A級グルメとは
個の共感

邑南町役場商工観光課
寺本英仁

A級グルメ構想とは？

地域の誇りを育む

↓

ビレッジプライド

↓

美味しいものは地方にあって、
美味しいものを知っているのは地方の人間である。

邑南町農林商工等連携ビジョン

H23.3　H23年度 ～ H27年度（5ヶ年計画）

コンセプト

「A級グルメ」

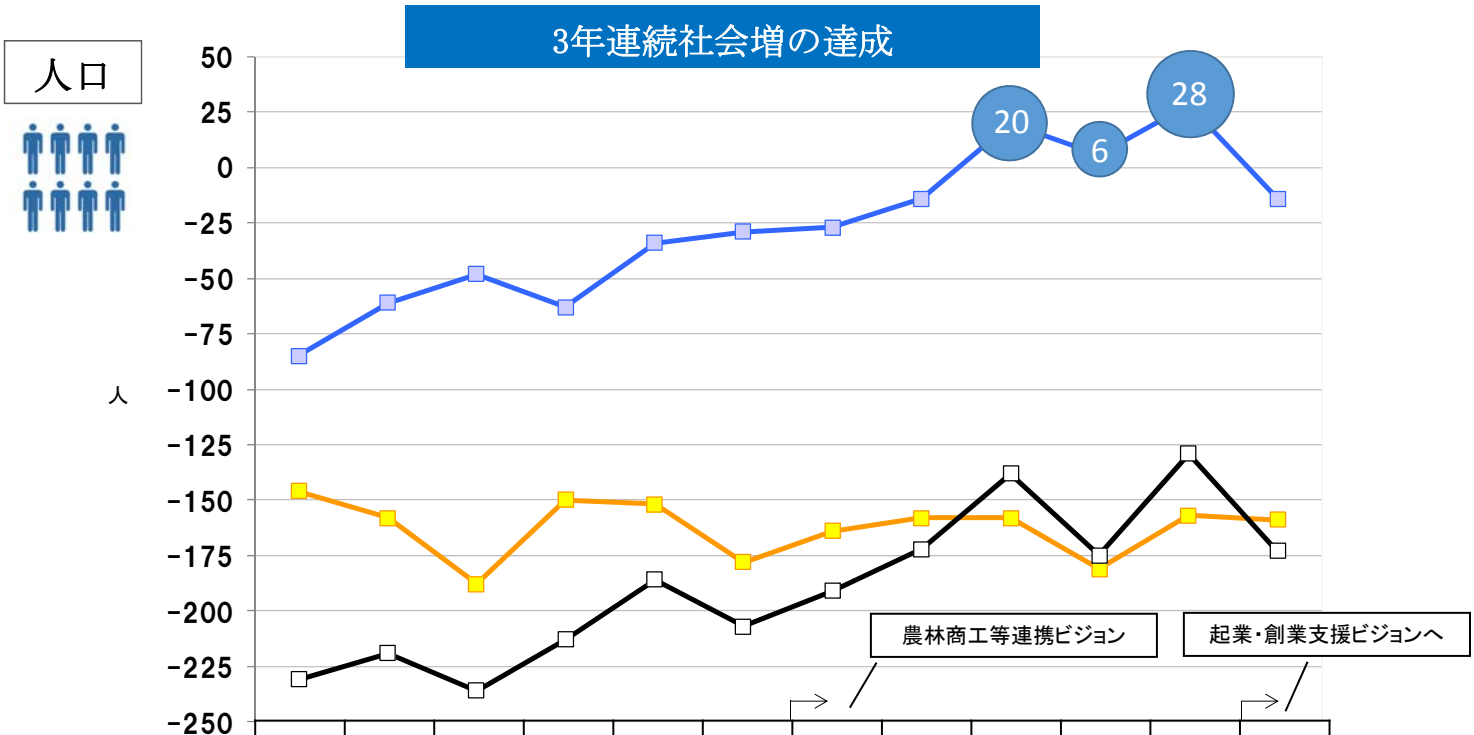
～　ここでしか味わえない食や体験　～

成果を数値化（5年間）

項目	目標	結果	達成率
①定住者の確保	200名	240名	120%
②観光入込客数	100万人	92万人 (H27年度)	92%
③起業家数	5人	43人	860%

→ H28.3　起業・創業支援ビジョンへ移行

成果目標以外の成果①



	H17	H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28
社会動態	-85	-61	-48	-63	-34	-29	-27	-14	+20	+6	+28	-14
自然動態	-146	-158	-188	-150	-152	-178	-164	-158	-158	-181	-157	-159
計	**-231**	-219	-236	-213	-186	-207	-191	-172	**-138**	**-175**	**-129**	**-173**

A級グルメの取組み①

地産地消レストランの立ち上げ

H23年5月	素材香房ajikuraの立ち上げ（邑南町観光協会）
	コンセプト・・日本の飲食店改革を邑南町から ～三ツ星レストランは地方にあるべき～　（例：ヨーロッパ）
	1）料理人の徒弟制度の撤廃（耕すシェフの研修制度） 2）レストランレシピのオープン化（ajikuraレシピ本） 3）食の研究所と連携（食の学校） 4）差別化された食材づくり（BLOF理論による機能性野菜の開発）
H25年	在日イタリア商工会議所によるイタリアンレストラン品質認証
H27年4月	里山イタリアンAJIKURA（株式会社ローカルフードラボ）
H28年5月	広島三越里山イタリアンAJIKURA2号店オープン ～　山形県鶴岡市アルケッチャーノ奥田シェフと連携　～

AJIKURAの入込客と売上推移

AJIKURA

年度	入込客数	売上高	営業日数
H23	8,198人	17,975,965円	279日
H24	10,378人	23,679,280円	310日
H25	7,455人	19,884,380円	310日
H26	7,273人	26,058,773円	308日
（株）ローカルフードラボへ移行			
H27	7,394人	31,428,568円	286日
H28	7,867人	31,163,690円	292日
合計	48,565人	150,190,656円	1,785日
年平均	8,094人	25,031,776円	298日

A級グルメの取組み②

食の学校

H26年5月	食の学校の立ち上げ（邑南町観光協会）
	コンセプト・・100年先の未来の子供達へ継承する食文化
	1）町民向けの料理教室の開催 2）郷土料理・発酵食品等の研究会の運営 3）小中高への食育（スイーツ甲子園） 4）キッチンカーによる地域イベントの参加 5）6次産業商品の開発（ミルクジャム、バター、塩麹）
活用事業	H25　都市農村共生・対流総合対策交付金（ハード3千万円/ソフト6百万円）
	H26　都市農村共生・対流総合対策交付金（ソフト6百万円）

食の学校の活用実績と推移

食の学校

年度	講座回数	各講座 受講者数	他研修等 利用者数	視察等 来訪者数	利用者 年合計
H26	55回	647人	240人	0人	887人
H27	69回	840人	774人	0人	1,614人
H28	58回	895人	630人	506人	2,031人
合計	182回	2,382人	1,644人	506人	4,532人
年平均	61回	794人	548人	169人	1,511人

その他研修等の利用・・職業訓練、矢上高校、調理師学校、研究会などの研修や地域活動

A級グルメの取組み③

農の学校

H27年4月	ふれあい体験農園を活用した有機農業の普及（農の学校）
	1）有機農園として都市部の住民へ貸出し 2）研修生の受け入れと有機農業による新規就農者の育成 3）建設業異業者参入、町民への技術指導 4）AJIKURAや香楽マルシェと連携した有機野菜のブランド化 （インナービューティーベジ） 5）販売会社設立（JOAA）による販路の確保（全国300農家）
活用事業	H27　しまねおおなん型仕事創生事業　750万（ソフト事業）
	H28　しまねおおなん型仕事創生事業　750万（ソフト事業）

農の学校の活用実績と推移

農の学校

年度	受講者数 （週1回講座）
H27	15人
H28	6人
合計	21人
年平均	11人

受講者数 （通年）	新規就農 （町内）
5人	3人
3人	1人
8人	4人
4人	2人

その他売上

年度	香楽マルシェ	JOAA（販売会社）
H27	－	20,000,000円
H28	5,000,000円	73,000,000円
合計	5,000,000円	93,000,000円
年平均	5,000,000円	46,500,000円

A級グルメの取組み④

地域おこし協力隊

H23年10月	地域おこし協力隊の導入
	「耕すシェフ」 ⇒食材づくりを学びながら料理を学ぶ研修制度 ⇒華調理製菓専門学校（東京）、広島酔心調理製菓専門学校との連携による人材の確保
H26年6月	「アグリ男子・女子」 ⇒有機栽培（BLOF理論）を学び機能性野菜（インナービューティーベジ）のブランド化を図る人材育成

地域おこし協力隊の実績

地域おこし協力隊

H30.3.1現在	
総受入数	38名（現在7名研修中）
研修修了者	31名
転出者	18名
定住者	13名：内6名起業　－　飲食関連4名 新規就農1名 システムエンジニア1名
定住率	41.9%
その他	A級グルメの店が10軒

耕すシェフ

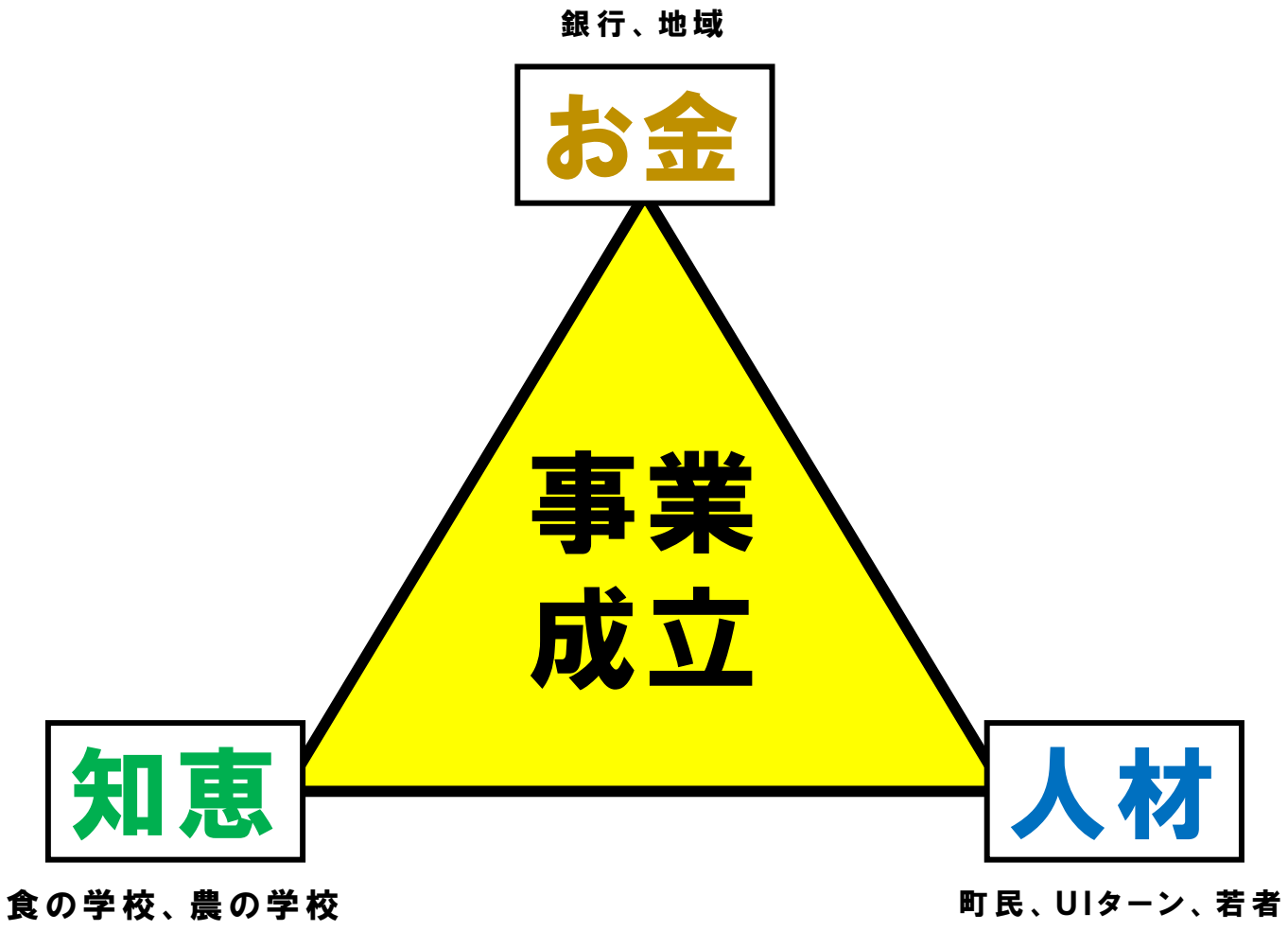
アグリ男子・女子

お金 → 信用

の時代から

信用 → お金

の時代へ



S ー スピード

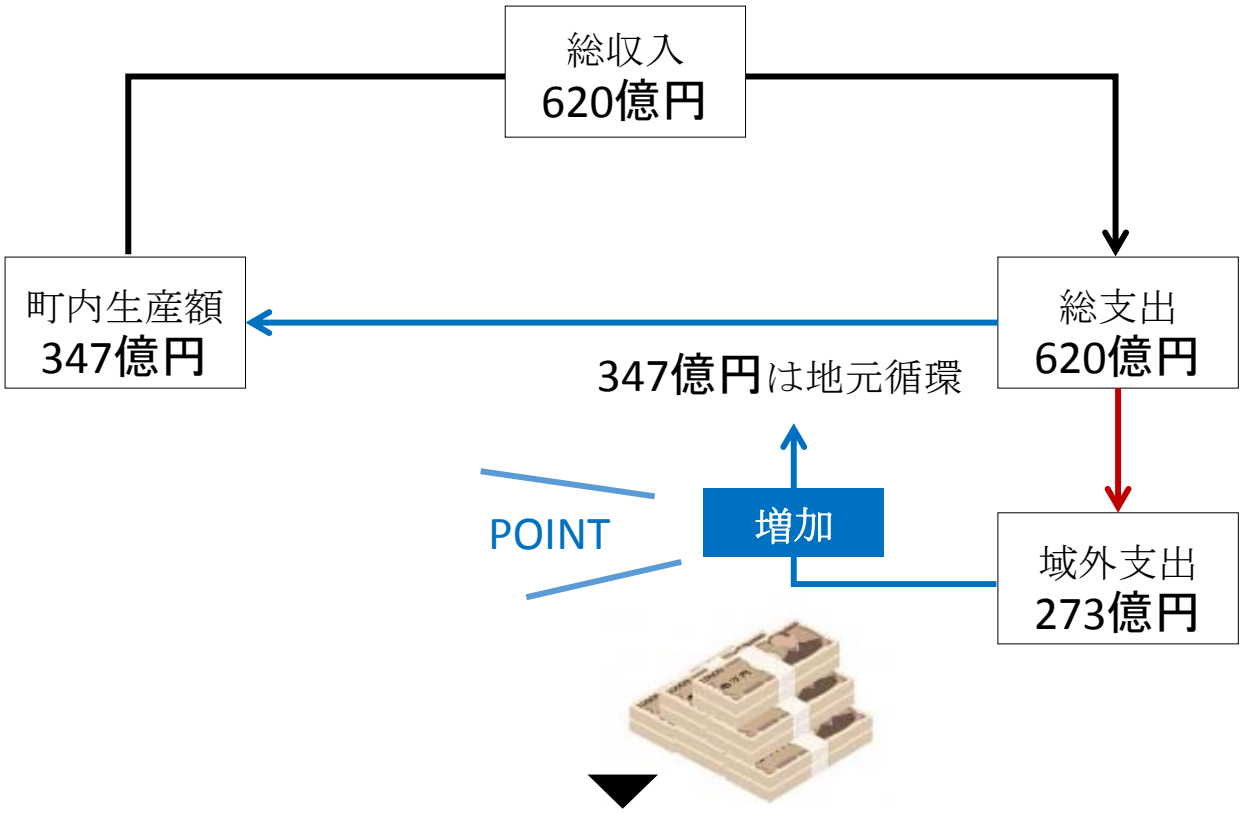
N ー ネーミング

S ー ストーリー

ストーリーに共感

目標設定
循環
&
拡大
町外からの
お金の流入
町内での
お金の循環

地域型循環経済の確立


総収入
620億円
町内生産額
347億円
総支出
620億円
347億円は地元循環
POINT
増加
域外支出
273億円

地域型循環経済の確立

地域の人間が地元商品を愛し、地元商品を購入する。

昨年より１万円多く買うと・・

→ 邑南町１万人 × １万円 ＝ **１億円**
のお金が域外に出なくなる

→ １億円 ÷ ３００万円 ＝ **３３人の雇用**
（１人あたりの年収）
が生まれる

地元の６次化商品例