多様である。今回各行政区画を代表する歴史的名産品、新たに誕生した特産品等について調査した。

ハードグッズ

品名	特長	備考
ひ志お（固形醤油）	大豆と大麦から造られた発酵調味料で、形は味噌のような物だが味や風味は醤油に近い	銚子市
ぬれせんべい	醤油をしみこませてしっとりとしたやわらかいお煎餅	銚子市
いわしの角煮	新鮮ないわしを砂糖と醤油で柔らかく煮付けた角型の佃煮	銚子市
貴味(タカミ) メロン	緑肉系で多汁、肉質のしっかりした日持ちの良いメロンで糖度は16。	飯岡地区 (旭市)
魚醤油（鰯雲）	カタクチイワシを原料に醤油麹で発酵させた魚醤油	飯岡地区 (旭市)

さんま姿寿し	さんまを丸ごと磯牡蠣の殻を活用したタレで作った姿寿し	飯岡地区 (旭市)
丸干しイワシ	江戸時代からの地場産業、生産量は今も日本一	旭地区 (旭市)
ホワイトきんとん	「干潟町生活改善研究会」発特産物を他市町村にも紹介	干潟地区 (旭市)
大浦ごぼう	門外不出の巨大ごぼう、直径 20cm、長さ 1m にも及ぶ成田山の精神料理の材料	八日市場地区 (匝瑳市)
光鬼舞	地元産豚肉と国の産地指定を受けているひかりねぎを素材に本物志向のソーセージ	光地区 (横芝光町)
ねぎのど飴	特産のひかりねぎのエキスをぜいたくに抽出して作った喉にやさしい飴	光地区 (横芝光町)
光鬼舞	光町の郷土芸能「鬼来迎」のように子々孫々に伝えられるような味を目指した地酒	光地区 (横芝光町)
とうもろこし	松尾町特産のとうもろこし『味来(みらい)』	松尾地区 (山武市)
きびのかきもち	きび、塩、卵、里芋を植物油で上げた菓子	松尾地区 (山武市)
オライはすぬまんじゅう	道の駅『オライはすぬま』だけにしか買えない人気のまんじゅう	蓮沼地区 (山武市)
ピーナッツのおしょうゆ	千葉県産の脱落花生を用いたお醤油、マイルドな香りと透明感の色調が特徴	成東地区 (山武市)
九十九里もち(くどくのさともち	柚子・山葡萄の入ったくずもち	成東地区 (山武市)
金山寺みそ	米、裸麦、大豆を主原料に、新鮮な野菜などを入れ、こうじで発酵させた自然発酵食品	東金市
ゆず羊羹・柚子最中	明治の末創製したもので、特に香り高いことで知られている	東金市
いわしの胡麻漬	新鮮な片口いわしを、酢・塩によって鮮度を保ち焼きゴマ、ショウガで味わいを整える	九十九里町
いわしのみりん干し	イワシをしょうゆ、砂糖、水あめ、みりん、酒に漬けてから乾燥させたものがみりん干し	九十九里町

タマネギワイン	特産の生たまねぎ搾り汁にブドウ果汁を加えて醸造した本格的な「たまねぎワイン」	白子町
ナガラミ	巻貝の一種で、塩ゆでしてそのまま食べたり、醤油と酒などで煮付けて食べる	白子町
唐辛子みそ	甘みがあるがピリリと辛く、熱々のご飯にのせて食べると、食が進む	一宮町

ハーフグッズ

品名	特長	備考
イルカウォッチング	親潮と黒潮の流れる銚子沖にやってくるイルカやクジラは約 20 種もあり直接観察できる	銚子市
藍染銚子ちぢみ体験	銚子ちぢみの工程を体験 藍染め→色止め→水洗い→完	銚子市
飯岡しおさいマラソン大会	2 キロの親子レースからハーフマラソンまで 19 種目が行われる	飯岡地区 (旭市)
いいおか YOU・遊フェスティバル	開催場所は飯岡海水浴場、萩園公園、いいおかユートピアセンター、国民宿舎飯岡荘	飯岡地区 (旭市)
鎌数神楽	毎年、例大祭が行われ、県の無形文化財にも指定された 12 座の神楽が奉納される	旭地区 (旭市)
七夕市民まつり	旭駅前及び中央商店街周辺ミス七夕、お囃子、サンバカーニバル他	旭地区 (旭市)
よかっぺ祭り	よかっぺとは、当地方の方言で、「良いだろう」「良いことだ」の意	八日市場地区 (匝瑳市)
ふれあいパーク八日市場	地場産業の振興と地域の活性化、都市と農村の交流を目的	八日市場地区 (匝瑳市)
鬼来迎	約八百年もの間、地元民によって演じられている仏教劇で国重要無形民俗文化財	光地区 (横芝光町)
祇園祭	本町の八坂神社で「家内安全、産業の発展、子孫繁栄」を祈願後、御輿や山車が練り歩く	横芝地区 (横芝光町)
八田金刀比羅神社例大祭	海上安全の守護神として信仰される、こんぴらさん	松尾地区 (山武市)

「はすぬま味工房」	味工房にある備品を利用した、様々な加工品、味噌作りに挑戦！に挑戦	蓮沼地区 (山武市)
いちご狩り	成東町観光莓組合は、21周年を迎え美味しいいちごを提供できるようがんばっている	成東地区 (山武市)
長光寺のしだれ桜祭り	ウバヒガンシダレザクラで、高さ15m、幹の太さ5m、樹齢は約300年	山武地区 (山武市)
ぶどう園	松之郷ぶどう園は県下一のスケールを誇り今では東金の名所	東金市
やっさ祭り	東金駅東口公園通りを会場に約6万人の観衆を集め踊って踊ったお祭り	東金市
地引き網	紀州方面から伝えられた、大地引網漁業が現在も観光地引として行われる	九十九里町
手づくりガラス・吹きコース	吹きガラスの吹きコースで手作りガラスの体験をする	九十九里町
九十九里ハーブガーデン	ハーブ工房では、ハーブを活かしたオリジナル作品を作ることができる	九十九里町
干物づくり体験	近隣加工工場を見学、いわし味噌干し製造工程を体験	九十九里町
テニス	テニスコート数は約450面以上もあり、クレーやインドアコートなど種類も豊富	白子町
南白亀川イカダのぼり競争	南白亀川(なばきがわ)を手作りのイカダでのぼる競争	白子町
太陽の里	天然ミネラル海洋水露天風呂やトルマリン風呂、砂風呂、檜露天風呂など20種類	長生村
九十九里はだしで歩こう大会	たぐいまれな砂浜である九十九里浜を、あらゆる世代の人々がはだしで歩く	一宮町
九十九里浜一宮乗馬センター	人・自然・馬 この得もいえぬ一体感、この感動を伝えたい	一宮町
上総国一宮まつり	伝統の上総おどり、武者行列、金管バンドパレードなどが行われ	一宮町

ソフトグッズ

品名	特長	備考
犬吠埼灯台	本土で日の出が一番早い豪快な犬吠埼の突端にそそり立つ白亜の灯台	銚子市
犬吠埼温泉	地下 1300m から湧き出る温泉で泉質は塩化物強塩泉	銚子市
文学碑散策（文人・墨客・歌人・俳人）	尾崎弴堂、小川芋銭、竹久夢二、国木田独步、佐藤春夫、高浜虚子、古帳庵他	銚子市
飯岡刑部岬展望館～光と風～	屏風ヶ浦の西端に位置する高さ約 60 m の断崖絶壁にあり、太平洋と九十九里浜を一望	飯岡地区 （旭市）
千葉県東総文化会館	芸術文化の創作発表、鑑賞等の場を提供する	旭地区 （旭市）
大原幽学記念館	村の改革に後半生を捧げた大原幽学の旧宅（国指定）	干潟地区 （旭市）
飯高寺（飯高檀林）	法華宗（日蓮宗）の学問所、講堂・鐘楼・鼓楼・総門は重要文化財（国指定）	八日市場地区 （匝瑳市）
木戸陣屋	栗山川にかかる「屋形橋」のたもと（東側）に木戸陣屋はあった	光地区 （横芝光町）
栗山川	漁業資源の確保や環境保全の一環で栗山川にサケの稚魚を放流、サケ回帰南限	横芝地区 （横芝光町）
道の駅『オライはすぬま』	観光スポットや地域情報等を入手できる施設で、新鮮野菜や地元の特産品を提供	蓮沼地区 （山武市）
成東町歴史民俗資料館	近代短歌の先駆者「伊藤左千夫」の遺品、古墳群から出土した埴輪、土器等展示	成東地区 （山武市）
八鶴湖	東金城跡（東金公園）下の湖で、周囲約 800 m を、桜・ツツジ・ショウブ・などが彩る	東金市
玉前神社	神武天皇のご生母といわれる玉依媛命を祭神とする歴史有る上総の国の総社（一の宮）	一宮町

以上、東総、九十九里地域には数多くの名所・旧跡、名産品・特産品が存在するが、まだまだ地域の歴史、文化、風習等の特性の違いにより、埋もれた名産品・特産品があり、それらを今後いかに日の目を見させるかが大きな課題である。

(3)最近開発された特産品事例

東総、九十九里地域の東方旭市飯岡地区（旧飯岡町）の水産物加工関係の二つの事例を紹介する。ひとつは千葉県産業支援技術研究所（旧千葉県工業試験所）と水産研究センター（旧水産試験所）が開発した技術を国民宿舎飯岡荘が実用化・製品化した『カタクチイワシを原料とした魚醤（魚醤油）「鰯零（いわしずく）」』で、二つ目は民宿業、カントリーハウス海辺里（つべり）が開発した『さんま姿寿し』である。

『魚醤（魚醤油）「鰯零（いわしずく）」』については、公民宿舎「飯岡荘」支配人野口國男氏に、『さんま姿寿し』についてはカントリーハウス海辺里社長渡辺義美氏及び飯岡商工会石毛貴樹氏に直接お話を伺った。

カタクチイワシを原料とした魚醤（魚醤油）「鰯零（いわしずく）」

1)概要

千葉県産業支援技術研究所（旧千葉県工業試験所）と水産研究センター（旧水産試験所）が県内産のカタクチイワシを活用し、県の伝統産業である醤油醸造技術を応用した魚醤（魚醤油）の醸造法を開発し、国民宿舎飯岡荘が技術導入し製品化、実用化した。

千葉県が推進する干（地）産干（地）消の一例であり、また、加工が難しく食用に不適であったカタクチイワシの付加価値の高い活用法であることから、県内食品産業、水産業振興に寄与できる技術であり、町ぐるみで作られた地場産品（魚醤（魚醤油））は【鰯零（いわしずく）】と命名し、町おこし、地域振興の一役を担うものと期待できる。



魚醤油(鰯零)

2)魚醤（魚醤油）とは

新鮮な魚介類を固体のまま食塩とともに長期間漬け込み生じた液汁の部分を利用した調味料で、旨味が強くおいしいが独特の臭みが敬遠され、主に食品加工分野を中心に隠し味として利用されているが、近年未利用・低利用資源有効利用の点で注目され、改めて研究・開発が進められている。

3)開発経緯

千葉県は古くから醸造業が発達し、特に醤油は全国一の生産量を誇る。また、三方を海に囲まれた国内有数の水産県であり、イワシ類、特にカタクチイワシは豊富な漁獲量がある。

カタクチイワシは煮干、塩干品等の加工用原料として利用されているが、その殆どがハマ

チの養殖用飼料等に使用されて、付加価値の高い新たな商品化が望まれていた。

県の重要な地場産業である醤油の醸造は、大豆と小麦から作られる各醤油会社特有の醤油麹を食塩水で仕込み、発酵、熟成を経て、压榨、火入れして製品になる。

その醤油醸造技術をベースに、仕込みに用いる醤油麹の一部を魚に置き換える「かけ仕込み」方式により、「魚醤（魚醤油）独特の臭み」を押さえ、使用する醤油麹の種類によって「色が淡い」「旨味が強い」「コクがある」といった特徴のある魚醤（魚醤油）が出来ることを発見し、具体的に実用化する醸造条件の最適化を図り、小規模及び中規模試験を行った。

県内の関係企業等（市町村、水産加工業者、観光業者、醤油醸造業者等）に技術の周知を行い、旧飯岡町（醸造元：国民宿舎飯岡荘）が前飯岡町長の県、及び公的試験機関との人脈を通して、技術導入を目指して名乗りをあげ、現地飯岡荘で試験醸造を行った。

試験醸造の結果、醤油麹を使用した効果等で、醸造期間は半年程度と一般的な魚醤（魚醤油）と比べ短期間で醸造でき、魚醤（魚醤油）特有の臭みも軽減された。

試作品を同荘の食堂に置きアンケート調査をしたところ高い評価が得られ、幅広い用途への利用が可能として、新たな魚醤（魚醤油）製造技術として確立し実用化にふみきった。

4) 実生産

同荘では技術導入、試験醸造の結果等を踏まえ、実生産工程を確立し、新たに醸造棟を設け製造設備を設置した。

平成16年12月に初仕込みを行った。原料魚は飯岡港に上がった新鮮なカタクチイワシをミンチ状にして使い、大豆・小麦を使った醤油麹を1：1に混合、食塩水を加え6ヶ月間発酵熟成を行い製品化した。

醸造経過は頗る順調で、予想通りの製品が出来上がった。製造量は300ℓで同荘では主に宿泊客に提供した。

新製品魚醤（魚醤油）を「鰯零（いわしずく）」と名づけた。「鰯零（いわしずく）」は好評で公共性、公平性の高い各種メディアが記事として取り上げパブリシティ効果十分で、当飯岡荘は元より地域資源活用について広く世間に知らしめた。

製品は即完売となり、その後も既に伝え聞いた人達から引き合いが殺到している。

平成17年度は12月に600ℓを仕込む予定である。その後は通年醸造を目標に年に3回仕込む計画を立てている。

5) 今後の展開

飯岡港に水揚げされる大量7万トンもの豊富な水産資源（カタクチイワシ）は、その殆どが関西方面で行われているハマチ養殖の飼料くらいしか利用法がなく、町や同荘などでは付加価値の高い加工食品への用途開発への用途開発を切望していた。

今回、町ぐるみで作られた地場産品（魚醤（魚醤油））は町おこし、地域振興の一役を担う

ものと期待できる。

今後、特産品として展開するための課題としては

- a. 食品としての品質の安定、安全性の確保
- b. いかに地域特産品としての期待に応えるか
- c. 関連商品開発
- d. 千（地）産千（地）消はまず地元(旭市他)から
- e. 次に千葉県内の都市部(千葉市他)へ
- f. 行政（国民宿舎）の仕事から民間への移行
- g. 伝統醤油と水産県産千葉の魚醤（魚醤油）の共存による地場産業振興

等、一つひとつ取り組みながら「千葉の特産魚醤（魚醤油）飯岡にあり」として全国に発信したい。

さんま姿寿し

1)概要

カントリーハウス海辺里の「サンマ姿寿し」はたれに磯牡蠣の殻を活用し、脂ののった銚子港で水揚げされるサンマを丸ごと使い、地元の新しい土産品を作ろうと企画した逸品で、平成16年度「千葉県おみやげ品開発事業奨励賞」を受賞した。

2)開発経緯

素材に使う食の安全と健康に適した青魚は千葉県の代表的な海の幸である

サンマ、イワシとした。この青魚はタンパク質のみならず現代病や美容と健康に役立つEPA、DHAを多く含み注目されている。

当工房では「焼く」・「加圧・加熱」とは異なる発想で取り組み、水産加工現場から廃棄される骨や内臓・ウロコなどを食品の一部と考え、資源として循環型社会のモデルケースを試みた。



さんま姿寿し

まず、飯岡の浜を代表する磯ガキの力

キ殻を粉末化し、カキ殻アルカリ水を作成しその殺菌・浸透作用を取り入れ、食材の保存性を高め、作業、洗浄の効率を大幅に向上した。

次に、カキ殻アルカリ水を活用し塩と酢を仲介に野菜、海草によるミネラル効果を引き出し、素焼きの甕に貯蔵して気孔による中の化学的、物理的变化がもたらす熟成効果により、究極の「さんま姿寿し」の「カキ殻アルカリ熟成タレ」（平成17年6月特許出願済）が誕

生した。

青魚に対する課題として風味を損なわず青魚特有の臭みを消すこと、軟骨を軟らかくして違和感なく食べられること、皮を軟らかくかつその色やつやを持続させること、内臓やウロコにEPA、DHA、ミネラルが集結しているので発酵の促進と可食に移させること、最後に残った酢タレは煮沸し、万能調味料にすることなど課題を背負い試行錯誤の結果、開発テーマに沿った製品化への目途をつけた。

食の安全・安心と健康、そして自然な作り方は社会の大きな流れである。観光みやげ品に求められる条件として商品が成熟し購買意欲につながることで、地域の素材であること、手作り感があること、地域・時期限定の商品であること、具体的部位を示す健康的商品・千葉県産を表現することである。

3) 製品の独自性、特徴

サンマ姿寿しと他製品との比較では、まず、素材は脂肪分の多いサンマを用いる。

作り方は背開き又は腹開きにして内臓、背骨をとり塩水あるいは立て塩でしめ、洗って腹の小骨をとり酢につけ、生臭みをとるため柑橘類を用い、保存性を高めた方法である。

当工房の工夫は地の魚を最大限に活用し、他に無い製法で付加価値を産む。酢タレが脂肪分の旨さを引き出し、骨を軟らかくし、表皮に柔軟さと光沢を与え、さらに内臓がこの働きを促進させ、ミネラルがこの循環の役目を果たす自然な作り方を基本とする。保存性は観光みやげ品という性格から厳しく酢のみでなく、カキ殻アルカリ水の保存性を活用した。

当工房製法の強みは外見では表皮に生のような艶やかな光沢があり、頭から食べられる。旨さではサンマ特有の臭いや酢のきつさが無く、脂肪分が多くワサビとの相性がよく、食べると旨さが口中に広がる。

他製品と最大の差別化は作り方で、「カキ殻アルカリ熟成タレ」の独自の製法を用いた、手作り商品が実感できることである。

4) 東総地域発の「千産千消」

当店で製品化に向け店内食のメニューに加え、お持ち帰りできるお土産品である旨をアピールした。すでにサンマの時期は外れていたがポツポツと売れ始めた。お持ち帰りの注文が入り、「他のものと違う旨さ」「頭まで食べられる」と気に入り、お土産品としてのサンマ寿し人気がダントツに上がった。

銚子はサンマで知られているが「サンマ寿し」が作られ、販売が行われた形跡はない。紀州や伊豆では銚子に比べ、脂の少ないサンマが出回り保存食として定着したといえる。この伝統的な作り方に依存しては従来の模倣にならざるを得ない。

近年、銚子は時期になると脂が乗り生で、刺身で食べられるサンマのイメージが強くなってきた。

当工房の自然造り ” サンマ姿寿し ” は

- a. 夏ガキの代表格である磯ガキ殻の活用
- b. 銚子の醸造文化を背景に甕の使用等独特なタレの製造
- c. 脂が乗った銚子のサンマ この三点から東総地域のイメージを関連付けした。

飯岡で生まれた漁醤（漁醤油）をベースに、カキ殻アルカリ水の殺菌・浸透作用を取り入れ、地元産の野菜をたくさん使った「カキ殻アルカリ熟成タレ」で作られた、EPA、DHA、ミネラルが集結している青魚の「サンマ姿寿し」は、飯岡の地域特産品NETを十分活用し、いずれ東総地域発の全国ブランドの特産品となるであろう。

更に、今後は青魚のカタクチイワシを使った姿寿しの新製品作りに果敢に挑戦する。

（布施 光義）

5.房総半島西南部（東京湾岸：富津～館山）

(1)地域の特性

富津市は、房総半島の西南部、東京湾の入り口に位置し、延長 40Km にわたる海岸線と富津岬、鹿野山などの自然に恵まれている。

富津市から館山市に至る鋸南町/富山町/富浦町は、海と花のイメージの南房総、南国の明るい風光と温暖な気候に恵まれた地域で、早春または厳冬のころでも色鮮やかな花々によって彩られる。海岸線は変化に富み、入江には漁港があって活気あふれる風景が見られる。

館山市は、館山湾と太平洋に面した南房総の中心都市。「南総里見八犬伝」のモデルとなった里見氏の城下町。温暖な気候と豊かな自然を活かし、オレンジ色の屋根、白い壁が基調の南欧風の街並み景観形成推進中である。

房総半島西南部（東京湾岸：富津～館山）は、豊かな自然条件を活かした、農林水産業と観光業が盛んな地域である。

(2)地域特産品

ハードグッズ

商 品	特 徴	市町村名
富 津 の 海 苔	富津の海苔は 200 年の伝統を誇り、江戸前の海苔として大変人気が高い。乾海苔、焼海苔、各種佃煮、各種麺用にブレンドしたニュー製品など	富津市
びわ	「房州ビワ」は、長崎の茂木ビワと比肩する我国二大生産地。もちろんビワ狩りも楽しめる。	富山町
	大粒でみずみずしい「びわ」は富浦町の特産物。びわ狩りも楽しめる。5 月下旬から 6 月中旬。枇杷倶楽部」で受付	富浦町
房 州 う ち わ	太田屋の手作り「うちわ」は穴あけと竹洗い以外は全て手作り。元々江戸で始まったうちわ作りは、原材料の竹の供給地である房州に移ってきた。自分だけの「オリジナル団扇」も作れる。	富浦町
	館山は「うちわ」の 3 大産地のひとつで、丈夫な丸柄が特徴。房州うちわは、経済産業大臣指定伝統工芸品	館山市
唐 棧 織 (とうざんおり)	安土桃山時代にインドから移入された木綿縞織の一種。渋味となめらかな地合が好まれている。お土産用には、財布・名刺入れ等がオススメ。	館山市

ハーフグッズ

商 品	特 徴	市町村名
潮干狩り	富津公園に隣接した遠浅の海岸では、海水がぬるむ3月から約半年、家族連れで楽しむことができる。	富津市
水仙祭り	安政年間（1854～60）保田地区に咲く日本水仙が、元名水仙と呼ばれて船で江戸に運ばれたのが始まりといわれている。現在では、越前、淡路と並び日本水仙三代群生地。鋸南町は寒暖の差が大きいところから、他の地域の水仙に比べ香りが強いのが特徴で、期間中はいたる所で水仙の芳香が漂い、一足早い春の訪れを感じることができる。開催期間：平成17年12月17日(土)から平成18年1月31日(火)	鋸南町
海水浴 岩井海岸	波静かな岩井海岸は海水浴に最適。 観光地引き網 / 宝探し / 砂の芸術 / 花火大会 / スイカ割り大会 / 岩井祭礼などイベントも豊富。7月中旬～から8月下旬。	富山町
いちご狩り	あまーい「いちご」が食べ放題。1月2日より、館山いちご狩りセンター/館山観光いちご狩りセンターにて。	館山市
海ホテル 観察	東京湾アクアラインのニックネームとして有名になった館山の海ホテル。きれいな海に生息するといわれる海ホテルが暗くなった館山湾の海の中で、青白い光(マリンプルーといわれる)を放つのが観察できる。観察会は毎月第1土曜。夏休み親子の自然体験メニューも開催されている。	館山市

ソフトグッズ

商 品	特 徴	市町村名
マザー牧場	鹿野山に広がる250万㎡の広大な敷地の観光牧場。四季折々に花が咲き、動物達とふれあうことができるエンターテインメント・ファーム。おいしい空気を胸いっぱい吸い込んで、心も体もリフレッシュできる。 近隣には、TEPCO エネルギーセンターなど。	富津市
志駒川峡谷	南房総では数少ない紅葉の名所・志駒川峡谷。もみじロードと名づけられた約10kmの県道沿いに約1000本のもみじがあり11	富津市

	月下旬から 12 月中旬にかけて見頃となる。近くには志駒不動様の霊水、滝の不動尊の名水が湧き出ている。	
鋸山 及び日本 寺	房総半島の西岸に切り立つ鋸山は海拔 329m。岩肌が鋸の歯のように鋭いことから命名された。山頂からは、目の前に東京湾浦賀水道、その先が三浦半島、目を移せば富士山、伊豆天城連峰、伊豆大島、さらにアクアライン海ほたる、横浜ランドマークタワーなど大パノラマが広がる。 山頂から 10 分ほど下ると日本寺入り口。日本寺は奈良時代神亀 2 年（726）に開かれた古刹（関東最初の勅願所）といわれ、境内には地獄のぞき、百尺観音、高さ 31m で日本一の石大仏、千五百羅（上総櫻井の石工、大野英令が安永 9 年（1780）から弟子 27 名と 21 年かけて刻んだもの）、十州一覽台など見所がいっぱいの約 1 時間半のハイキングコース。四季を通じて楽しめる。	鋸南町
菱川師宣 記 念館	浮世絵の創始者（「見返り美人」で有名）菱川師宣の作品をはじめ、後の浮世絵師たちの作品を展示し、浮世絵の歴史や江戸の庶民風俗を紹介している。	鋸南町
南総里見 八犬伝 の里	「八犬伝」は江戸時代の戯作者滝沢馬琴による大長編小説。安房国の城主里見義実の娘「伏姫」と飼犬「八房」との間に生まれた「仁・義・礼・智・忠・信・孝・悌」の八つの玉を巡る勧善懲悪の理念に貫かれた物語。伏姫の籠穴や犬塚などゆかりの名所が多数残されている。	富山町
花倶楽部	温暖な気候の富浦では、どこよりも早く春が訪れ、季節の香りが楽しめる。総面積 4,000 坪の敷地内で、ポピー、金魚草や極楽鳥花など種類豊富な美しい季節の花々を心ゆくまで観賞でき、摘み取ることもできる。枇杷倶楽部直営農場	富浦町
千葉県南 房 パラダ イス	約 3,500 m ² におよぶ観賞用温室群は国内でも最大級の施設。熱帯・亜熱帯の植物を中心に展示、庭園には温帯の植物が植えられており、他に蝶館や動物広場、小鳥館、シンガポールらん館がある。シンガポールのシンボル「マーライオン」が設置されている。	館山市

詳細は、観光協会のホームページ参照

(3)地域のキーマンのインタビューの内容

「ザ・フィッシュ」企画開発室長 鈴木 直 様 のインタビューを基に、「ザ・フィッシュ」の概要を以下に紹介する。

「ザ・フィッシュ」の歩み

祖父が、これからの車社会の到来を予期して昭和 37 年にガソリンスタンドを国道(R127) 沿いに開業したことから始まる。

高度経済成長期の旅行ブームによって金谷港を経由して鋸山や南房総を訪れる観光客が年々増加してきたのをビジネスチャンスと捉えて、団体客をターゲットとして第1ドライブイン（現在の船主の場所）を昭和 43 年に建設し、引き続き第2、第3ドライブインを増設した。

現社長（3代目）は、かげりが見え始めてきた団体客依存から、軸足を個人客重視へと移すべく検討を開始した。コンサルタント（船井総研）を交えて、和歌山の「とれとれ市場」や、伊賀の里「もくもくファーム」（三重県）など各地の有名な商業施設を視察・見学し、「ガラス張りの工房の中で、加工しているところをお客に見せ、地域の素材を生かした商品づくりをする」という伊賀の里の手作り工房「もくもくファーム」を基本コンセプトとして、6億円の建設資金を投じて、2000年に南房総・金谷ベイサイドマーケット&レストラン「ザ・フィッシュ」をオープンした。

「ザ・フィッシュ」は、「地域活性化」を柱に、「地元産品」を使って、「手づくり」で、「食の安全を守る」をキーワードとして、来店する顧客に感動を与える商品作りにこだわって商品開発に取り組んでいる。

「ザ・フィッシュ」のプロフィール：

ザ・フィッシュ / 富洋開発観光株式会社
東京湾に面した海洋レストランに、買い物
エリアを併設したベイサイドマーケット。

売上高約1億円（月） 従業員 80 名
（平均年齢 38 歳） / 2005 年 9 月 25 日現在
.位置

〒299-1861 千葉県富津市金谷 2288

アクセス

- * 東京湾アクアライン～館山自動車道 木更津南 IC 下車国道 127 号線 館山方面へ約 25km（通常 1 時間程度）東京湾フェリー港となり（富津金谷 IC より 1km：平成 16 年 5 月に富津館道路 竹岡～富津間開通）
- * 東京湾フェリー：久里浜～金谷 約 35 分
- * JR 内房線：JR 東京 - 浜金谷（特急 1 時間 30 分） 浜金谷駅から徒歩約 5 分



・施設：全館バリアフリー

🐟 レストラン/食堂：団体予約席（本館） - 500 席 / 船主総本店 - 100 席（お座敷 50） /

麵どころキャビン - 90 席 / 個人レストラン - 80 席

🐟 駐車場：大型バス 50 台/普通車 200 台

🐟 トイレ：お客様用館内 3 ケ所 - ウォッシュレット完備/車椅子用トイレ・ベビーオムツ台有り

団体での予約：団体での予約は 10 名以上

食事メニューは、1050 円より各種。ご希望に沿ったメニューが用意できる。

連絡先：フリーダイヤル 0120 - 21 - 6107

電話 0439 - 69 - 2161（年中無休 09:00～18:00 まで）

ファックス 0439 - 69 - 2261

メール info@thefish.co.jp

U R A L <http://www.thefish.co.com>

「ザ・フィッシュ」での楽しみ

金谷フェリー港に接し 2000 年にオープンした the Fish。海に見えるレストラン「ザ・フィッシュ」・地魚回転寿司「船主」（姉妹店）などレストランエリアに、お買い物エリアを併設した週末ドライブにぴったりのベイサイドマーケット。

1) 「ザ・フィッシュ」レストランエリア

東京湾を行き交う船を眺めながら新鮮で、リーズナブルなランチが楽しめる。

a. レストランおすすめランチメニューオススメ

は、地元船形漁協より仕入れた地元の新鮮な魚介類を使った丼。

海鮮丼特集などでしばしば、テレビ放映もされている。

👉 海鮮丼：地魚 4 種に生マグロ、生ウニ、生ダコ、イクラ、ボタン海老が盛りだくさんの海鮮丼は、地元漁師の間でも評判で、雑誌などでも取り上げられている人気一番メニュー。価格 1680 円（お味噌汁 + 小鉢・香の物付）

👉 海鮮ちらし丼：新鮮な色とりどりの刺身をちらし、ゆず風味のコンソメゼリーを載せた



井。価格 1360 円（お味噌汁＋小鉢・香の物付）

☞ 日替わり地魚刺身定食：生きの良い旬の地魚 5 種盛り合わせ。価格 1575 円（お味噌汁＋小鉢・香の物付）など、季節の旬の食材を使った様々なランチが用意されている。

- b. 麺どころ キャビン：ザ・フィッシュ正面玄関前にある建物が「旨いもんどころキャビン」。気軽に立ち寄り、ラーメン、麺類、干物定食、刺身定食などが気軽に楽しめる。醤油ラーメンがこだわりの一品。

2) 「ザ・フィッシュ」ショッピングエリア

a. 手造り工房 見波亭

「ザ・フィッシュ」オリジナル・ブランド手造り工房「見波亭」は、和菓子工房/洋菓子工房/パン工房/スモーク工房の 4 工房で構成されている。全ての商品は、厳選された食材を使い、無添加・無着色・保存材料不使用で全工程店内で完全手作りである。

和菓子工房一番人気【黒糖まんじゅう】

餡は北海道十勝産の厳選された小豆、皮はミネラル成分豊富な健康食品沖縄産黒砂糖、生地の仕込には房総の名水（田原地域の天然水：滝の不動尊）と素材にこだわり、ひとつひとつ工房内で丁寧に仕上げる。

健康と美しさを追求した当店の一押し。「ザ・フィッシュ」お土産ランキングナンバーワン。

価格 6 ケ入り：525 円 12 ケ入り：1050 円



- 🐟 「見波亭」に生きる伊能忠敬もてなしの心：日本で初めての実測地図を作った江戸の偉人伊能忠敬。実測中に、金谷の名主であった当主鈴木四郎右衛門宅に立ち寄った記録が残されている。当主鈴木四郎右衛門は、旅人の疲れを癒すべく、心づくしの膳でもてなしたという。見波亭は、その伝にちなみ、心を込めた素朴なおもてなしでお客様に喜んでいただけるような、お菓子作りを心がけている。

洋菓子工房一番人気【のこぎり山ばうむくーへん】

ドイツの伝統菓子の製法にのっとり、厳選されたフレッシュバター、地元西野ファームの「なのはな卵」（農林水産大臣賞や日本農業特別賞など受賞）などを使ったオリジナルバウムクーヘン。ユニークなかたちは「ザ・フィッシュ」の前方房総半島の西岸に聳える伝統の名峰鋸山をモチーフしている。上品な甘さは紅茶などの相性抜群。ご贈答にも最適。

価格 ホール 1050 円

焼き立てパン工房

約 25 アイテム作っており、全てが手作りオリジナル品。スクラッチ（粉を練るところから）から工房で行っている。パン工房の前は、焼き上がりを待つお客でいつも混み合っている。

☞【びわメロンパン】：千葉駅で1日 1500 ケ売れたカスタード入り超人気パン。

ふんわりとして、サクサク感がある。パン工房の前には、ファンが待ちうけ、焼き上がると瞬間に売り切れとなる。価格 1 ケ 150 円

☞【金谷のひじきパン】ミネラルと鉄分をたっぷり人気パン。価格 1 ケ 105 円 /

【ふわふわ チーズケーキ】羽が生えたようにふんわり、ふわふわの食感の見波亭の新顔ベーカリ。価格 ホール 1050 円 / 【房総ミルクブレッド】：新鮮とれたて牛乳を使用した食パン。酪農牛乳を 100%使用し、水を使わず、鶏卵を使用していないので、アレルギーの方も心配無く食べることができる。価格 1 本 367 円

スモーク工房

☞【もくもくスモークサーモン】：サーモンの下味となるピクル液はもちろんのこと、スモークする木の種類もオリジナルブレンドしたモノを、材料には最上級サーモン、大島の天然塩、沖縄の黒砂糖などこだわりの素材を使用し、店内のスモーク工房で5日間かけて造られる手造りスモークサーモン。ホームページに秘伝のレシピが紹介されている。

b. お魚市場

房総最大の鮮魚コーナーには生きの良い地魚、生簀には地サザエ、あわびなど品揃えもバラエティに富んでいる。

鮮魚コーナーのお勧め商品

☞【金谷の黄金鰯】：良質の脂がたっぷりの江戸っ子にも大人気だった金谷の「黄金鰯」、刺身、たたき、なめろうがオススメ。ごはん党、お酒党どちらにも喜ばれる。

☞【生簀の量り販売】：伊勢エビ、あわび、サザエ、はまぐりなど季節の生簀の生きた魚介量り売り。

☞【オーダーお造り】：予算は、4人前で3000円から、伊勢エビ、あわび豪華盛り合せて8000円。新鮮で、ボリューム満点、HP担当者のオススメ。レストランにて利用可能

海産物コーナーからのオススメ商品

☞【3代目与重郎の鰯の開き】：3代目



与重郎が伝統の技を使い、手間隙かけ
て造る鰯の開き。お土産一番人気。

- ☞【地魚粕漬け各種】：自信を持ってオススメする、鮭、ぶり、鯛など季節の地魚をオリジナル粕に漬け込んだ、ちょっと贅沢な新商品。酒のつまみ、ご飯のおかずにも最適。
- ／【ザ・フィッシュオリジナル 塩辛 全6品】：オリジナル塩辛は塩分控えめで、酒の肴、あつあつごはん、お茶づけにぴったり。

ごはんのお供に最適 乾物・佃煮コーナー

- ☞【ひじきのり】：金谷ひじきを甘辛く煮付けた一番人気のオリジナル商品。
- その他、富津産アサリの佃煮、岩海苔の佃煮、乾燥ひじき、江戸前海苔など

c. ハマーズ

南房総最大の200坪を誇る店内には、500種を超える房総の地場産品、名産品、オリジナル商品がところ狭しとあふれている。

店名の由来になっている、「ミスターハマー」（浜金谷の「浜」にちなんだネーミング）はイギリス生まれ、金谷育ちのカモメ。イメージ



キャラクターとして、マグカップ/タオル/トートバッグ/トレーナー/Tシャツなどキャラクターグッズを飾っている。

- ☞【丸ごとびわゼリー】：房総名産の高級果実びわを丸ごと1個、コンニャク入りプルプルゼリーでくるんだオリジナル一番人気商品。通年で一番の売れ商品。

価格 4ケ入り 525円 / 8ケ入り 1050円 / 12ケ入り 1575円

- ☞【南房 総菜の花だより】：房総の太陽を浴びたやわらかい菜の花をあっさりとした漬物に仕立てた房総の早春を味わう漬物。自宅用お土産として大人気。価格 525円

【総菜大根】新商品、お茶請けなどに最適。価格 525円

- ☞【やちまた産天日干しからつき落花

生】：

生産高全国一の千葉県落花生、の中でも特に有名な八街（やちまた）産天日干し落花生はコクと風味が抜群。

- ☞【ゆで落花生】：「みのもんださん」が昼のテレビ番組で、健康に良いと紹介した健康

満点の健康食品。価格 525円



d 「ザ・フィッシュ」インターネット販売：

季節の折々にお届けする the Fish ならではのオリジナル商品紹介

☞【見た目だけでなく食べて本当においしい紅白四ツ箱おせち】：11月14日より予約受付中。限定300箱、13,000円（税込み）。昨年（2004年）は売り切れになった、人気・お買い得商品。申し込みはお早めに。

☞【母の日プレゼント バームクーヘンと花】：「ザ・フィッシュ」オリジナル「のこぎりやまバームクーヘン」と「地元産インパチェンス」をセットにした、母の日プレゼント。

2004年ヒット商品

3) 「ザ・フィッシュ」のイベント

新春イベント 新春太鼓初め&甘酒ふるまいなど（2006年1月2日）

2005年は、クリスマスバイキング&ピアノ・フルートの夕べ（2005年12月17日（土）18:00～）/ 金谷の夏祭り（2005年8月）を含め4イベント開催。

4) 「ザ・フィッシュ」周辺の観光施設及びイベント

a. 周辺観光施設及びイベント

5 - (2) 地域特産品 ハーフグッズ ソフトグッズ参照

ソムリエハウス酒匠の館/マザー牧場/東京湾観音/TEPCO 新エネルギーパーク/太海フ
ラワーセンター/鴨川シーワールド

道の駅：富楽里（富山町）/枇杷倶楽部（富浦町）/潮風王国（千倉）/ローズマリー公園（丸
山町）/鄙の里（三芳村）

* 富津市から館山市にいたる地域には、多くの観光施設及びイベントがある。

お出かけ前に、富津市/鋸南町/富山町/富浦町・館山市観光協会に問い合わせること。

b. お楽しみイベントカレンダー

春（3/4/5月） - 花：スターチス・桜・レンゲ・ツツジ/夏みかん狩り/びわ狩り/潮干狩り（4～
8月）/地引網（4～9月）

夏（6/7/8月） - 花：アジサイ・ガーベラ・ヒマワリ/メロン狩り・びわ狩り/海水浴（7月中
旬～8月中旬）

秋（9/10/11月） - 花：コスモス/ぶどう・梨・栗・柿・みかん・紅葉狩り（*志駒のもみじ
- 11月下旬から12月初旬が見頃）

冬（12/1/2月） - 花：菜の花・水仙（江月地区水仙 - 1月が見頃）・ポピー・梅・ストック・
キンセンカ/イチゴ狩り

5.) 「ザ・フィッシュ」を支える職場

ザ・フィッシュの一日は、午前8時40分からの全員清掃、続いて午前9時の全員朝礼で始まる。

社長は「クレーム優先」、「環境整備」(掃除)を重視し、お客様の声を聞くこと、「お客様に教えてもらう」ことを大切に、従業員に常に要求している。お客様の声を聞くため、お客様にアンケート(レストラン ザフィッシュの つーしんぼ)をお願いしているが、約80%のお客様の協力を頂いている。「お客様の声」(ノート)も備えているが、こちらの方にお客様の本音が書かれている。このようにして、お客様の声を聞いて、従業員に気付かせ、従業員が自らトイレの掃除など環境美化に積極的に取り組むように指導している。現在、施設改善などに役立てるべく、「施設アンケート」を準備中である。

従業員教育は、朝礼、幹部会が中心である。教育は幹部/リーダーに任されているのが現状である。従業員教育は、今後の課題である。

研究開発は専任スタッフ(室長と女性スタッフ-1名 計2名)が中心となり、幹部も参加して進められる。鈴木室長は、黒糖まんじゅう / くず饅頭など商品開発にまつわる苦労話を率直に語ってくれた。

6) 「ザ・フィッシュ」の将来

現在「ザ・フィッシュ」の売り上げの80%は団体客によるものである。常に個人顧客及びリピーターの拡大に努力している。

個人顧客として結婚式は有望である。「ザ・フィッシュ」の施設を貸して、自分たちの手作りで一生の思い出に残る結婚式を行う場を提供できる。10月28日(2005年)予定があり、これで5回目となる。これからは、個人顧客開拓のために、様々な提案をしていく。

鈴木室長の目標 / 願い

「見波亭」代表ブランドの黒糖まんじゅう及びのこぎり山ばうむくーへんを全国展開することで、現在着々と手を打っている。11月から「黒糖まんじゅう」を生協で取り扱うことになった。

レストラン部門は、新メニューを開発して、お客様を飽きさせないことだ。これはリピーターを増やすことにも繋がるが、あくまでも地元産品/地魚にこだわる。

「ザ・フィッシュ」は富津市で鋸山のある鋸南町と行政区域は異なるが、行政の枠を超えて近隣の地域と連携して、南房総の観光の「核」にしたい。

金谷にすこしでも長く滞在して、楽しんでもらえるような滞在型リゾート施設などができた

ら良いと思っている。

「ザ・フィッシュ」は21世紀のライフスタイル創造企業として、遊ぶ(Playing) / 食べる(Eating) / 買う(Shopping) / 観る(Sight seeing) / 集う(Gathering) / 学ぶ(Learning)をキーワードとして、「顧客に感動を与える場」(見せる売り場作り/きれいな陳列) を提供していきたい。

7)提言：個人顧客の増加について

個人顧客増加策としては、新規個人顧客の拡大 / リピーターの増加がある。個人顧客は、主にTV・雑誌などを通じて、あるいは口コミで「ザ・フィッシュ」を知る。そして次に、「ザ・フィッシュ」の周辺でどのような楽しみができるかという情報にアクセスすることになる。

「ザ・フィッシュ」のホームページ(2005年12月)にアクセスしてみると、「ザフィッシュ イベント情報」には、最新情報として「新春イベント 新春太鼓初め&甘酒ふるまいなど(2006年1月2日)」が掲載されている。2005年は、クリスマスバイキング&ピアノ・フルートの夕べ(2005年12月17日(土) 18:00~)を含め4つのイベント情報が掲載されている。顧客の一人である私は、「ザ・フィッシュ」の周辺で何か楽しめるものがあれば、出かけてみようかと思うのである。

「水仙祭り」,「鋸山・日本寺」,「菱川師宣記念館」など周辺のイベント情報を簡潔に掲載しておけば、関心のある顧客は更に詳しい情報にアクセスして、出かけるかどうかを決定するだろう。

「ハーフグッズ」や「ソフトグッズ」である「周辺の施設・イベント情報」は顧客の意思決定に大きな影響を与えるものである。「ザ・フィッシュ」の位置する南房総には、四季折々楽しめる自然と多くのイベントがある。これらのイベント情報要約を「ザ・フィッシュ 周辺情報」としてホームページ上で紹介して、顧客の目をひきつけ顧客に、まず「ザ・フィッシュ」を印象づけることが重要である。

リピーターが増加すると、リピーターの口コミにより新規顧客増加にもつながり、個人顧客獲得には最も効果的である。リピーターになる切っ掛けは、提供する「場」(施設・周辺環境・雰囲気を含む)、提供する「料理」及び提供する「サービス」(接客)が大きく影響する。

「場」は、海洋レストランとして、テレビ・雑誌で紹介されているので恵まれている。「施設アンケート」(計画中)を早く実施に移し、改善に役立てることである。

「料理」は、地元産品/地魚を使った「海鮮料理」をコンセプトに開発に努めており、テレビ・雑誌でも紹介されており、知名度も高い。今後は、新規メニューの開発に掛かっている。

「サービス」は、アンケート「レストラン ザフィッシュのつうしんぼ」でお客様の声を聞き、従業員に気づかせる方法がとられている。「場」、「料理」がどんなにすばらしくても、もし従業員の接客態度に問題があれば、全てはご破算になってしまう。接客は、常日頃の教育・訓練によって身に着けるしか方法が無い。接客を中心に教育・訓練をシステムティックに進める必要があるだ

ろう。

「場」、「料理」、「サービス」が三身一体となって、リピーターの増加、そして新規顧客増加に繋がる。

*企画開発室長 鈴木直様のインタビュー（2005-9-18/19 2005-12-1）を基に、「ザフィッシュ」ホームページ（2005-11-21）/カタログ、市町村のホームページ及びCLIP(南房総生活情報誌)を参照しました。

（東屋敷 勲）

6. 房総半島東部（太平洋岸地域）「鴨川市みんなみの里」

(1) 地域の地理的特性

九十九里海岸南端から房総半島の南端に至る外房地域は、変化に富んだ美しい海岸線や雄大な海に面している。内陸部は森林や溪谷が広がる緑豊かな丘陵地が続き、米や畜産、野菜のほかたけのこ生産などが行われている。南央部は県内では最も高い嶺岡山系愛宕山を中心に長狭平野や安房平野を擁している。豊かな海産資源を活かした沿岸漁業やアワビ、サザエなどを捕る磯根漁業も盛んです。

またこの地域は、南房総国定公園や養老溪谷清澄県立自然公園を形成している。温暖な気候と豊かな自然に恵まれ、首都圏の花と海の観光リゾート地になっている。

この地域の人口は約14,500人、面積は約580km²（ガイドブック「ようこそちばへ」より）

(2) 地域特産品（房総半島東部）

ハードグッズ

品 名	特 徴	市町村名
梨ワイン	梨 100% の梨ワイン、珍しさもあって人気。	岬町
海藻入り御宿そば	海藻（アラメ粉末）を使ったそば。美容と健康に最適。	御宿町
日本酒「岩の井」	享保8年創業という老舗の銘酒、各種有り	御宿町
海産物（鰹のなまり節）	勝浦漁港に水揚げされた新鮮な鰹を1回だけ焙乾加工された蛋白や鉄分が多い健康食	勝浦市
海産物（鮮魚、伊勢エビなど）	毎日漁港に水揚げに水揚げされる新鮮な魚介類は、まさに海の風味そのもの。	鴨川市
農産品（長狭米、赤米）、露地花	米は長狭米、赤米が人気がある。露地花は菜の花、ポピー、ストック、キンセンカ	鴨川市
鯛せんべい	鯛のキャラクターが可愛いらしい人気の鯛せんべい	鴨川市
くじらのたれ	捕鯨の町として有名なまちの特産品でくじらの肉を天日に干した「くじらのたれ」	和田町

ハーフグッズ

品 名	特 徴	市町村名
大原はだか祭り	江戸時代から続く勇壮な祭りで、十数基の御輿が海中でもみ合い五穀豊穡、大漁祈願を奉納する「汐ふみ」は有名。	大原町
大原の朝市	毎月3と8のつく日に八幡神社の境内で開催される。海の幸、山の幸、日用品が並ぶ。	大原町

大多喜お城まつり	本多忠勝公を偲び毎年9月下旬に開催される。武者隊、少年少女隊や御輿が繰り出す。	大多喜町
たけのこ狩り	筍シーズンには町内の数カ所で筍掘り体験ができる。	大多喜町
勝浦の朝市	400余年の歴史をもつ勝浦の「朝市」人情味あふれる勝浦の顔として親しまれている。農産品、魚介類など新鮮な食材が人気。	勝浦市
大山千枚田	鴨川市西部の山間部にある小さな田圃が幾重にも連なったのどかな棚田。田植えや稲刈りの体験もできる。「日本の棚田100選」	鴨川市
みんなみの里	地域の物産、農産物などの紹介コーナーをはじめ、都市と農村の交流施設	鴨川市
花嫁・黒滝街道	その昔、山間の村から海辺へと嫁ぐ道を歩いたと言われる道（約14km）の山頂の眺望が良い。街道の長者川奥に黒滝がある。	和田町
花摘み	温暖な気候の南房総では1月から露地や温室での花摘みが楽しめる。	和田町

ソフトグッズ

品 名	特 徴	市町村名
大東岬	九十九里浜と南房総の間を遮るようにそそり立つ高さ60mの断崖絶壁の岬	岬町
大東海岸植物群落地	大正9年に国の天然記念物第一号に指定された。初夏にはハマヒルガオやスカシユリなど草花が見られる。	岬町
八幡岬	大原漁港の南側にそびえる岬で太平洋を一望する眺めは雄大です。	大原町
岩船地藏尊	新潟県岩船、栃木県岩舟とともに日本三地藏尊の一つといわれ、由緒ある地藏尊です。	大原町
御宿海岸・月の砂漠記念館	童謡「月の砂漠」は御宿の砂丘から加藤まさおによって生まれた。この記念館には彼の作品、資料などが展示されている。	御宿町
県立総南博物館	天守閣づくりの特色ある建物。「房総の城と城下町」をテーマに城郭、古文書、武具などを	大多喜町

	展示。	
養老溪谷	房総一の溪谷美を誇る養老溪谷。バーベキュー、ハイキング、釣りなどが楽しめる。秋の紅葉は見事。	大多喜町
麻綿原高原	20万株のあじさいが一面をうめ尽くす、標高362mにある高原。見頃は7～8月。	大多喜町
勝浦海中公園	東洋一の規模を誇る海中展望塔があり、海底の様子を見ることができる。	勝浦市
鵜原理想郷	リアス式海岸が続く明神岬一帯の景勝地。	勝浦市
鴨川シーワールド	イルカやシャチのパフォーマンスでお馴染み、ダイナミックで繊細な海の仲間達の海洋動物公園。	鴨川市
名勝仁右衛門島	源頼朝や日蓮上人など歴史と伝説で知られる島で雄大な自然美に包まれた楽園。	鴨川市
鯛ノ浦	群れないはずの鯛が群れをなして泳ぐ。世界有数の鯛群生地として国、県の特別天然記念物	鴨川市
誕生寺	1276年、日蓮上人誕生の地を記念して建立された古刹。仁王門は県有形文化財。	鴨川市
清水寺	8世紀後半に開創され千二百年余の歴史を有する古刹。東関東で一番先に日の出が見られる霊場。	鴨川市
内浦山県民の森	自然とふれあう広大な楽園、広さ300ヘクタール四季折々の自然の中で森林浴やアウトドアスポーツなどが楽しめる。	鴨川市
酪農のさと	徳川吉宗によって始められた日本酪農発祥の地、広大な牧場、酪農資料館、乳牛の研究所などがある。里山の自然を満喫できる	丸山町
道の駅 ローズマリー公園	ローズマリー公園は海辺にあるハーブと花の観光スポット。ノット式の幾何学的な公園は花に彩られて異国情緒たっぷり。	丸山町

(3) 鴨川市総合交流ターミナル「みんなみの里」

鴨川市が運営する都市と農村の交流施設として、総合交流ターミナル「みんなみの里」のホームページによれば、みんなみの里の命名の謂われを次のように紹介している。

みんなみの里とは、きょうどの歌人古泉千樫の長狭の実家から嶺岡山を眺めて詠んだ歌「みんなみの嶺岡山のやくる火のこよいもあかく見えにけるかも」にちなんだもので、嶺岡山のふもとに位置し、郷土の文化や地域の物産を紹介したり、農業体験を通して都市住民との交流など、地域情報の発信基地として幅広い活用が期待されるこの「総合交流ターミナル」の愛称として命名されたものです。「みんなみの里」いかにも聞く人に優しく響き、里山の景観が儼に浮かぶことばである。

「みんなみの里」は南房総のほぼ中央部にしており鴨川市の内陸部位置国道410号と県道34号交差点近くの長狭地域にある。



「みんなみの里」全景 写真—1

「みんなみの里」と鴨川市地域総合管理施設「棚田倶楽部」

鴨川市総合交流ターミナル「みんなみの里」は鴨川市が施設を建設し、その施設を地域住民が自主運営しており拠点は施設「みんなみの里」とNPO 法人として運営する鴨川市地域総合管理施設「棚田倶楽部」である。

1) みんなみの里

当施設は緑豊かな長狭の山あい、のどかに広がる田園風景の中にあり駐車場は大型バス7台、乗用車60台が収容できる。建物施設は交流館、体験館の2棟である。

交流館には郷土料理レストラン、地域物産紹介コーナー、展示コーナー、情報コーナー、農村文化室、施設事務室がある。



施設紹介 写真—2

体験館は体験実習コーナー、地域農産物紹介（販売）コーナーがある。

2) 棚田倶楽部

鴨川市大山千枚田は、大山地区の山あい、階段状に連なる小さな水田がつくる棚田のことで、この地域の棚田は3ヘクタールの広さに上下の標高差60mの斜面に約400枚の水田が広がっている。

その美しい景観は平成11年7月農林水産省の「日本の棚田百選」に認定された。文化遺もいえるこの美しい景観を維持保存しようと地元農家を中心となって大山千枚田保存会を発足させそ

の事務局を棚田倶楽部で行っている。

当施設ができるまで

この地方は、年間を通して温暖な気温であり豊かな耕地から産出する農・水産物は首都圏の台所を賄ってきた。

しかし、近年になり中山間部に位置するこの地域でも農業従事者の高齢化、後継者難、兼業農家の増加など農業人口の減少と遊休農地の増加が急速に進んでいる。

鴨川市はこのような状況を改善するために地域住民と協力して「鴨川リフレッシュ事業」を推進し、長狭地区に都市住民と地域住民の交流拠点として当施設を開設した。

平成11年3月31日：都市と農村の交流拠点「みんなみの里」がオープンした。

同年7月26日：大山千枚田が「日本棚田百選」に選定される。

：大山千枚田に地域資源総合管理施設「棚田倶楽部」をオープン。



棚田の風景 写真—3

1)都市と農村の交流拠点「みんなみの里」

嶺岡山に続く山なみを背景にして大きな案山子に案内されて「みんなみの里」に着く。交流館前のホールでは組合員による屋外市が開かれていて、地元農産品・水産加工品などを出店しており来訪者に元気な声で商品を奨めている。

当施設の建物は交流館、体験館の2棟である。

2)交流館には、

- 郷土料理レストランでは、地元鴨川特産の旬の食材を活かしたヘルシーな料理が楽しめる。例えば、里山から生まれた「牧場の牛丼」など・・・お勧めは新鮮な牛乳を使った手作りアイスクリームである。
- 地域物産紹介コーナーでは、鴨川市の特産品、伝統工芸品を紹介販売している。
- 展示コーナーでは、工芸ガラス工芸など地元の工芸作家の作品を展示紹介している。
- 情報コーナーでは、設置してある端末器機から手軽に鴨川市をはじめ南房総地域のふるさと情報を知ることができる。ここでは同施設の「各種体験ツアー」の案内・スケジュール、また「南房総の観光パンフレット」や各施設の割引券などを入手できる。南房総へ観光ドライブを計画するならここに立ち寄って一息入れ観光情報を入手するとよい。
- 農村文化室では、流鏑馬や、鞆鼓舞など鴨川の文化や郷土資料を紹介している。ここでは日本の棚田百選に選定された「大山千枚田」の美しい四季の写真を展示している。

このほかに施設全体を管理する事務室がある。

3)体験館には、

- 体験実習コーナーでは、陶芸、草木染め、クラフトなどが体験でき地元工芸家の出張体験教室

も開かれている。手元のパンフレット「みんなみの里」体験マップ「おもしろ体験メニュー一覧表」では、同地域を中心に市内各地でさまざまな興味を引く体験メニューが年間24回も計画されており、その企画と運営を担当する人たちのきめの細かさが良く分かる。また、別の手元のパンフレットには9月の体験教室を「竹細工教室」「草木染め教室」「豆腐作り教室」「紙の陶芸教室」の4教室を紹介している。

○地域農産物紹介（販売）コーナーではこの地方ご自慢の「長狭米」の人气が高い。美味しさでは「多古米」に勝るとも言われる「長狭米」をはじめとして、季節を通して地元農家が丹精した旬の野菜・果物類、切り花など、「なんたって新鮮・安全・安価」を売りものに展示即売している。見学時も農産物直売所オープンの早い時間からお目当ての新鮮野菜を求める人達で賑わっていた。

4)「棚田倶楽部」

平成12年から棚田オーナー制度を発足した。棚田オーナー制度は、農家の米作りの苦勞と喜びから農業に対する理解を深めてもらうこと目的に、都市に暮らす人たちに支援を呼びかけ参加して貰う制度である。

平成12年は136名のオーナー参加があり、希望者は年々増加しており希望者が多いのでオーナーを抽選で決めているようである。

平成14年8月には「第8回全国棚田サミット」を開催した。“棚田と都市・保全と共生”をテーマに棚田を有する市町村長など全国から関係者3000人が参加した。

この棚田サミットは、棚田を活かした地域文化の発信、棚田オーナー制度の導入等により地域の活性化に取り組んでいる。各地の棚田を有する市町村が連携を図り相互に情報・意見を交換し棚田の保全をPRするものである。

大山千枚田から「地域おこし」と「都市と農村の交流」をテーマに「大豆畑トラスト」「棚田トラスト」「自然学校」などさまざまな活動の輪が広がっている。

施設の運営組織

- ・開設年：平成11年3月
- ・経営主体：鴨川市農林業会見交流会
- ・運営組織：農村総合交流ターミナル「みんなみの里」

地域資源総合管理施設「棚田倶楽部」

- ・特色：情報収集・発信と憩いの場として、ふるさと体験・交流、農業体験の場として。
- ・職員数：7名、パート：13名、計22名
- ・組合員数：361名
- ・売場面積：1000m²
- ・駐車場：60台
- ・専門委員会を設けてそれぞれ計画・活動している。

- 企画委員会：各種イベントの企画・実施・宣伝活動など。
- 景観形成委員会：農村らしい地域景観保全など。
- 農産物等供給委員会：農産物・物産の規格・認定および商品陳列の調整など。
- 農産物生産委員会：農産物生産計画・調整および有機農産物等の認定組織化促進など。
- 地域物産開発委員会：地域物産の開発・商品化および郷土料理体験コーナーの企画。
- ・関連施設：体験菜園、棚田オーナー制度

インタビュー及び事務局から頂いたデータから見た「みんなみの里」の経緯

当施設は首都圏から近い中山間地域の離農農家の増加、後継者難などが要因となっており、地域では伝統的な文化遺産ともいえる「大山千枚田」に代表される棚田群の廃耕に歯止めをかけたいと願う地元住民の努力がもたらしたものである。

鴨川市リフレッシュビレッジ事業から発足し当施設開設に至るまで、関係者（市当局ご担当者・地元リーダー）の方々が果たされた経緯をインタビューの短時間では伺えきれなかったが、多くの研究・調査を経て今日に至り多くのご苦労があったと思われる。

開設から今日まで数々アイデアを活かした施策や、諸行事に取り組んで多くの方々の参加を得てきた。その経緯を施設事務局から頂いたデータを分析した結果を概略紹介する。

1)施設来訪者数の推移（ハード・ソフトグッズ）

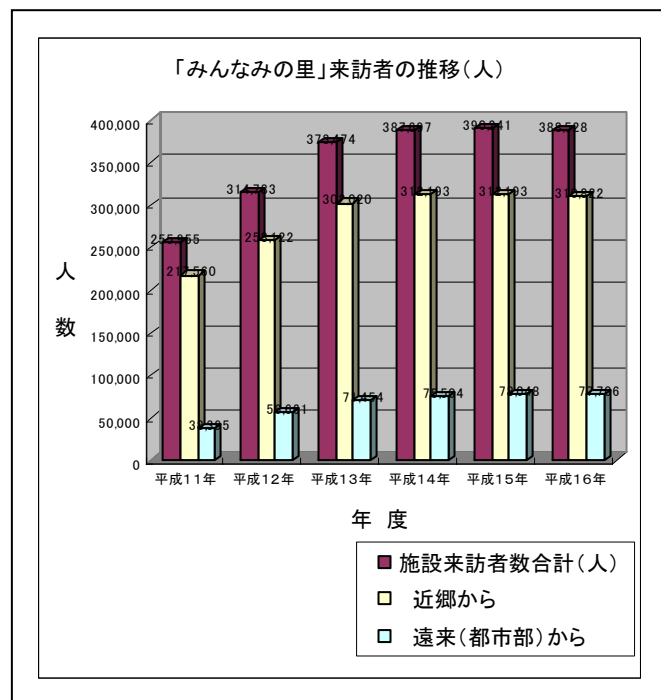
○施設来訪者数が6年間に1.5倍に増えた。特に都市部からの来訪者が2倍と増えたことは関係者の期待と努力が功を奏して望ましい方向に推移している。

主たる顧客層は、近隣地域住民80%、都市住民20%（土日祭日は多くなる）主顧客層は40～60才代の男女である。

また、当施設のあり方を勉強するための見学者が地域の運営者や大学生等が年間を通して800～1000人訪れている。

2)加入組合員数の推移

○地域振興を図る目的からも多くの地域住民がいろいろななかたちで関わりを持ち参加することが望ましい。組合員総数361名のうち農業関係者約80%を占め、商業関係者約13%、工芸関係者約6%の構成である。



みんなみの里」来訪者の推移 グラフー 1

農村部の多い地理的に見て納得できる。

③地元新鮮農産物を提供する農家では、地元新鮮農産物を求める消費者の要求を反映して耕作する品種を増したり、収穫期をずらすなど需要の拡大を図って出荷時期を調整するなど学習の成果が見られる。

④総売上高・売上高総利益の推移
○総売上高はオープン時より増加を続けている。平成11年度に対比して平成16年度約169%売上が伸張した。

○売上高構成比では農産品販売65%

(228百万円) 物産・お土産20%(69百万円) レストラン12%(42百万円) 体験実習等3.4%(12百万円)と何れの部門も順調に増加を続けている。

当地は長狭米が有名でありこの収穫時期は来訪者がかなり増加する。

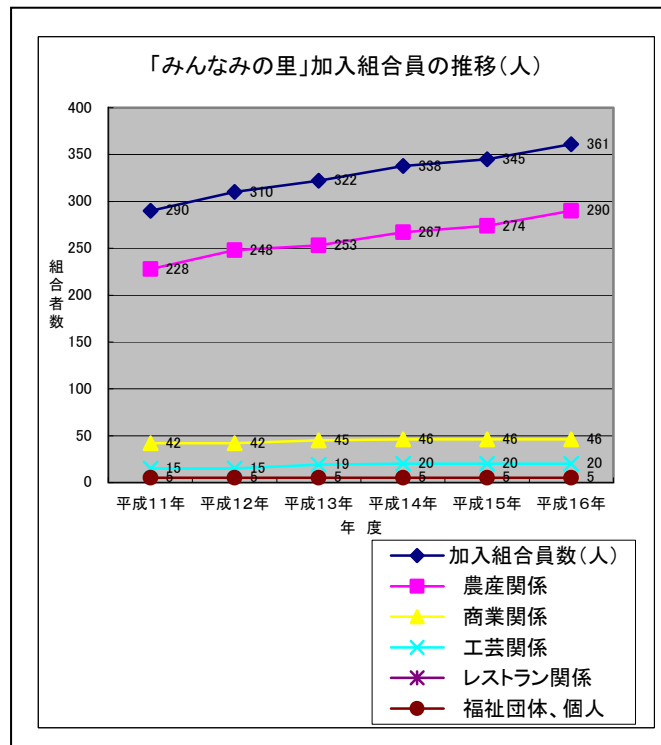
○総売上高の増加にともない売上高総利益も増えており平成16年度は平成11年度対比約148%程度伸びた。

経常利益は当施設設立の趣旨から景観整備・イベント費用等地域還元に費やし経常利益として低額を計上している。

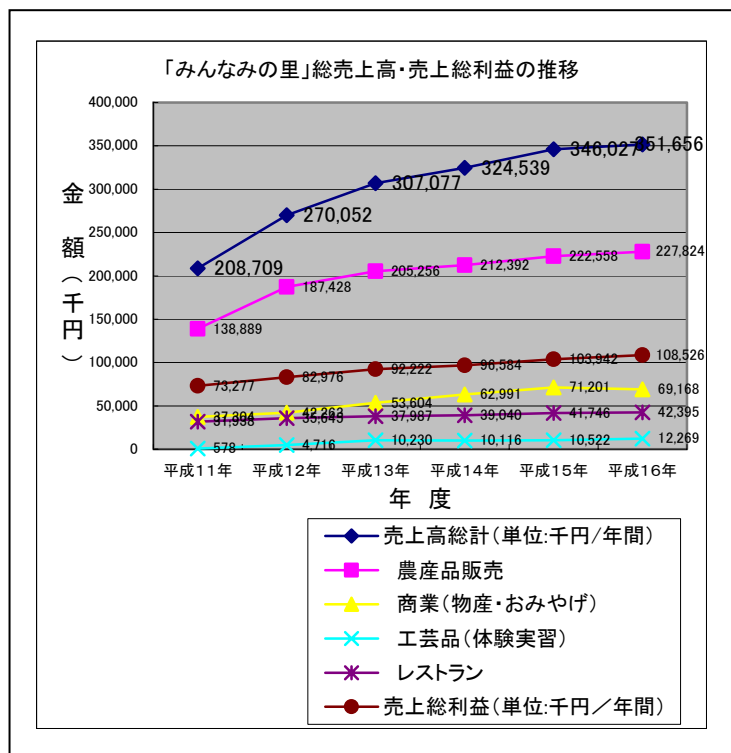
○レストランは直営店としている。

○農産品等の販売促進として、年1回新聞チラシを打ち、その他広報紙、タウン紙等に記事情報として掲載している。

5)「みんなみの里」就業者の推移



加入組合員数の推移 グラフ2



売上高・売上高総利益の推移 グラフ3

当施設の就業者はオープン時の１７名（職員３名、パート１４名）から現在は２２名（職員７名、パート１５名）とこの間に５名増えただけであり総売上高の伸び率と比較してよく頑張っていると思われる。インタビューのときも職員の方々は手際よく仕事をしていた記憶がある。

大山千枚田棚田倶楽部

（ソフト・ハーフグッズ）

1)大山千枚田保存会組合員は、平成１６年度では平成１１年度対比約３倍に増加した。保存会組合員は農業自営者の参加とすれば今後の大きな伸びは期待できないと思われる。

棚田オーナーは、平成１６年度では平成１２年度対比約３．４倍増加している。平成１４年度から棚田オーナーが１３６人と変わっていないので、主に都市住民向けにＰＲして人数を増やしていく施策を検討する必要がある。

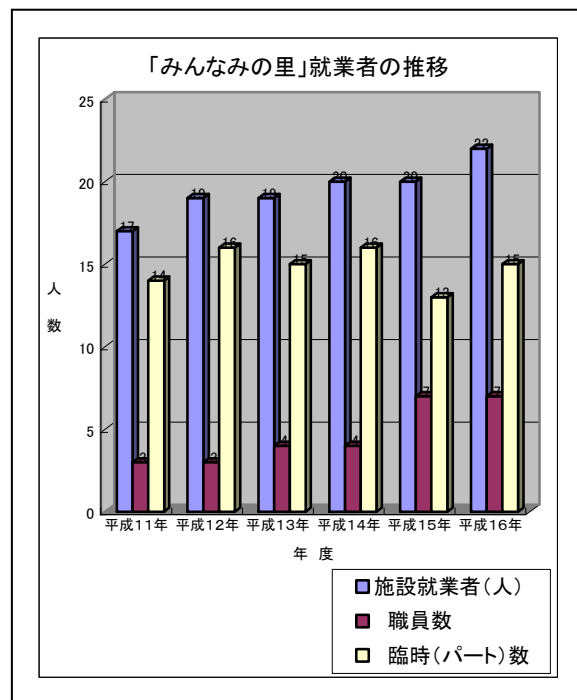
2)大山千枚田保存会の売上高は、平成１６年では平成１１年度対比約２９．４倍に増加した。平成１１年度が低いこともあるが大きな伸び率である。今後の推移に注目したい。

単なる物販とは違うので一概に評価で

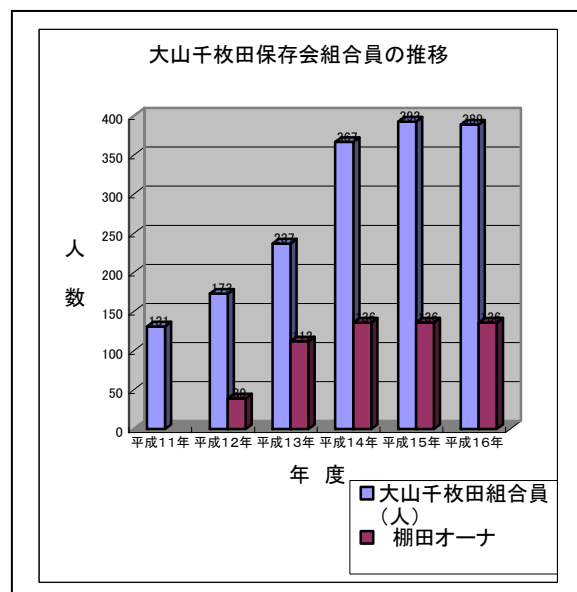
きないが全体の傾向をみれば大山千枚田保存会の「地域おこし」として「棚田保存会会員募集」、「大豆畑トラスト」、「棚田トラスト」などの計画に沿って順調に成果を上げていると思われる。

所感

長狭地区の農業と農村を守る目的で、行政と地域住民が力を合わせて進めてきた活動が発足から７年を得て大きな成果をもたらしている。県下に多くある「道の駅」などで地域農産品の販売を主目的としたところとは異なる運営をしてきた。



「みんなみの里」就業者の推移 グラフ４



大山千枚田保存会組合員の推移 グラフ５

その最も大きな違いは「農村と都市住民の交流の場」を提供して、参加者に体験・実習を通して農村の対する理解を深めて貰うことにある。記録によれば施設設立以降に実施した主な「イベント」延べ数は72回と聞きその多さに感心した。

地域に伝わる「伝統行事」や季節毎の行事を「イベント」として呼びかけ開催した。また体験・実習では、春夏秋冬それぞれ地域特有のテーマが工夫を凝らしたメニューで、約16コースに及ぶ。たとえば太巻き祭りずし、わら細工体験など興味を引く教室など多くありどのコースも人気が高いようである。参加者には、楽しみながら体験・実習を通して農村を知ってもらい農業の大切さの理解を深めてもらう。施設組合員の並々ならぬ熱意が読み取れる。

運営面では不況下の厳しい経済環境の中でこれまでは順調に伸張してきたが、ここにくて全体的傾向をみると伸び率が鈍化している。

発足7年を経過し、新しい飛躍に備えて、時流に沿った新しい企画を創造して一層の顧客、参加・協力者の広がりを図る必要がある。またこれまでの顧客層を魅力あるアイテムの工夫で固定的レピーターに取り込むことも大きな課題である。

今後は一層健康志向が高まることから、南房総のほぼ中心部にあり、同地域の社寺古刹をめぐるウォーキングコースもお勧めである。「みんなみの里」の各種イベント、体験・実習、郷土料理、農産物販売など趣向に合わせて組合せるなどで、この地を訪れる人々に充実感と安らぎと潤いのある時間を提供できるものと思われる。

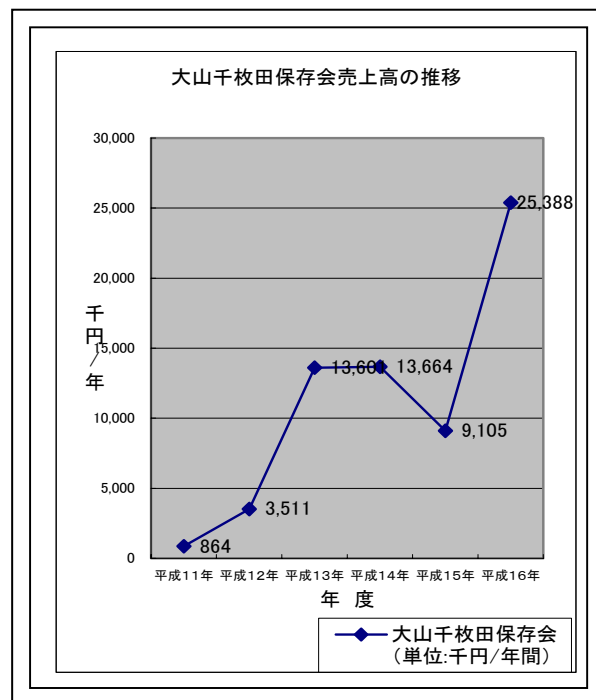
施設の更なる充実を目指して

提言1：従来の点または線の観光から地域全体に広がりもつ面の観光へ・・・

近隣市町村の観光担当者と連携を行い広域でシステムのサービスを推進する。当地を訪れる観光客に観光ルートや商業施設のイベント情報等の地域情報をPRする。

例えば、狭い町村や施設だけでなく南房総全体を目的別にルートを設定して“見どころ、味どころ、休みどころ、泊どころ”など訪れる観光客にアドバイスするようなシステム化した情報サービス網を充実することで地域連携と活性化につながるものと思う。

しいては観光客の増加が期待でき商業施設等の利用が広がるものと思われる。



大山千枚田保存会売上高の推移 グラフ6

提言２：販売促進を多彩に組み合わせて活用

当施設では、四季を通じてさまざまなふるさと体験に参加できるスケジュールを計画している。また地元農家が提供する長狭米、新鮮野菜、生花類など旬の農作物を求められることも魅力である。これらは口コミだけでは情報の拡がりは遅い。「待ちの経営」ではなく「攻めの経営」を念頭に販売促進を強化したい。その方法には次のようなものが考えられ、これらを組み合わせて活用したい。

マスコミの活用（テレビ局、新聞社、雑誌社等へのPR）

物産展、観光会館、インターネットHPでのPR

販売店での推奨販売（POP広告、試食・試飲、チラシ等の活用）

注文販売（リピータを確保するため商品に電話・FAXでの注文票を添付）

祭り、イベント、駅、観光施設でのPR

地元行政機関等の協力要請（広報紙等への掲載など）

当施設ではすでに実施しているものもあるが今日のような変化の激しい時代に合わせて今一度みなをしておきたい。

提言３：ソフトグッズとハードグッズの組み合わせ販売

当施設の大きな特徴としてはソフトグッズ（参加・体験）とハードグッズ（農産物・特産品販売など）両方を備えていることである。そこでふるさと体験に参加した人は、自作の成果を記念に持ち帰るのは勿論と思うがそれにマッチングする農産物や特産品等を推奨して、参加者の購入意欲を喚起することも考えたい。（一例を挙げれば、「陶芸教室」と「房総の生花」を奨めるなど）また、農産物や特産品を購入するお客さんにはソフトグッズ（体験・教室案内）メニューパンフレットをレジ袋に入れるなど積極的にPRに努めたい。

以上

（大木 敏行）

第3章 提言

1.現状の評価

- ・調査した範囲では、地元産品を原料として優れた特産品化が進んでいる。
これは行政や商工団体、地域のグループの長年の努力の結晶が実ったものと思われる。今回の調査からもれた地域もかなり高い水準の産品開発にあることは想像に難くない。

2.消費者から見た要望点

- ・消費者の購買行動は一定の品揃えの中から選択したいという願望がある。
みんなみの里、フィッシュほどの規模は無くとも地域の特産品がワンストップで入手できたらよいと思っているだろう。
- ・高齢社会を迎え、商品の安全性の欲求も高まり、特産品を自分が参加してつくる自作産品、或いはオリジナルなギフト産品と結び付けられるものへの要望は検討される余地はありそう。

3.生産者側の当面の課題

- ・繁忙期の産品の加工だけでは設備を投資しても通年稼働できないので、固定費の負担は高くなる。繁忙期の異なる生産者のグループ化によってコストダウンが可能又、安定した収入の確保に結びつく起業への道が開ける。
- ・生産者のグループ化により地域ブランドとしてPRすれば消費者へアピールするハードグッズのみではなく、ハーフグッズ、ソフトグッズと組み合わせると効果があるのではないか。

4.長期戦略へ向けたステップづくりへ

- ・首都圏には限定したエリア内で超高齢社会を迎えている。
単なる観光ではなく、年数回或いは数日間の滞在で自作産品づくりをしたいという人が増えはじめているという。そのニーズに対してステップづくりを始めたい。

お わ り に

地域にはその地理・風土・習慣などを背景に数多くの特産品・観光的資源がある。今回の「地域特産品とその流通の現状の調査研究」では地元住民の間では日常的に広く利用されながら埋もれたままの特産品や観光資源などについて、県内全域をカバーするようにして状況調査と現地ヒヤリングを行った。その調査・研究の結果を地域特産品・観光資源など、以下の3グループに区分して分析・研究を行った。

ハードグッズ（特産品・お土産品、農水産物・加工品などお客が品物を購入するもの）

ハーフグッズ（施設教室・工房や農園などを通してお客が参加し体験・研修などができるもの）

ソフトグッズ（地域の文化財、名勝・旧跡、公園、博物館、観光施設など参観・見学を主体としたもの）

これらについて、現地研修やその地域で中心的な方々とのインタビューなどを通して地域の特性を報告書として取りまとめた。

千葉県は温暖な気候に恵まれ首都圏に近いという観光開発、特産品開発・販売チャネルは内容が多岐に亘って豊かでありそれぞれが魅力的である。中には厳しい市場の洗礼を受けておらず工夫欲しいものも多い。販路開拓もこれからの研究する余地があると思われる。

今回は取り上げた課題が大きく短期間の調査・研究では結論を出すのが難しいが、今後も継続して研究すべき課題の第一ステップを提言として取りまとめた。

本報告書が県内地域特産品関係業者の開発・流通・販売活動などの一助としてご参考になれば幸である。

最後に今回の調査・研究事業にご協力いただいた調査対象施設、企業その他関係者各に深く感謝申し上げます。

社団法人 中小企業診断協会 千葉県支部

平成17年度 調査研究事業員

中小企業診断士 大橋 唯男

中小企業診断士 布施 光義

中小企業診断士 小倉 博行

中小企業診断士 東屋 敷 昂

中小企業診断士 吉田 幸輔

中小企業診断士 大木 敏行