

美作国創生公募提案事業 事業成果報告書

1 事業名：世界へ発信！エンターテインメントMIMASAKA Vol.2

2 実施団体：認定NPO法人英田上山棚田団

3 協働担当課：地域政策部 地域づくり推進課

4 事業概要

上山を、美作を。日本中へ、世界へ、届けたい！第2弾

過疎化・高齢化が進み放棄地が目立つ上山地区において移住者を中心に耕作放棄地を再生した農業・観光資源再生など地域活性事業を行ってきました。前年度の美作国創生公募提案事業では本事業を採択いただき「上山の活動×美作地域の観光資源」を世界へ届ける情報発信プラットフォーム「TABITO」等の基盤整備に取り組みました。

本年度については、新型コロナウイルスの影響でワークショップの開催や民泊への集客が阻まれる中、ネット通販や近隣店舗・イベント出展などで活動を広げることが出来る土産物の強化および卸先開拓を中心に事業展開を行い、コロナ禍が去った後の集客に繋げていきます。

1. 新規商品開発

2. 卸先開拓 現在2件→10件へ

3. イベント出展

5 実施内容

1. 新規商品開発

基本的には 昨年度生み出された製品群に加え引き続き棚田再生ストーリーから繋がる商品開発を行いました。昨年度に無かった点として、コロナ禍の中であっても集客力が衰えなかったキャンプ場のお客様向け商品開発や都市部から地元へ視点が移ったことで生まれた商品（竹が年々増えて困っている。何とか活用出来ないか→竹細工。外出を控えざるを得ず何か新しいことを始めたい地元のお母さんの力が生んだ上山のタレ。ぶどう、お茶、アスパラなど地元の特産品を若者の視点を加えて再販売する。）などコロナ禍の状況を逆手に取った商品開発を行うことが出来ました。

この中で宅配可能な商品については、『UEYAMA IPPIN』通販サイトおよび各銘柄通販サイトを作りイベントで渡すパンフレットにQRコードを付け販売出来る体制を整えました。

【新規開発商品】

- ①上山の無農薬無化学肥料のニンニクで作った『上山のたれ』
- ②牛窓の自然共生とのコラボ商品『黒にんにく』
- ③麴シリーズの追加商品(甘麴・甘辛麴)とパッケージ変更
- ④棚田米を使ったライスバーガー
- ⑤棚田米粉と米粉だけのシフォンケーキ
- ⑥アウトドア好き向けの木工製品 ※一部部品として上山で採れた鹿角利用
- ⑦竹駆除からの再生 竹細工製品
- ⑧『みんなの孫プロジェクト』ほうじ茶など



地元のお母さんがつくる、近隣素材とのコラボ商品『上山のたれ』
 上山産にんにく×和気りんご園×高見味噌店

『黒にんにく』
 上山産にんにく×牛窓「自然共生」コラボ商品



糎シリーズ刷新『甘糎・甘辛糎』追加とパッケージ変更
 前年度の製品の試食会を繰り返しその反応を元に2種類の商品追加とパッケージ変更を実施

棚田米を使った『ライスバーガー』
 棚田のうるち米ともち米だけで作ったつなぎなしのバンズと塩麴漬けのチキン、上山のたれで焼いた焼肉、棚田で採れたレタス・玉ねぎをふんだんに使った健康志向バーガー



<p><u>棚田米粉を使った『シフォンケーキ』</u> 上山棚田のハゼ干し米「ふくひかり」の米粉を100%使用したふんわりシフォンケーキ。グルテンフリーなのでアレルギー持ちのお子様にも食べていただけます。</p>	<p><u>アウトドア好き向け『木工製品』</u> 折りたためるなどコンパクトだったりカラビナで引っかけて運びやすかったり。アウトドアを意識した商品開発を行いました。</p>
	
<p><u>竹駆除から生まれる『竹細工』</u> 竹の扱いを学び、雨どいや籠、竹ほうきなど製品化することで森林整備も兼ねます</p>	<p><u>『みんなの孫プロジェクト』から生まれた商品</u> 若い担い手が少なくなった農家のお手伝いで通う先の商品をリメイクして通販などで販売し応援しています。</p>

2. 卸先開拓 現在2件→10件へ

前年度に開発した上山生まれの商品群『UEYAMA IPPIN』を継続的に維持し更なる商品を生み出すサイクルを作る為、卸先の開拓が必須となりました。それまでは2店舗のみであった卸先を本年度末までに10店舗へ増やす目標を立てました。

当初は販売数を増やす事を重視し東京や関西などの大都市圏を狙った戦略でしたが、コロナ禍の影響で地元を見つめなおす機会に恵まれたこともあり『地元』『ふるさと』をキーワードにした活動へ切り替えました。そんな活動を進めるにおいて、これまでの我々の活動を理解し商品への愛着も持っていただけると確信したお取引先にお声掛けを行い、想いごと取り扱って頂けるよう努めました。おかげさまで目標の10件を超え、本年度事業終了時点で14件のお取引先に上山の商品を取り上げて頂きました。

そんな『UEYAMA IPPIN』のPRに一役買ったのが糀シリーズのレシピBOOKやマガジン。レシピ開発にはプロの料理家に監修いただき彩り豊かで身体に優しい糀にぴったりなレシピが出来上がりました。

【お取り扱い頂いている店舗(順不同)】

- ①東京 Haruから
- ②京都 間～Ma～
- ③岡山 マルゴデリ
- ④岡山 季譜の里
- ⑤岡山 雲海温泉 & キャンプ場
- ⑥岡山 いちょう庵
- ⑦岡山 らんらん亭
- ⑧岡山 山笑茶屋
- ⑨岡山 美作市 ふるさと納税

以下写真付で紹介。



⑩『Yasu Kitchen Party』
 広島県福山市のケータリング料理および料理教室。Ueyama Ippin 糎シリーズを使った料理をレシピ化。



畑でとれるアイスのお店
 岡山の野菜や果物をふんだんに使って、農家さんの「おいしい」が混ざり合う、そんなアイスクリームをつくります。

⑪『畑でとれるアイスのお店 aoba』
 月1回の京橋朝市への出店時に旬の上山逸品商品を取り扱い中。棚田アイスとaobaのコラボ企画も計画中。

地元カタログギフトとは

「地元のカタログギフト」は、各地域の農産品や加工品をラインナップした地域カタログギフトです。商品は「産地別カタログギフト」として、オンライン専用通販、専任スタッフが店頭でサポートいたします。

従来のカタログギフトに比べ、地域ならではの農産品や加工品をラインナップすることで、カタログギフトの魅力を最大限に引き出すことができます。また、地域の活性化や産地振興の観点から、産地と消費者の距離を近づけ、産地と消費者の距離を近づけていくことができます。

商品カタログはこちら



⑫地域貢献型カタログギフト
『地元のギフト』出品決定
(2021年4月下旬からサイト掲載)

⑬『ハレマチ特区365 by タウン情報おかもやま・オセラ』 イオンモール岡山
出店予定(2021年4月以降 日程調整中)



⑭玄米コーヒー『メモリザ』
 玄米を焙煎したコーヒー。ノンカフェインなのでお子様や妊婦の方も安心して飲めます。本年度から上山の棚田米を原料として利用いただいております。

PRツール①『UEYAMAZINE』
 上山の人・品・活動を伝えるパンフレット



PRツール② プロ監修の糎レシピBOOK 『UEYAMA RICE TERRACE TABLE RECIPES』

プロ監修
 安藤 昌美子 Aoyama Masako
 2016年より、上山産米を原料とした、健康志向の食品開発に力を注いでいる。上山産米の魅力を最大限に引き出すためのレシピ開発に力を入れている。上山産米の魅力を最大限に引き出すためのレシピ開発に力を入れている。

高良味噌店 Takahira Miso
 高良味噌店の高良味噌は、上山産米を原料として、伝統的な製法で丁寧に仕上げられています。上山産米の魅力を最大限に引き出すためのレシピ開発に力を入れている。

Yasu Kitchen Party
 料理教室、ケータリングサービスを提供しています。上山産米の魅力を最大限に引き出すためのレシピ開発に力を入れている。

ライステラス、ライブ展示。
 千草以上は、お米の魅力を最大限に引き出すためのレシピ開発に力を入れている。

お米の魅力を最大限に引き出すためのレシピ開発に力を入れている。

RICE TERRACE TABLE
 身体と心に寄り添い、美味しい食事。

お米の魅力を最大限に引き出すためのレシピ開発に力を入れている。

お米の魅力を最大限に引き出すためのレシピ開発に力を入れている。	お米の魅力を最大限に引き出すためのレシピ開発に力を入れている。	お米の魅力を最大限に引き出すためのレシピ開発に力を入れている。
お米の魅力を最大限に引き出すためのレシピ開発に力を入れている。	お米の魅力を最大限に引き出すためのレシピ開発に力を入れている。	お米の魅力を最大限に引き出すためのレシピ開発に力を入れている。

お米の魅力を最大限に引き出すためのレシピ開発に力を入れている。

3. イベント出展の様子

	
<p>岡山クリスマスマーケットwith多久工房</p>	<p>京橋朝市 with aoba</p>
	
<p>高梁川マルシェ</p>	<p>unkai natural camp</p>
	
<p>ハンドメイドマルシェ</p>	<p>山笑茶屋</p>

6 事業実施による成果、効果、今後の課題

(1) 成果、効果

1. 新規商品開発

本年度に入り続々と新規商品を増やすことで、幅広いお客様層に対してPRを行うことが出来ました。中には商品との出会いから移住を検討し始める方も出てきたほどでした。我々がこれまで行ってきた棚田再生活動の延長としてストーリーある商品化を行うことが、活動と外部の人を繋げる重要な要素となったと確信することが出来ました。

人によってその興味は『食』であったり『手仕事』であったりと様々。自分の生活に身近で分かりやすく興味を惹くストーリーを持った商品であればずっと手に取って頂けます。

プロ監修のもと棚田の商品を使った料理やお菓子のレシピも出来上がったので、コロナが落ち着いた後に棚田に観光や体験を期待するお客様に対しおもてなしをランクアップさせることも出来ました。

2. 卸先開拓 現在2件→10件へ

結果的に目標を超え14件の取引先に『UEYAMA IPPIN』商品を置いていただくことになりました。

世情を鑑み卸先に関しても近隣に限ったことで今後の発展を望める関係を築くことが出来ました。商品を卸して売ってもらうだけではなく、取引先に棚田の一部を持って頂いて米作りから一緒に行く話が出たり糎レシピをランチに利用していただくだけでなくその場で糎シリーズを売る機会をいただいたり、原料として棚田米をご利用いただいている製品の販売イベントで原料の作り手として一緒に販売させていただいたり。遠方であればなかなか叶わない機会を頂きました。値段だけでは既製品にかなわない『UEYAMA IPPIN』。ストーリーを含めそのあとの展開(田舎体験など)を含んだ商品として売り出すことを意識して今後も卸先開拓を進めたいと強く感じています。

3. イベント出展

近隣を中心にイベント出展する機会を頂きました。近隣開催のおかげかイベント後に上山を探索に来ていただいたお客様も。コロナ禍が過ぎたあとは、イベント時に体験コンテンツや宿泊コンテンツのお知らせも積極的に行うことでもっともっと人の流れを向かわせられるのではと期待できる出来事でした。また卸先が参加するイベントに商品を並べて頂く機会にも恵まれセレクトショップの中の一店舗のような形で参加したケースも生まれました。おしゃれなパン屋さん、おしゃれなアイス屋さんの一角で販売させて頂くことで棚田団のイベントで出会うお客様と違う層の方とも出会うことが出来ました。今後もそういった一角参加も含め近隣でのイベントには積極的に参加していきます。

(2) 今後の課題

この2年間で美作に人を呼び込む施策として観光サイト『TABITO』の立ち上げ、土産物開発、卸先開発、イベント出展を行ってきました。

途中新型コロナウイルスの影響で、「現地に人を呼ぶ」から「土産物などでPRを継続しコロナが落ち着いたら来てもらえる体制を作る」と一部方針転換はあったものの結果的に近隣にwin-winとなる協力者を増やす事に成功し、武器となる土産物が増えそこから民泊等で使える料理およびお菓子レシピが出来るなど総合的に人を迎える体制を整えることが出来ました。

今後はコロナ禍と上手く付き合いながら『外遊び』、『密にならないゆったりした空間』、『安心安全な体験メニュー』などを意識しながらお客様を迎えられるよう準備する必要があると感じています。