

ふるさと阪谷をよくする会

1 基本データ

○地区人口 1, 512人 (H27.1.1 現在)

男722人：女790人

○面積 36.28km²

○地区の沿革

阪谷地区は大野市の北東部、白山山系の経ヶ岳の麓に位置し、西は九頭竜川を挟んで富田地区、北は勝山市、東は五箇地区に接している。

集落数は18。昭和29年の町村合併により、阪谷村が大野市となる。

標高250m～500mの中山間地域で、大野市の中でも雪が多い地区である。

面積の3分の2は山林である。農地は圃場整備が進み、広大な棚田となっている。

六呂師高原には、広さ220ヘクタールの奥越高原牧場、自然保護センター、青少年自然の家等の県の施設やミルク工房奥越前等の市の施設を有する。

平地より気温が1度から2度低く、経ヶ岳(標高1,625m)から吹き下ろす冷たく強い山風は、虫を追い払うのに効果があり、昔から有機栽培の土壌が培われてきた。そんな土地柄もあり、平成12年「スターランドさかだに」の建設を機に「家庭菜園の味グループ」等、有機農業グループが活動を開始し、更に平成20年度には、国の「地域有機農業推進補助事業」の認定も受け、本格的に有機の里づくりが始動した。

○実施主体 食育のふるさと阪谷をよくする会

2 現状と課題

(1) 人口減少

年々人口が減少しており、平成27年の人口は、平成20年と比較すると270人減少している。今後さらに人口減少が進んでいくことが懸念される。

基準日	人口	前年との比較
H20.1.1	1,782	△46
H21.1.1	1,759	△23
H22.1.1	1,722	△37
H23.1.1	1,692	△30
H24.1.1	1,634	△58
H25.1.1	1,595	△39
H26.1.1	1,555	△40
H27.1.1	1,512	△38

人口減少を補う手段として、交流人口を増やすことが、地域の元気継続のキーワードになってくると思われる。

いかに他地区に誇れる産業、イベント、文化を創造し、活性化させて、生産人口の流出を食い止めるか、いかに交流人口を増やし地域を活性化させるかが課題である。

(2) 点在する観光施設と息づく山村の暮らし

地区内には、農業体験やそばうち体験ができる「スターランドさかだに」をはじめ、多くの体験施設、観光施設が立地している。



スターランドさかだに

また、脈々と受け継がれた田畑を守り続けている知恵深きお年よりが多数暮らしている。これら体験施設、観光施設と人的財産を結びつけたエコツーリズムが今後阪谷地区の活性化のキーポイントになってくると思われる。

そのためには、地区内各施設の連携と交流に対する意識の啓発、さらに魅力的な体験プログラムの開発が必要である。

(3) 近隣の観光地から車で30分以内の距離

大野市街地、勝山市、和泉地区から車で30分以内の当地区。このような恵まれた立地条件を生かし、まず、大野市街地、勝山市、和泉地区に来られた観光客に阪谷に立ち寄っていただきたい。そのためには、安心安全な「有機の里」としていかに「阪谷」という名をブランド化し知名度を上げていくかが今後の課題である。

3 事業の内容

「有機の里づくり」を基本目標とし、引き続き①体験ツアーによる情報発信、②農産物の加工品開発、③陶芸の魅力づくり、④食育の祖「石塚左玄」ゆかりの地啓発活動に取り組んだ。さらに今年度は、⑤有機の里づくり阪谷のマスコットキャラクター「さかずきんちゃん」を活用した取組みを行った。

①体験ツアーによる情報発信

有機の里阪谷の魅力を体感できる体験ツアーとして10月に「阪谷の魅力!体験ツアー」と題して、日帰りのモデルコースを実施した。

また、阪谷地区を案内できるような人づくりを目指し、語り部養成講座として、阪谷の歴史講座を開催した。



②加工品の開発

さかだに特産工房(スターランド特産加工部会)がより中心となり、阪谷地区内で生産されたこだわり野菜を用いた加工品開発を繰り返して実施した。

今年度は新たな取組みとして阪谷産の小麦

粉を使ったお菓子「KOMUGI」を開発し、イベント等で販売した。「すこ」の加工販売では、八ツ頭の栽培面積を拡大し、加工量を増加させた。雪ノ下人参の栽培では、今年は新たに黄色やクリーム色、紫色の人参を栽培した。



また、物産展や商談会に参加し、その会場で加工品の試作品のモニタリングを実施した。

③陶芸の魅力づくり

自主グループ「越前おおの阪谷桃木窯」を中心に引き続き、毎月第1・3木曜日に中村鐵遷氏(勝山市在住)を講師に招き陶芸教室を開催した。

また、陶芸窯施設がついに完成し、9月に陶作品の素焼き作業を行い、10月に釉薬を塗り、本焼作業を行い、初めて阪谷桃木窯での陶芸作品を仕上げる事ができた。

ついに阪谷地区で本格的な陶芸活動ができるようになった。



④食育の祖「石塚左玄」ゆかりの地啓発活動

食育の祖「石塚左玄」の先祖の墓所が、阪谷

地区（萩ケ野区）にあることから、食育の祖ゆかりの地で、石塚左玄の遺徳を偲び石塚左玄先生顕彰祭が行われた。

阪谷地区で石塚左玄が唱えた『食育』を広めていこうと「食育のふるさと阪谷」というのぼりを作成し、こだわり野菜を食するつどいなどイベントの際に会場周辺に設置した。また、啓発用パンフレットを増刷しイベント時に配布した。さらに、食育講演会や料理講習会などの取組みを行った。



⑤ 「さかずきんちゃん」の活用

阪谷地区のマスコットキャラクター「さかずきんちゃん」を活用する取組として、着ぐるみを製作し、阪谷夏まつりをはじめ、地区行事や宣伝活動に積極的に出演した。



また、「さかずきんちゃん」をデザインしたTシャツを作成し、販売を行った。また、「さかずきんちゃん」のデザインを入れたスタッフ用ベストも製作し、さかだに雪まつりなどイベントでスタッフが着用した。

4 事業の成果

体験ツアーによる情報発信

県内ニーズを踏まえ、日帰りとした体験バスツアーは、申込み開始当日に定員満杯となり、大変好評であった。また、ツアー当日は台風の影響が心配されるなかでの実施となり、時間を繰り上げたり、一部の体験メニューを取止めさせていただいた。参加者には十分なおもてなしができなかったことが残念であった。雨天時の対応について考える必要がある。



語り部養成の取組みとして、今年度は、地区民に阪谷地区のことを知ってもらい、興味を持ってもらうということで、阪谷の歴史講座を2回開催した。

陶芸の魅力づくり

陶芸窯施設整備が完了し、阪谷の陶芸窯で、初めて陶芸作品を焼くという試みが行われた。いよいよ阪谷地区で本格的な陶芸活動ができるようになった。

陶芸教室では、新たに電動ロクロによる作陶技術を習い、受講者の技術がさらに向上した。

今後、趣味の作陶の範疇を超え、土産品としての活用、こだわり野菜を食するつどいやスターランドさかだにそば処の器としての活用、阪谷での体験メニューとしての活用等、今後の取組みが期待できる。



加工品の開発と販路拡大

阪谷産小麦を栽培し、その小麦で作ったクッキー「KOMUGI」を新たに商品化し、こだわり野菜を食するつどい参加者へのお土産にするなどイベント等で販促活動を行った。また、既に商品化された「そばつつえる」「まめずきん」も引き続き加工販売を行った。



また、昨年度に福井市の食品小売店と商談成立した「すこ」加工販売については、相手先からの評判がよく、今年度は原料の八ツ頭の栽培面積を拡大し、「すこ」の加工量を増加させた。さらに既存の加工品についても、レンジで簡単にできるかきもちの製造など工夫を凝らし、付加価値を付けた商品として販売を行うことで、販路拡大に貢献した。

農林産物加工品開拓研修や6次産業研修など研修に積極的に参加し、商品開発力や販売力の向上が図られた。

食育活動の推進

基本目標「有機の里づくり」の食に関する部

分を担うため、食育の祖ゆかりの地啓発活動を行った。有機肥料を使い、化学肥料や農薬を使わない阪谷産農産物をおいしく食べる方法や食育の祖「石塚左玄」の訓を通して、「食育」の重要性を地区内外に広めることができた。



「さかずきんちゃん」の活用

着ぐるみやTシャツなど制作したことにより、地区民をはじめ、多くの方に「さかずきんちゃん」の存在を大きくPRすることができた。

また、着ぐるみは、イベントや出向宣伝において盛り上げ役として、阪谷地区のPRに大きく貢献した。今後の「さかずきんちゃん」の活用が期待される。

5 今後の展望

「体験ツアーによる情報発信」においては、「有機の里阪谷」を広く地区内外へ発信し、阪谷の認知度を高めたい。さらに、地区内並びに奥越地区内施設と連携した体験ツアーが季節ごとにそれぞれの形態で実施され、交流人口が増え、加工品、特産物の販売による消費が生まれ、地区内が活性することを期待したい。

そのためには、正確にニーズを把握することが重要になってくる。継続的にアンケートを実施し、累積、分析し、的確にニーズを探っていくかなくてはならない。

さらに、質を高めるためには、地区住民の「おもてなしの心」の醸成が大切であり、「おもてなしの心」の育成のため、講習会や研修会を開催していく。

「陶芸の魅力づくり」においては、いよいよ

拠点施設が整備され、陶芸作りが体験プログラムの1つとして交流人口増加の一翼を担いたい。さらに、将来的には土産品、スターランドさかだになどで使える器などを製作できるように技術向上に努めていく。また、阪谷で採れた土を利用した「阪谷焼」の研究・開発も行いたい。

「加工品の開発」においては、新たに商品化したクッキー「KOMUGI」を加え、そばのお菓子「そばつつえる」、大豆のお菓子「まめずきん」の販売促進を行い、「すこ」の加工販売や「雪ノ下人参」の生産などの取組みも継続して行っていく。また、商談会や各種イベント、物産展に積極的に参加していきたい。

また、阪谷産農産物を確保し、安定した加工品の製造を行うため、昨年に引き続き農家へ作付の呼びかけを実施していきたい。

有機の里阪谷の農作物がブランド化することで、さらに需要が高まり、農業所得が少しでも高まることを期待したい。

「食育活動の推進」においては、食育の祖「石塚左玄」ゆかりの地として、地域や学校、関連団体と連携しながら、阪谷で採れた食材を味わえることの喜びや食育の重要性などを広く伝えていきたい。

「さかずきんちゃん」を活用した取り組みでは、阪谷をPRするツールとして、イベントや宣伝活動で「さかずきんちゃん」の着ぐるみを積極的に活用していきたい。

交流人口が増え、消費が生まれ、産業が生まれ、市民力が高まり、地域が元気になる。阪谷地区では「有機の里づくり」をキーワードに「こだわり野菜を食するつどい」「こだわり農産物の加工品開発」「陶芸の魅力づくり」、「食育活動の推進」など地域の活性化に向けた取組みを継続して実施したい。